Zarządzanie

Ewolucja rachunkowości w teorii i praktyce gospodarczej

pod redakcją
Ewy Śnieżek, Filipa Czechowskiego i Sylwii Doroby

Maciej Bogacz, Marcin Doliwka *

Koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu jako wyzwanie dla współczesnej teorii i praktyki rachunkowości

Wstęp

Szeroko rozumiana odpowiedzialność społeczna stanowi obecnie swoisty czynnik, który z perspektywy funkcjonowania przedsiębiorstwa stawiany jest na równi z aspektami ekonomicznymi. Jest ona brana również pod uwagę przez podmioty gospodarcze podczas procesu formułowania i realizacji ich strategii. Współcześnie, wszechobecny nacisk ze strony otoczenia podmiotów gospodarczych wymusza na nich antycypowanie, a także powstrzymywanie wszelkich negatywnych skutków ich działalności. Jednak naciski te nie ograniczają się jedynie do przeciwdziałania pejoratywnym efektom działalności takich podmiotów, ale wręcz wpływają na chęć poprawy przez nie ogólnej jakości otoczenia, w jakim przychodzi im funkcjonować.

Celem artykułu jest zaprezentowanie wpływu koncepcji odpowiedzialności społecznej na szeroko rozumiany biznes, a w szczególności na system rachunkowości, jako międzynarodowy język biznesu¹. Metody badawcze umożliwiające sformułowanie syntetycznych wniosków bazują na analizie literatury przedmiotu.

* Studenci ze Studenckiego Koła Naukowego Pecunia Moderna z Poznania, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Wydział Ekonomii, Katedra Polityki Pieniężnej i Rynków Finansowych, 61-895 Poznań, ul. Powstańców Wielkopolskich 16.

¹ Rachunkowość jest powszechnie określana w literaturze tym mianem. Podobnie uważa, m.in. M. Kostera (red.), *Nowe kierunki w zarządzaniu*, Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008.

Idea CSR (*Corporate Social Responsibility*)² nie jest jednak ograniczana tylko do praktycznych wzorców społecznie odpowiedzialnego gospodarowania, lecz stanowi obszernie opisywane w literaturze, wielopłaszczyznowe zagadnienie badawcze poruszane na gruncie wielu dyscyplin naukowych. Natomiast rachunkowość, jako system elastyczny, staje się miejscem implementacji informacji na temat odpowiedzialności społecznej.

1. Współczesna koncepcja odpowiedzialności społecznej przedsiębiorstw

Jak słusznie zauważył K. Kietliński³, współcześnie w branży biznesowej często utożsamia się koncepcję CSR z działaniami związanymi z PR (*Public Relations*)⁴, zwykłym sponsoringiem, czy też po prostu z etycznym wymiarem prowadzonego biznesu. Podczas gdy z działem Public Relations i szeroko rozumianą filantropią koncepcja CSR ma stosunkowo swobodny związek, to jednak sama etyka jest pojęciem dla niej fundamentalnym. Geneza poczucia prowadzenia działalności ekonomicznej w sposób etyczny sięga już czasów starożytnych. W pierwszych starodrukach z tej epoki można bowiem dopatrzeć się tekstów o ekonomiczno-społecznym funkcjonowaniu człowieka, ściśle powiązanych z ówczesną religią i kulturą.

Z kolei w dzisiejszych czasach, badając zagadnienie CSR z perspektywy faktu, że skala wpływu biznesu na życie ludzi i ogólną kondycję środowiska naturalnego jest olbrzymia – posługiwanie się przez kadrę menedżerską jedynie bazowymi zasadami etycznymi – to zdecydowanie zbyt mało. Można rzec, iż nierozzerwalnie wiąże się to ze stosunkowo malejącą popularnością tez stawianych przez M. Friedmana⁵, który uogólniał reguły po-

² „Odpowiedzialność społeczna przedsiębiorstw (CSR) jest określana jako ruch przypisujący przedsiębiorstwu konkretną odpowiedzialność z tytułu społecznych konsekwencji prowadzonej przez nie działalności” – T. Gabrusewicz, *Rachunkowość odpowiedzialności społecznej w kształtowaniu nadzoru korporacyjnego*, Wydawnictwo C. H. Beck, Warszawa 2010.

³ K. Kietliński, *Religijne, historyczne i kulturowe uwarunkowania etyki biznesu*. [w:] K. Kietliński (red.), *Etyka w biznesie i zarządzaniu*, Wydawnictwo Oficyna Ekonomiczna. Kraków 2005.

⁴ „Public Relations – stosunki przedsiębiorstwa działającego w warunkach gospodarki rynkowej z otoczeniem, czyli dostawcami, odbiorcami, organizacjami instytucjami. Zadaniem PR jest kształtowanie w otoczeniu pozytywnej opinii o przedsiębiorstwie” – A. Komosa, *Szkolny słownik ekonomiczny*, Zakład wydawnictw MCNEMT, Warszawa 1994.

⁵ L. Ebenstein., *Milton Friedman. Biografia*, Difin, Warszawa 2009.

stępowania przedsiębiorców do bezpośrednio prowadzonej swoistej gry, opierającej się na wolnej i otwartej konkurencji (zakładając ideę braku oszustw i podstępów), a której główną i podstawową misją jest pomnażanie zysku.

Jak trafnie spostrzegł W. Gasparski⁶ obecnie koncepcja społecznie odpowiedzialnej misji przedsiębiorstw występuje właśnie pod określeniem społecznej odpowiedzialności biznesu. Odpowiedzialność rozumiana w ten sposób koncentruje się wokół aspektów: ekonomicznego, ekologicznego, a także społecznego działania podmiotu gospodarczego oraz rozwoju gospodarczego, który ma za zadanie wsparcie ogólnego postępu społecznego, przestrzeganie potrzeby ochrony środowiska naturalnego, a z kolei sama polityka społeczna prowadzona przez dane przedsiębiorstwo powinna mieć pozytywny wpływ na wyniki ekonomiczne. Entuzjaści takiego podejścia podkreślając fakt znaczenia zysku dla aktywnego rozwoju biznesu, uważają jednak, że roli współczesnych przedsiębiorstw zdecydowanie nie można sprowadzać jedynie do generowania co raz większych dochodów – a należy zwrócić uwagę na jego potencjalnie negatywny/pozytywny wpływ na otoczenie, w którym funkcjonuje.

G. Bartkowiak⁷ także zwróciła uwagę na znaczącą rolę CSR w kształtowaniu obrazu obecnych przedsiębiorstw. Uważa, że podmioty w swojej działalności ponoszą odpowiedzialność nie tylko prawno-ekonomiczną lecz odczuwają coraz większe zobowiązanie do kierowania swoimi działaniami w taki sposób, aby przyczyniać się do realizacji ogólnie pojętych celów społecznych. Zobowiązanie to w praktyce sprowadza się do ciągłego podwyższania etycznych standardów w ich działalności, a także wykazywania aktywności w celu spełnienia potrzeb jak najliczniejszej grupy interesariuszy oraz uświadamiania sobie obowiązku wobec ogólnej społeczności.

Żeby jeszcze lepiej zrozumieć, czym jest opisywana koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu, można by w tym miejscu przedstawić jej podręcznikową definicję (próba zdefiniowania tej koncepcji została zaprezentowana we wstępie). Jednak jak podkreśla B. Kos⁸ – w literaturze

⁶ W. Gasparski, A. Lewicka-Strzałecka, B. Rok, G. Sulczewski, *Europejskie i światowe standardy etyki oraz społecznej odpowiedzialności w działalności gospodarczej*, Centrum Etyki Biznesu IFiS PAN i WSPiZ, Warszawa 2004.

⁷ G. Bartkowiak, *Społeczna odpowiedzialność biznesu w aspekcie teoretycznym i empirycznym*, Difin, Warszawa 2011.

⁸ B. Kos, *Przesłanki społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, [w:] ks. G. Polok (red.), *Społeczna odpowiedzialność – aspekty teoretyczne i praktyczne*, „Zeszyty naukowe”, Wyd. UE Katowice, Katowice 2011.

przedmiotu można napotkać różne rozumienia tego pojęcia, stąd brak jest ujednoliconej i uniwersalnej definicji opisującej zwięźle istotę tej koncepcji. Jednakże na co z kolei zwraca uwagę J. Nakonieczna⁹, w znaczącej ilości definicji, pojawiają się pewne wyznaczniki – stanowiące wspólny fundament koncepcji CSR – rozumiane i odbierane jednakowo przez wszystkich odbiorców. Wśród nich można wyodrębnić następujące aspekty:

- ✓ sama społeczna odpowiedzialność stanowi jeden z elementów ogólnej strategii przedsiębiorstwa, który wpływa na ułatwienie jego zrównoważonego rozwoju poprzez racjonalne wykorzystanie dostępnych zasobów,
- ✓ istniejąca konkurencja stawia przedsiębiorstwom wyzwanie w postaci oparcia ich przewagi konkurencyjnej na czynnikach innych niż czynniki ściśle ekonomiczne (np. zysk, rentowność), które w efekcie przełożą się i tak na sukces ekonomiczny przedsiębiorstwa,
- ✓ wykazywanie zainteresowania dbaniem o interes grup powiązanych z przedsiębiorstwem w sferach innych niż bezpośrednio związane z działalnością przedsiębiorstwa, pozwala na kreowanie lojalności klientów w stosunku do samej marki przedsiębiorstwa oraz większej przychylności potencjalnych klientów,
- ✓ działalność przedsiębiorstwa w sferze CSR jest działaniem dobrowolnym, w żaden sposób nienarzuconym przez wymogi prawne, czy ustawy.

Warto zaznaczyć, iż niepomierny wpływ na rozwój koncepcji CSR miał poważny kryzys gospodarczy ostatnich lat. Ten fakt podkreśla B. Rok¹⁰ zwracając uwagę na to, iż to właśnie m.in. dzięki wspomnianemu kryzysowi liderzy najbardziej wpływowych przedsiębiorstw, a także reprezentanci czołowych ośrodków naukowych zaczęli szukać takich dróg dalszego rozwoju, które w skuteczny sposób uwzględniałyby oczekiwania zróżnicowanych grup interesariuszy w sam proces generowania wartości dodanej i brały pod uwagę zintensyfikowane zmiany, mające miejsce we współczesnej gospodarce. Najbardziej widoczna bowiem, zwłaszcza rozpatrując obecną sytuację korporacji ponadnarodowych, staje się ich narastają-

⁹ J. Nakonieczna, *Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw międzynarodowych*, Difin, Warszawa 2008.

¹⁰ B. Rok, *Instytucjonalizacja społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw. Perspektywa teoretyczna i strategia badawcza*. [w:] W. Pańków, B. Rok, M. Strumińska-Kutra, J. Woźniczko, *Oblicza społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2010.

ca zdolność do odpowiadania na zmieniające się uwarunkowania społeczne, prawne, polityczne czy też ekologiczne.

J. Sachs¹¹ dodatkowo stwierdził, że współcześnie każdy podmiot jest wręcz zobowiązany do uczestniczenia w rozwiązywaniu problemów społecznych i w swojej bieżącej działalności powinien wychodzić poza codzienne działania rynkowe. Należy jednak od razu dodać, że nie chodzi tutaj o to, aby podmiot rynkowy był instytucją dobroczynną. Jest tu mowa bardziej o wskazanie szczególnego wkładu, jaki takowy podmiot może potencjalnie wnieść do tematyki rozwiązywania istotnych zadań społecznych. W związku z tym, postawa odpowiedzialnego społecznie przedsiębiorstwa wiąże się z czymś więcej, aniżeli zwykłą filantropią. Tak traktowaną odpowiedzialność przedsiębiorstwa należy rozpatrywać zgodnie z tym co twierdzi A. Żelazna-Blicharz poprzez następujące płaszczyzny¹²:

- ✓ wewnętrzną – związaną bezpośrednio z rozwojem kapitału ludzkiego, odpowiednim i umiejętnym zarządzaniem zasobami ludzkimi, co wiąże się z chociażby równym traktowaniem pracowników, sprawiedliwym systemem płac, wprowadzeniem możliwości podnoszenia swoich kwalifikacji, stosowaniem kodeksów etycznych, czy choćby staranne przestrzeganie zasad bezpieczeństwa i higieny pracy,
- ✓ zewnętrzną – uwzględniającą podmioty realnie zainteresowane działalnością podmiotu – zarówno pochodzące z mikro jak i makro otoczenia, w tym m.in. stworzenie i przestrzeganie zasad dotyczących relacji z partnerami biznesowymi, odbiorcami, dostawcami, konkurencją, klientami, instytucjami publiczno-prawnymi, potencjalnymi inwestorami, organizacjami zrzeszającymi podmioty gospodarcze (izby handlowe, stowarzyszenia), czy także zwracającą uwagę na relacje z lokalną społecznością, wśród której prowadzona jest działalność, np. w postaci zakładu produkcyjnego,
- ✓ związaną z działaniami wpływającymi na środowisko naturalne – wiąże się ona z braniem pod uwagę podczas prowadzenia działalności aspektu ekologicznego, w tym pojmowania i rozumienia potencjalnych skutków, jakie może mieć dana działalność na stan środowiska naturalnego.

Jak już wcześniej zostało wspomniane, pomijając cele ściśle ekonomiczne jednostka realizuje lub też powinna dążyć do realizacji celów społecznych i ekologicznych, bowiem prowadząc działalność ma ona wpływ

¹¹ A. Żelazna-Blicharz, *Społeczna odpowiedzialność w procesie gospodarowania a zrównoważona produkcja i konsumpcja*, Wydawnictwo Politechniki Lubelskiej 2013 [za:] J. Sachs, *Nasze wspólne bogactwo. Ekonomia dla przełudnionej planety*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009.

¹² Ibidem.,.

na kształt jakości życia współczesnego społeczeństwa, tym samym przyczyniając się do stopniowego wzrostu jego ogólnego dobrobytu. Do najważniejszych korzyści, jakie przedsiębiorstwo jest w stanie uzyskać, prowadząc społecznie odpowiedzialny biznes należy m.in. wymienić¹³:

- ✓ wzrost innowacyjności,
- ✓ stymulacja rozwoju gospodarczego,
- ✓ pozytywny wpływ na stopień zamożności lokalnej społeczności,
- ✓ wzrost poziomu konkurencyjności,
- ✓ generowanie unikalnego rodzaju wartości dodanej,
- ✓ wzrost efektywności ekonomicznej przedsiębiorstwa,
- ✓ zredukowanie konfliktów interesów,
- ✓ zwiększenie przywiązania klientów do marki,
- ✓ pozytywne oddziaływanie na poprawę ogólnego wizerunku i reputacji jednostki,
- ✓ łatwiejszy dostęp do kapitału poprzez zwiększone zainteresowanie ze strony potencjalnych inwestorów.

G. Bartkowiak¹⁴ zaznacza, że warunkiem koniecznym, aby wyżej opisane, a także wiele innych korzyści, wynikających z zastosowania idei społecznej odpowiedzialności biznesu były możliwe do osiągnięcia konieczne jest podporządkowanie jej wszystkich obszarów aktywności przedsiębiorstwa. Jednym z bez wątpienia kluczowych elementów niezbędnych do prawidłowego funkcjonowania CSR jest właściwie przygotowany i zaprojektowany system rachunkowości przedsiębiorstwa, o czym będzie mowa w kolejnym rozdziale.

2. Rola rachunkowości jako powszechnie dostępnego języka biznesu kształtującego społeczną odpowiedzialność przedsiębiorstw

Systemowi rachunkowości przypisuje się wiele funkcji, lecz niewątpliwie za najważniejszą powszechnie uznaje się funkcję informacyjną¹⁵. Charakteryzuje się ona tworzeniem informacji finansowych o procesach

¹³ B. Bemberek, *Spoleczna odpowiedzialność przedsiębiorstw Doliny Lotniczej w świetle badań empirycznych*, [w:] Z. Pisz, M. Rojek-Nowosielska (red.) *Spoleczna odpowiedzialność biznesu. Uwarunkowania, kontrowersje, dobre i złe praktyki*, Prace Naukowe UE we Wrocławiu, nr 42, Wyd. UE Wrocław, Wrocław 2009.

¹⁴ G. Bartkowiak, *Spoleczna odpowiedzialność biznesu...*

¹⁵ H. Poetschke, *Istota systemu rachunkowości*, [w:] W. Gabrusewicz, J. Samelak (red.), *Podstawy rachunkowości*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań 2011.

gospodarczych zachodzących w przedsiębiorstwie oraz ich dostosowywaniu do potrzeb informacyjnych jej użytkowników – zarówno wewnętrznych, jak i zewnętrznych¹⁶.

Nieustannie rozwijająca się świadomość społeczeństwa w obszarze kwestii etycznych, społecznych i środowiskowych, a także ewolucja celów ekonomicznych, prowadzi do nasilania się oczekiwań informacyjnych z zakresu odpowiedzialności społecznej, jak również przejrzystości ów informacji. Nasilenie to dotyczy ponadto potrzeb kierownictwa „rozliczającego” się ze swoich działań z grupami interesariuszy (pracownikami kontrahentami, grupami nacisku¹⁷).

E. Burzym¹⁸ wśród cech systemu rachunkowości, pozwalających na dostosowanie go do specyfiki i konkretnych sytuacyjnych uwarunkowań działania przedsiębiorstwa, wymienia elastyczność, uniwersalność, selektywność oraz otwartość. Pozwalają one na poszerzanie obszarów zainteresowań teoretyków rachunkowości, a wręcz poszukiwanie i tworzenie nowych dziedzin, skutkujące występowaniem w literackim nazewnictwie, obok terminów „rachunkowość finansowa”, „rachunkowość zarządcza”, m.in. pojęcia „rachunkowości odpowiedzialności społecznej”.

Zdaniem T. Gabrusewicza¹⁹ wciąż pozostaje wiele do zrobienia w zakresie stworzenia całościowej teorii rachunkowości odpowiedzialności społecznej. W swej rozprawie doktorskiej podjął on próbę zdefiniowania kluczowego dla dalszych rozważań pojęcia: „rachunkowość odpowiedzialności społecznej to rachunkowość uwzględniająca obciążenia i korzyści dla społeczeństwa wynikające z działalności konkretnego podmiotu przedstawione w formie wartościowej lub opisowej. Wskazuje miejsca powstawania tych obciążeń i korzyści. W powiązaniu z zasadami nadzoru korporacyjnego jest narzędziem wskazującym ośrodki odpowiedzialne za obciążenia i korzyści dla społeczeństwa wynikające z prowadzonej przez podmiot gospodarujący działalności”. W myśl powyższej definicji, zadaniem rachunkowości uwzględniającej odpowiedzialność za sprawy społeczne jest

¹⁶ S. Sojak, J. Stankiewicz, *Podstawy rachunkowości. Wydanie II uaktualnione*, TNOiK, Toruń 2014.

¹⁷ Pojęciem „grupy nacisku” określa się organizacje lobbujące na rzecz osiągnięcia korzystnych – z punktu widzenia założonych przez nie celów – efektów działań podmiotów lobbowanych.

¹⁸ E. Burzym, *Spoleczna funkcja rachunkowości*, „Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości”, tom 45, Stowarzyszenie Księgowych w Polsce, Warszawa 2008.

¹⁹ T. Gabrusewicz, *Rachunkowość odpowiedzialności społecznej w kształtowaniu nadzoru korporacyjnego*, Wydawnictwo C. H. Beck, Warszawa 2010.

więc identyfikacja, pomiar oraz raportowanie informacji o wpływie działań jednostki gospodarczej na ogół społeczeństwa oraz środowisko naturalne.

W niniejszych rozważaniach nie sposób nie odnieść się do paradygmatu człowieka racjonalnego (*homo oeconomicus*), który jako wolna jednostka poprzez ukierunkowanie na dobro własnych interesów, przyczynia się do dobra ogółu społeczeństwa. Tematykę tę pośrednio poruszały M. Stępień i Z. Wydymus²⁰ opisując realizację wybranych celów ekonomicznych kierownictwa, m.in. maksymalizację zyskowności oraz optymalizację płynności finansowej, bezpośrednio oddziaływujących na odpowiedzialność społeczną. Wysoka zyskowność przedsiębiorstwa jest podstawą samofinansowania, gwarantuje stabilność zatrudnienia, jak również możliwość tworzenia nowych miejsc pracy, możliwy wzrost płac oraz zysków właścicieli, przekładające się na wzrost poziomu życia społeczeństwa oraz wzrost dochodów budżetowych. Utrzymanie optymalnego poziomu zdolności do regulowania zobowiązań jest gwarantem braku powstawania zatorów płatniczych mających znaczący wpływ na kondycję finansową kontrahentów, zapobiegając tym samym bardzo negatywnym ze społecznego punktu widzenia zjawiskom takim jak np. bezrobocie.

W myśl autorek, do oceny odpowiedzialności społecznej jednostki nie wystarczą jednak elementy sprawozdania finansowego wynikające z ustawy z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości, natomiast nakreślają misję rachunkowości do uwzględniania przekrojów informacji specyficznych i niezbędnych do oceny realizacji koncepcji CSR.

Warto podkreślić coraz częstsza obecność w teoriach ekonomicznych paradygmatu człowieka emocjonalnego (*homo sapiens oeconomicus*), kierującego się w swych wyborach również pozaekonomicznymi przesłankami. Do rozważenia przez czytelnika zostaje natomiast postawione pytanie, czy długookresowo jednostka jest w stanie osiągnąć więcej korzyści działając egoistycznie, czy podejmując decyzje optymalne z jednocześnie punktu widzenia jednostki oraz społeczeństwa.

Upublicznianie treści związanych ze społeczną odpowiedzialnością biznesu obecnie odbywa się w postaci udostępniania raportów: społecznych, zrównoważonego rozwoju²¹, środowiskowych, informacji w raportach rocznych tudzież sygnalizowania takiej działalności na stronach inter-

²⁰ M. Stępień, Z. Wydymus, *Rola rachunkowości w kształtowaniu społecznej odpowiedzialności jednostki*, „Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie”, nr 750, Kraków 2007.

²¹ Pomimo wielu wspólnych cech, pojęcia „CSR” i „zrównoważony rozwój” nie mogą być traktowane synonimicznie.

netowych jednostek. M. Macuda²² wskazuje na główną wadę prezentowanych współcześnie informacji, mianowicie ich retrospektywny kierunek. Postulowana jest natomiast potrzeba informacyjna mająca charakter prognostyczny w odniesieniu do potencjalnych kierunków rozwoju jednostki. Powszechnie zwraca się również uwagę na wzrost istotności opracowywania i publikowania informacji o charakterze niefinansowym.

Wzrost znaczenia koncepcji CSR w szeroko rozumianym biznesie prowadzi do ujawniania informacji zgodnych z ów ideą, pochodzących z nieustannie ewoluującego systemu rachunkowości. Z uwagi na rosnącą świadomość społeczeństwa w odniesieniu do reprezentowanych przez teorię społecznej odpowiedzialności wartości, może prowadzić to do chęci budowy na jej podstawie przewagi konkurencyjnej przez podmioty gospodarcze.

Niejednokrotnie jednak niezrozumienie ów koncepcji oraz konserwatywne nastawienie jednostek na realizację sygnalizowanych już egoistycznych celów skłania je do publikowania raportów niezgodnych z nadrzędną zasadą rachunkowości – wiernego i rzetelnego obrazu. W konsekwencji praktyki te mogą znaleźć nieproporcjonalne odzwierciedlenie w postaci utraty zaufania do informacji generowanych przez całość systemu rachunkowości.

Z badania przeprowadzonego przez KPMG w latach 2011–2013²³ wynika, iż raportowanie społecznej odpowiedzialności przez przedsiębiorstwa staje się zjawiskiem coraz bardziej powszechnym. Z grupy 4100 przedsiębiorstw (100 największych jednostek gospodarczych z 41 krajów) w roku 2013 aż 71% sporządziło raport CSR. W Polsce, która do badania dołączyła w roku 2013 odsetek ten wyniósł 56%.

Odnosząc się do przyszłości sprawozdawczości przedsiębiorstw, E. Eljasiak²⁴ wskazuje jednoznacznie, iż zmierza ona w kierunku sprawozdawczości zintegrowanej²⁵. Dostarczy ona odbiorcom, w sposób przejrzysty, informacji finansowych jak i niefinansowych, cechujących się relewancją, porównywalnością i wiarygodnością. Celem zintegrowanej spra-

²² M. Macuda, *Rachunkowość odpowiedzialności społecznej – raportowanie zagadnień środowiskowych*, [w:] *Studia Oeconomica Posnaniensia* 2015, vol. 3, no. 1, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań 2015.

²³ KPMG, *The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting: Executive Summary*, 2013.

²⁴ E. Eljasiak, *W kierunku zintegrowanej sprawozdawczości*, „Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości”, tom 62, Stowarzyszenie Księgowych w Polsce, Warszawa 2011.

²⁵ Z przeprowadzonego przez KPMG badania wynika jednak, iż sprawozdania zintegrowane w roku 2013 sporządziło tylko 10% firm.

wozdawczości jest kreacja jasnego i wszechstronnego obrazu działalności przedsiębiorstwa, jego modelu biznesowego, kultury organizacyjnej, wsparcia lokalnych społeczności, dbałości o środowisko naturalne. Sprawozdanie zintegrowane jest więc zagregowaną informacją ekonomiczną, środowiskową i społeczną.

Zakończenie

Zastosowane metody badawcze umożliwiły realizację celu artykułu w stopniu zamierzonym przez autorów.

Koncepcja CSR jest prężnie rozwijającym się oraz zyskującym na znaczeniu zagadnieniem w gospodarce światowej, również w Polsce.

Z uwagi na fakt, iż przedsiębiorstwa funkcjonują w nieustannie zmieniającym się otoczeniu, standardy i modele sprawozdawczości muszą być dostosowywane nie tylko przez wzgląd na trendy i warunki rynkowe, ale również w odniesieniu do potrzeb interesariuszy oraz rozwoju technologii informacyjnych. Szerszy staje się również zakres informacji dostarczanych przez sprawozdawczość finansową, ale również wzrasta znaczenie publikowanych informacji niefinansowych oraz jakości prezentowanych danych²⁶. Tak więc ewolucja rachunkowości związana jest z nieustannie upowszechniającą się świadomością społeczeństwa związanej z zagadnieniami społecznej odpowiedzialności biznesu, wymuszając na przedsiębiorstwach prowadzenie działalności w sposób umożliwiający im brak utraty konkurencyjności.

Choć widać wyraźny postęp w zakresie raportowania CSR przez przedsiębiorstwa, nie ulega wątpliwości, iż przed współczesnym systemem rachunkowości wciąż długa droga do osiągnięcia satysfakcjonującego poziomu integralności sprawozdań. Podobnie jak długa droga czeka społeczeństwo do uświadomienia sobie istotności wartości reprezentowanych przez CSR.

²⁶ R. Dyląg, E. Puchalska, *Raportowanie zagadnień środowiskowych i społecznych*, „Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości”, tom 75, Stowarzyszenie Księgowych w Polsce, Warszawa 2014.

Bibliografia

- Bartkowiak G., *Spoleczna odpowiedzialność biznesu w aspekcie teoretycznym i empirycznym*, Difin, Warszawa 2011.
- Bembenek B., *Spoleczna odpowiedzialność przedsiębiorstw Doliny Lotniczej w świetle badań empirycznych*, [w:] Z. Pisz, M. Rojek-Nowosielska (red.), *Spoleczna odpowiedzialność biznesu. Uwarunkowania, kontrowersje, dobre i złe praktyki*, Prace Naukowe UE we Wrocławiu, nr 42, Wyd. UE Wrocław, Wrocław 2009.
- Burzym E., *Spoleczna funkcja rachunkowości*, „Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości”, tom 45, Stowarzyszenie Księgowych w Polsce, Warszawa 2008.
- Dyląg R., Puchalska E., *Raportowanie zagadnień środowiskowych i społecznych*, „Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości”, tom 75, Stowarzyszenie Księgowych w Polsce, Warszawa 2014.
- Ebenstein L., *Milton Friedman. Biografia*, Difin, Warszawa 2009.
- Eljasiaś E., *W kierunku zintegrowanej sprawozdawczości*, „Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości”, tom 62 (118), Stowarzyszenie Księgowych w Polsce, Warszawa 2011.
- Gabrusewicz T., *Rachunkowość odpowiedzialności społecznej w kształtowaniu nadzoru korporacyjnego*, Wydawnictwo C. H. Beck, Warszawa 2010.
- Gasparski W., Lewicka-Strzałecka A., Rok B., Sulczewski G., *Europejskie i światowe standardy etyki oraz społecznej odpowiedzialności w działalności gospodarczej*. Centrum Etyki Biznesu IFiS PAN i WSPiZ, Warszawa 2004.
- Kietliński K., *Religijne, historyczne i kulturowe uwarunkowania etyki biznesu*. [w:] *Etyka w biznesie i zarządzaniu*, Wyd. Oficyna Ekonomiczna. Kraków 2005.
- Komosa A., *Szkolny słownik ekonomiczny*, Zakład wydawnictw MCNEMT, Warszawa 1994.
- Kos B., *Przesłanki społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, [w:] *Spoleczna odpowiedzialność – aspekty teoretyczne i praktyczne*, ks. G. Polok (red), „Zeszyty naukowe”, Wyd. UE Katowice, Katowice 2011.
- Kostera M. (red.), *Nowe kierunki w zarządzaniu*, Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008.
- Macuda M., *Rachunkowość odpowiedzialności społecznej – raportowanie zagadnień środowiskowych*, [w:] *Studia Oeconomica Posnaniensia 2015*, vol. 3, no. 1, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań 2015.
- Nakonieczna J., *Spoleczna odpowiedzialność przedsiębiorstw międzynarodowych*, Difin, Warszawa 2008.
- Poetschke H., *Istota systemu rachunkowości*, [w:] W. Gabrusewicz, J. Samelak (red.), *Podstawy rachunkowości*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań 2011.
- Rok B., *Instytucjonalizacja społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw. Perspektywa teoretyczna i strategia badawcza*. [w:] Pańków W., Rok B., Strumińska-Kutra M., Woźniczko J. (red.), *Oblicza społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2010.
- Sachs J., *Nasze wspólne bogactwo. Ekonomia dla przeludnionej planety*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009.
- Sojak S., Stankiewicz J., *Podstawy rachunkowości. Wydanie II uaktualnione*, TNOiK, Toruń 2014.

Stępień M., Wydymus Z., *Rola rachunkowości w kształtowaniu społecznej odpowiedzialności jednostki*, „Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie”, nr 750, Kraków 2007.

Żelazna-Blicharz A., *Społeczna odpowiedzialność w procesie gospodarowania a zrównoważona produkcja i konsumpcja*, Wydawnictwo Politechniki Lubelskiej, Lublin 2013.

Źródła internetowe

KPMG, *The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting: Executive Summary*, 2013, <https://www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/corporate-responsibility/Documents/corporate-responsibility-reporting-survey-2013-exec-summary.pdf> [dostęp: 07.11.2015].

Sprawozdawczość finansowa podlega w ostatnich latach nieustającej krytyce. Uważa się, że nie jest ona w stanie sprostać rosnącym potrzebom i wymaganiom inwestorów, którzy nie zadowolają się już suchą informacją z raportów finansowych. Decyzje o lokowaniu kapitału wymagają obecnie danych o charakterze finansowym i niefinansowym, dobrowolnych ujawnień informacji niewymaganych prawem, o znacząco rozszerzonym zakresie, pozwalających na przewidywanie sytuacji finansowej i wyników jednostki w przyszłości. W erze społeczeństwa informacyjnego raport finansowy jednostki gospodarczej stopniowo ewoluje w kierunku raportowania biznesowego. Inwestorzy potrzebują danych o znacznie większej przejrzystości, zrozumiałych i często wspomaganych informacjami opisowymi.

Prezentowana publikacja stanowi głos w dyskusji nad ewolucyjnym charakterem, kształtem, kierunkami rozwoju oraz perspektywami współczesnej rachunkowości.

Książka dostępna również
jako e-book

WYDAWNICTWO
UNIwersYTETU
ŁÓDZKIEGO

www.wydawnictwo.uni.lodz.pl
e-mail: ksiegarnia@uni.lodz.pl
tel. (42) 665 58 63

ISBN 978-83-8088-119-8

9 788380 881198