



# Rachunkowość

## w procesie tworzenia wartości przedsiębiorstwa

Redakcja naukowa

IRENA SOBAŃSKA i TOMASZ WNUK-PEL



WYDAWNICTWO UNIwersytetu ŁÓDZKIEGO • ŁÓDŹ 2009

## Rozdział 14

*Joanna Krasodomska\**

### **ZNACZENIE INFORMACJI NIEFINANSOWYCH W ROCZNYCH RAPORTACH SPÓLEK**

#### **1. Wprowadzenie**

Fundamenty tradycyjnej sprawozdawczości były tworzone w okresie rewolucji przemysłowej. W okresie tym o wartości i sile finansowej przedsiębiorstwa decydowały przede wszystkim jego aktywa rzeczowe – budynki, maszyny czy urządzenia. Rozwój gospodarki, postępująca globalizacja i regionalizacja zmieniły oblicze rachunkowości, a co za tym idzie sprawozdawczości finansowej. Zwiększenie ryzyka transakcji gospodarczych, rewolucja informatyczna, rozwój rynków kapitałowych i międzynarodowej wymiany handlowej, jak również zmiany w postrzeganiu roli przedsiębiorstwa w środowisku społecznym sprawiły, iż wzrosło znaczenie aktywów niematerialnych, takich jak: zasoby ludzkie, klienci, innowacyjność, marka czy reputacja. Pojawiła się zatem potrzeba ich uwzględnienia w kierowaniu przedsiębiorstwem, jak również przekazania informacji na ich temat interesariuszom<sup>1</sup>.

Powyższe rozważania pozostają w zgodzie z postulatami Komitetu ds. Sprawozdawczości Finansowej Amerykańskiego Instytutu Biegłych Księgowych, według których, by zaspokoić zmieniające się potrzeby użytkowników sprawozdawczość finansowa powinna (K a p l a n, N o r t o n, 2002, s. 54):

- dostarczać informacji o planach, nowych możliwościach, źródłach ryzyka i niepewności,

- koncentrować się w większym stopniu na czynnikach będących źródłem wartości w długim okresie, w tym na miernikach niefinansowych, wskazujących sposób, w jaki realizowane są kluczowe procesy gospodarcze,

- lepiej ujednoczyć informacje ujawniane na zewnątrz z informacjami dostarczonymi dyrekcji dla potrzeb zarządzania przedsiębiorstwem.

---

\* Dr, Katedra Rachunkowości Finansowej, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, adiunkt.

<sup>1</sup> Przykładem uwzględnienia aktywów niematerialnych w działalności przedsiębiorstwa może być implementacja modelu Balanced Scorecard, obejmującego finansowe i niefinansowe aspekty jego funkcjonowania (S z a b l e w s k i, T u z i m e k, 2007, s. 454).



Podobne podejście prezentuje P. K a b a l s k i (2005) pisząc: „można wyróżnić dwie cechy współczesnej sprawozdawczości finansowej. Pierwszą z nich jest orientacja prospektywna – dostarczenie informacji nie tylko o przeszłych transakcjach i zdarzeniach, ale także (a może przede wszystkim) przewidywać co do przyszłej pozycji jednostki. Drugą cechą rachunkowości XXI w. jest uwzględnianie informacji niefinansowych, w tym także opisowych. Ich znaczenie w wielu przypadkach jest zasadnicze”.

## 2. Definicje i przykłady informacji niefinansowych

Według H. Gernona i G. K. Meeka informacje ujawniane w rocznych raportach finansowych spółek mogą być sklasyfikowane jako finansowe (*financial disclosure*) lub niefinansowe (*nonfinancial disclosure*). Za finansowe autorzy uznają te, które są wyrażone w mierniku pieniężnym i zaliczają do nich informacje przedstawione przede wszystkim w sprawozdaniach finansowych i (lub) notach dodatkowych.

Informacje niefinansowe to „albo (1) opisy (narrative descriptions), fakty, opinie, które nie są łatwe do wyrażenia w mierniku pieniężnym oraz (2) informacje, które są wyrażone w innym mierniku niż pieniądź” (G e r n o n, M e e k, 2001, s. 71–72). Przykładem pierwszego rodzaju informacji może być prezentacja misji przedsiębiorstwa, a drugiego dane na temat liczby pracowników zatrudnionych w poszczególnych krajach. Pozostając przy drugim przykładzie, dla pełniejszej prezentacji problemu można dodać, że ponoszone w danym kraju koszty pracy będą informacją finansową, a liczba pracowników – niefinansową.

Informacje niefinansowe mogą być innym sposobem wyrażenia wiadomości, które zostały już przedstawione w wartościach pieniężnych w sprawozdaniu finansowym. Większość informacji generowanych przez rachunkowość to informacje finansowe – przede wszystkim sprawozdanie finansowe i towarzyszące mu finansowe ujawnienia. Jednakże, nie wszystko da się wyrazić w mierniku pieniężnym i z tego względu podkreśla się istotne znaczenie informacji niefinansowych.

H. Gernon i G. K. Meek zaliczają do informacji niefinansowej następujące elementy:

1) informację segmentową, czyli prezentację informacji w przekroju obszarów geograficznych i branż (*line-of-business*), w jakich działa firma,

2) prognozy finansowe, umożliwiające inwestorom lepszą ocenę przyszłych zysków i przepływów pieniężnych przedsiębiorstwa,

3) informacje na temat akcji i akcjonariuszy, pomocne przy określaniu na podstawie wyznaczonych trendów przyszłego kształtowania się cen akcji na rynku oraz koncentracji własności i kontroli w spółce,

4) sprawozdanie dotyczące wartości dodanej, będące wyrazem pełnienia przez przedsiębiorstwo pozytywnej roli w społeczeństwie, m. in. dzięki tworzeniu miejsc pracy, generowaniu wpływów podatkowych oraz wynagradzaniu inwestorów i kredytodawców za podjęte ryzyko inwestycyjne,

5) informacje o pracownikach, dotyczące wielu kwestii, jak np.: liczba, wiek, płeć pracowników, wynagrodzenia, absencja, szkolenia, wypadki przy pracy.

6) informacje dotyczące ochrony środowiska.

Wyżej wymienieni autorzy już dziesięć lat temu zauważyli ujawnianie informacji niefinansowych przez międzynarodowe przedsiębiorstwa jako uzupełnienie niedoskonałych miar finansowych. Do wad miar finansowych zaliczyli (Mueller, Gernon, Meek, 1997, s. 168–169, za: Sojak, 2000, s. 15):

- ich historyczny charakter,
- brak przydatności do przewidywania oraz fakt, iż:
- nagradzają niewłaściwe zachowania menedżerów,
- kładą większy nacisk na koszty, a nie na wyniki,
- nie odzwierciedlają złożonych procesów wielofunkcyjnych.

Inni autorzy, S. W. G. Robb, L. E. Single, M. T. Zarzeski (2001, s. 71–83), definiują informację niefinansową jako wszelkie „informacje jakościowe zawarte w rocznym raporcie przedsiębiorstwa, poza czterema elementami sprawozdania finansowego i ich notami dodatkowymi”<sup>2</sup>.

Informacje niefinansowe są również określane mianem dobrowolnych, dodatkowych ujawnień (*voluntary, additional disclosures*). Ujęcie to podkreśla fakt, że obejmują dane, których publikacja często nie jest wymogiem prawnym, nie są one także bezpośrednim przedmiotem zainteresowania biegłego rewidenta (Radebaugh, Gray, 2002, s. 104–126; Douplik, Perera, 2007, s. 54; Alexander, Britton, Jorissen, 2005, s. 168).

Przy rozróżnianiu informacji niefinansowych (*non-financial information*) i finansowych, podkreśla się także często perspektywność tych pierwszych, zwracając uwagę na istotne znaczenie informacji o m. in. jakości zarządzania ryzykiem, *corporate governance*, strategii, jakości zarządzania, działalności społecznej i ochronie środowiska dla lepszego zrozumienia strategicznej wizji przedsiębiorstwa (*Assurance...*, 2003). Informacje finansowe są głównie retrospektywne, koncentrują się na przedstawieniu sytuacji finansowej podmiotu i wyników przeprowadzonych przez niego w danym okresie sprawozdawczym operacji.

---

<sup>2</sup> W krajach anglosaskich sprawozdania finansowe (*financial statements*) to bilans, rachunek zysków i strat, rachunek przepływów pieniężnych, zestawienie zmian w kapitale własnym. Towarzyszą im noty dodatkowe (*notes to the accounts/financial statements*). W polskim nazewnictwie noty dodatkowe (element informacji dodatkowej) to integralna część sprawozdania finansowego.

Oprócz określenia informacje niefinansowe w literaturze występuje także zbliżony termin „sprawozdawczość opisowa” (*narrative reporting*), określający informacje zawarte we wstępnej, wprowadzającej części rocznego raportu finansowego przedsiębiorstwa. Przykładowo, w Stanach Zjednoczonych będą to informacje zawarte w „Management Discussion and Analysis” (MD&A), a w Wielkiej Brytanii w „Operating and Financial Review” (OFR). Takie rozumienie pojęcia sprawozdawczości opisowej przyjęte zostało przez PricewaterhouseCoopers, z jednoczesnym zaznaczeniem, że obejmuje ono również dane ilościowe, które stanowią uzupełnienie narracyjnego komentarza (*Trends...*, 2006).

W literaturze brytyjskiej można spotkać szerszy zakres terminu sprawozdawczości opisowej. Zgodnie z prezentowanym podejściem obejmuje ona bowiem wszystkie informacje zaprezentowane w raporcie rocznym poza sprawozdaniem finansowym i należą do niej: list prezesa (*Chairman's statement*), raport dyrektorów, oświadczenie o *corporate governance*, raport dotyczący wynagrodzeń i ochrony środowiska oraz, jako jeden z elementów, „Operacyjny i Finansowy Przegląd” (Roberts, Weetman, Gordon, 2005, s. 625).

Kolejnym terminem określającym zagadnienia związane z publikacją informacji niefinansowych jest tzw. „Value Reporting”. Termin ten oznacza każdą wymaganą przepisami oraz dodatkową, dobrowolną sprawozdawczość dotyczącą tworzenia wartości przedsiębiorstwa, której cechą szczególną jest likwidacja asymetrii informacji między wewnętrznym i zewnętrznym postrzeganiem przedsiębiorstwa. Celem „Value Reporting” jest przekazywanie wszelkich informacji uczestnikom rynku kapitałowego, które mogłyby zostać przez nich wykorzystane dla określenia jego wartości (Merda, 2005, s. 565). Model ujawniania informacji oparty na koncepcji „Value Reporting” składa się z czterech elementów zawierających (Ecles, i in., 2001, s. 212):

- 1) opis rynku, na którym działa firma,
- 2) prezentację strategii – pozycja konkurencyjna firmy na rynku w kontekście tworzenia przez nią wartości,
- 3) zarządzanie – cele finansowe i ich osiągnięcie, struktury zarządzania zapewniające realizację strategii,
- 4) kreowanie wartości – podstawowe czynniki tworzenia wartości, przede wszystkim niefinansowe, wykorzystywane dla osiągnięcia celów finansowych.

Przedstawiony model stanowi próbę kompleksowego podejścia do komunikacji z interesariuszami. Został on opracowany przez firmę PricewaterhouseCoopers w wyniku konsultacji z zarządami spółek, inwestorami i analitykami. Korzystając z ich doświadczeń zidentyfikowano informacje konieczne dla kompleksowej oceny przedsiębiorstwa. Ich analiza dowodzi, że dla podejmowania decyzji ekonomicznych konieczne są nie tylko sprawozdania finansowe, ale również informacje niefinansowe (Świderska, 2007, s. 17).

W kręgu omawianego zagadnienia pozostaje również termin kapitał intelektualny, który bywa również określany jako kapitał wiedzy, zasoby intelektualne, aktywa niefinansowe czy niewymierne. Istnieje wiele definicji kapitału intelektualnego, z których najprostsza określa go jako różnicę pomiędzy rynkową a księgową wartością firmy. Kapitał ten to inaczej aktywa niefinansowe przedsiębiorstwa, które są środkiem do osiągania celów w przyszłości i źródłem przewagi konkurencyjnej na rynku (Skonieczek, Szalkiewicz, 2007, s. 36; Jurczak, 2006, s. 39–43).

Przeważnie wyróżnia się dwie główne składowe kapitału intelektualnego: kapitał ludzki i strukturalny. Kapitał ludzki to wiedza, umiejętności, doświadczenie i kreatywność pracowników. Kapitał strukturalny jest „wspierającą infrastrukturą kapitału intelektualnego”, obejmuje m. in. systemy informacyjne, sprzęt komputerowy, oprogramowanie, wynalazki, patenty, znaki handlowe, reputację. Istotnym jego elementem jest tzw. kapitał klientowski, obejmujący relacje z klientami, umiejętność ich pozyskania i utrzymania (Szabłowski, Tużimek, 2007, s. 66–67).

W literaturze i praktyce podkreśla się znaczenia kapitału intelektualnego dla efektywnego funkcjonowania przedsiębiorstwa i stabilnego funkcjonowania rynków kapitałowych. Informacje na jego temat są jednak uznawane za niewystarczające. W literaturze przedmiotu przedstawiane są dwie przyczyny tej sytuacji: brak powszechnie akceptowanej definicji i klasyfikacji kapitału intelektualnego oraz brak kryteriów dla jego pomiaru i prezentacji (Dobja, 2004, s. 72).

### **3. Znaczenie informacji niefinansowych ujawnianych przez spółki dla interesariuszy**

Istotną rolę informacji niefinansowych w dokonywaniu ocen przedsiębiorstw przez inwestorów i analityków potwierdzają badania przeprowadzone już w 1997 r. przez Ernst & Young Center for Business Innovation (*Measures...*, 1997). Przykładowo ok. 70% ogółu inwestorów przyznało, że korzysta z informacji niefinansowych w ocenie przedsiębiorstwa. Przeciętnie, 35% podejmowanych przez nich decyzji było kształtowanych przy ich uwzględnieniu. Szczególnie istotne znaczenie z ich punktu widzenia miały informacje pozwalające ocenić: wdrażanie i jakość strategii, wiarygodność zarządu, innowacyjność, umiejętność przyciągania utalentowanych ludzi, udział w rynku, doświadczenie kierownictwa, jakość wynagrodzenia zarządu, jakość głównych procesów, przywództwo w badaniach i rozwoju.

Analitycy z kolei byli najbardziej zainteresowani informacjami o produktach i klientach, takimi jak np. udział w rynku, utrzymywanie klientów (*customer retention*), marketing. W mniejszym stopniu wskazywali na dane dotyczące

zatrudnienia i innowacji. Istotnym wynikiem przeprowadzonych badań był wniosek, że uwzględnienie danych niefinansowych pozwoliło na osiągnięcie bardziej dokładnych prognoz przyszłych zysków przedsiębiorstw, a zarazem na efektywniejszą redukcję ryzyka inwestycyjnego.

Przytoczone wyniki badań potwierdzają pogląd, że tradycyjne metody pomiaru efektywności przedsiębiorstwa oparte na analizie finansowej nie są wystarczające dla określenia jego wartości na konkurencyjnym rynku.

Kondycja ekonomiczna przedsiębiorstwa jest wciąż głównie analizowana na podstawie sprawozdań finansowych, a jej wyniki prezentowane są w aspekcie ilościowym. Podstawą stosowanych mierników finansowych jest obiektywizm, ignorują one jednak wszystkie te elementy działalności przedsiębiorstwa, które nie są możliwe do zaprezentowania w mierniku pieniężnym, a mają kluczowe znaczenie dla tworzenia pozycji konkurencyjnej na rynku. Elementy te, różnie określane, odgrywają aktualnie wiodącą rolę w procesie generowania wartości dla interesariuszy przedsiębiorstw (J a b ł o ń s k i, 2004, s. 36–37).

Analiza potrzeb interesariuszy spółek potwierdza, że największe znaczenie ma dla nich informacja o charakterze prospektywnym. Warunek ten spełnia informacja niefinansowa, gdyż pozwala na ocenę efektywności realizacji strategicznych celów przedsiębiorstwa oraz ocenę prowadzenia istotnych procesów wewnętrznych. Informacje niefinansowe mogą również znacznie ułatwić oszacowanie przyszłych wyników finansowych, ograniczają tym samym ryzyko błędnych szacunków przy opracowywaniu danych prospektywnych. Ujawnienie przez przedsiębiorstwo odpowiednich informacji niefinansowych zmniejsza tym samym ryzyko inwestycyjne, ułatwiając mu dostęp do źródeł finansowania. Inwestorzy są przede wszystkim zainteresowani danymi charakteryzującymi pozycję konkurencyjną firmy, dzięki którym możliwa jest ocena jej strategii i pozycji rynkowej. Istotne są dla nich również informacje na temat skuteczności działania organizacji oraz możliwości jej rozwoju, które wskazują na potencjał przedsiębiorstwa zapewniający długofalowy wzrost jego wartości (K a z i r o d, 2002, s. 30–31).

Jak pisze A. Gajewska-Jedwabny: „[...] podejmowanie decyzji inwestycyjnych wyłącznie na podstawie wskaźników finansowych i ignorowanie informacji niefinansowych można porównać do prowadzenia samochodu ze wzrokiem utkwionym wyłącznie we wstecznym lusterku, co przy dzisiejszym tempie zmian w gospodarce i w samych przedsiębiorstwach może doprowadzić do błędnych ruchów, a w skrajnych przypadkach – nawet katastrofy” (S z a b l e w s k i, T u z i m e k, 2007, s. 460).

#### 4. Podsumowanie

W Międzynarodowych Standardach Sprawozdawczości Finansowej można znaleźć stwierdzenie, że celem sprawozdań finansowych jest dostarczenie informacji o sytuacji finansowej, wynikach działalności oraz zmianach sytuacji finansowej jednostki, które będą użyteczne dla szerokiego kręgu użytkowników przy podejmowaniu decyzji ekonomicznych. Decyzje te nie mogą opierać się jednak wyłącznie na informacjach finansowych. By właściwie ocenić szanse przetrwania i perspektywy rozwoju, należy poznać rynek, na którym działa, jej produkty, klientów, pracowników, strategię i plany na przyszłość. W określeniu tych warunków funkcjonowania spółki, same sprawozdania finansowe są przydatne w bardzo niewielkim stopniu, istotne znaczenie mają natomiast informacje niefinansowe (P a n f i l, S z a b l e w s k i, 2006, s. 625).

Potrzeba spełnienia oczekiwań interesariuszy poprzez dostarczenie im wysokiej jakości i godnych zaufania informacji, zmusza spółki do prezentacji szerszego zakresu ujawnień, obejmującego swym zasięgiem również niefinansowe aspekty ich działalności. Mają one także istotne znaczenie w perspektywie międzynarodowej. Globalizacja światowej gospodarki powoduje konieczność zmian w zakresie rachunkowości, tak aby umożliwiała ona komunikowanie się ludzi w ogólnoswiatowym biznesie. Idealnym rozwiązaniem byłoby opracowanie światowego systemu rachunkowości opartego na jednym zestawie koncepcji, zasad, reguł i procedur. Zdążanie do tego celu jest przedmiotem procesów standaryzacji i harmonizacji rachunkowości prowadzonych przez Unię Europejską i Radę Międzynarodowych Standardów Rachunkowości. Do momentu osiągnięcia pożądanej jednorodności lub stanu zbliżonego do niej, dodatkowe ujawnienia w raportach rocznych stanowią możliwy sposób obejścia różnic w rozwiązaniach z zakresu rachunkowości na świecie i ułatwienie w podejmowaniu decyzji ekonomicznych przez ich użytkowników (G e r n o n, M e e k, 2001, s. 101).

Należy jednak zaznaczyć, iż informacje o charakterze niefinansowym publikowane są w bardzo zróżnicowany sposób, który utrudnia ocenę spółki i uniemożliwia jej porównanie na tle konkurentów, również w skali międzynarodowej. Z tego względu konieczne wydaje się, aby standardy sprawozdawczości spółek dotyczyły nie tylko części finansowej, lecz również informacji niefinansowych.

#### Literatura

- Alexander D., Britton A., Jorissen A. (2005), *International Financial Reporting and Analysis*, Thomson Learning, Great Britain.
- Assurance of Non-Financial Information (2003), PricewaterhouseCoopers, [www.pwcglobal.com](http://www.pwcglobal.com).
- Dobija D. (2004), *Pomiar i sprawozdawczość kapitału intelektualnego w organizacjach działających w „nowej gospodarce”*, „Organizacja i Kierowanie”, 1.
- Doupnik T., Perera H. (2007), *International Accounting*, McGraw-Hill, Singapore.



- Eccles R., Herz R. H., Keegan E. M., Philips D. M. H. (2001), *The Value Reporting revolution. Moving Beyond the Earnings Game*, John Wiley & Sons, New York.
- Gernon H., Meek G. K. (2001), *Accounting. An International Perspective*, McGraw-Hill, Singapore.
- Jabłoński M. (2004), *Nie same liczby*, „Gazeta Bankowa”, 26.
- Jurczak J. (2006), *Kapitał intelektualny w organizacji przyszłości*, „Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa”, 11.
- Kabalski P. (2005), *Nadrzędne zasady przygotowania i prezentacji sprawozdań finansowych*, „Przegląd Podatkowy”, 1, <http://www.przegladpodatkowy.pl>.
- Kaplan R. S., Norton D. P. (2002), *Strategiczna karta wyników. Jak przełożyć strategię na działanie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Kazirod A. (2002), *Rola rewizji sprawozdań finansowych*, „Nasz Rynek Kapitałowy”, 2.
- Measures that Matter* (1997), Ernst&Young LLP, <http://www.corporatesunshine.org/measurereporting.pdf>.
- Micherda B. (2005) *Sprawozdawczość i rewizja finansowa w procesie poprawy bezpieczeństwa obrotu gospodarczego*, Centrum Promocji i Rozwoju Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków.
- Mueller G. G., Geron H., Meek G. K. (1997), *Accounting. An International Perspective*, Irwin, Chicago.
- Panfil M., Szablewski A. (2006), *Metody wyceny spółki. Perspektywa klienta i inwestora*, Poltext, Warszawa.
- Radebaugh L. H., Gray S. J. (2002), *International Accounting and Multinational Enterprises*, John Wiley & Sons, New York.
- Robb S. W. G., Single L. E., Zarzeski M. T. (2001), *Nonfinancial Disclosures Across Anglo-American Countries*, „Journal of International Accounting”, 10.
- Roberts C., Weetman P., Gordon P. (2005), *International Financial Accounting. A Comparative Approach*, Prentice-Hall, Financial Times, Great Britain.
- Skonieczek A., Szalkiewicz W. K. (2007), *Kapitał intelektualny przedsiębiorstwa*, „Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa”, 1.
- Sojak S. (2000), *Ceny transferowe w przedsiębiorstwach wielonarodowych*, „Studia i Materiały”, 17, (Wyższa Szkoła Menedżerska SIG w Warszawie, Oficyna wydawnicza WIZJA, Warszawa).
- Szablewski A., Tuzimek R. (2007), *Wycena i zarządzanie wartością firmy*, Poltext, Warszawa.
- Świdorska G. K. (2007), *W poszukiwaniu optymalnego raportu*, „Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie”, 2, 1.
- Trends in Corporate Reporting* (2006), PricewaterhouseCoopers, <http://www.corporatereporting.com/trends.html#narrativereporting>.



Wydawnictwo UŁ zaprasza [www.wydawnictwo.uni.lodz.pl](http://www.wydawnictwo.uni.lodz.pl)

ISBN 978-83-7525-263-7