Zarządzanie

Ewolucja rachunkowości w teorii i praktyce gospodarczej

pod redakcją
Ewy Śnieżek, Filipa Czechowskiego i Sylwii Doroby

Klaudia Jurzec, Aleksandra Rapacz*

Raportowanie zintegrowane jako nowy trend w raportowaniu organizacji

Wstęp

Obecnie żyjemy w świecie, gdzie informacja ma ogromną wartość. Szczególnie mogą się przekonać o tym przedsiębiorstwa, dla których to pojęcie jest podstawą egzystencji. Informacje pozwalają na komunikację, odczytanie i wymianę danych oraz zrozumienie w jaki sposób przedsiębiorstwa działają na rynku. Sprawozdania finansowe są już niewystarczające. Od przedsiębiorstw wymaga się, by oprócz danych finansowych informujących o ich kondycji, komunikowały również o danych niefinansowych, które wpływają na ich działalność. O to, by dane zostały przedstawione w sposób jasny, zrozumiały, przejrzysty, zawierały istotne informacje przydatne i przyjazne odbiorcom, dbają raporty zintegrowane.

1. Istota raportowania zintegrowanego

Do niedawna, najważniejszymi informacjami jakie firmy udostępniały publicznie były sprawozdania finansowe z ich działalności. Rachunek zysków i strat, przepływy pieniężne i reszta elementów sprawozdania finansowego to była podstawa komunikowania firm o rezultatach z ich pracy¹. Prezentowane wyniki finansowe były fundamentem, przy pomocy którego interesariusze mogli ocenić sytuację spółki. Obecnie, to za mało. Przestały

* Studenci ze Studenckiego Koła Naukowego Audytor z Krakowa, Akademia Górniczo-Hutnicza im. Stanisława Staszica, Wydział Zarządzania, Katedra Rachunkowości, 30-067 Kraków, ul. Gramatyka 10.

¹ <http://dspace.uni.lodz.pl/xmlui/bitstream/handle/11089/2030/313-325.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [dostęp: 12.11.2015].

być ważne tylko i wyłącznie dane liczbowe mówiące o zyskach i stratach przedsiębiorców. Zaczęto zwracać uwagę na inne aspekty wpływające na przedsiębiorstwa, które, jak się okazuje, mają wpływ na jego kondycję i są powiązane z efektami finansowymi. Co więcej, przy wymagającym społeczeństwie, zainteresowani wymagają, aby powiadamiać ich o istotnych wydarzeniach z życia firmy, relacjach z ludźmi, środowiskiem w jakim działają, jakie mają plany na przyszłość. Te i wiele innych aspektów powinny znajdować się w ich corocznych raportach. I pojawiają się, ponieważ wiele przedsiębiorstw, obok raportów z danymi finansowymi, tworzy raporty o zrównoważonym rozwoju czy związane ze społeczną odpowiedzialnością. Jednak bardzo często, osobne raporty nie sprawdzają się, nie spełniają oczekiwań czytelników. Spowodowane jest to natłokiem wiadomości w nich zawartych. Są niejasne, ze względu na powtarzalność informacji zawartych w raportach, brak jest w nich przejrzystości, zazwyczaj mają dość długą formę, co zniechęca do ich przejrzania oraz nierzadko zawierają sporo zbędnych, niepotrzebnych danych i komunikatów.

Z wyżej wymienionych powodów, w ostatnich latach dość szybko wzrosła popularność tzw. raportów zintegrowanych. Jest to zjawisko stosunkowo młode, powoli wdrażane, ale liczne przedsiębiorstwa już zaczynają doceniać jego wagę i zalety. „Raportowanie zintegrowane łączy w sobie istotne informacje na temat strategii, zarządzania, wyników i perspektyw na przyszłość organizacji, w sposób, który odzwierciedla ekonomiczny, społeczny i środowiskowy kontekst, w którym ona działa²”. Taki raport, łączący poszczególne sprawozdania, pozwala na wyraźne przedstawienie, wyjaśnienie i zrozumienie w jaki sposób informacje niefinansowe mogą wpływać na działalność oraz sytuację firmy.

Przedsiębiorstwa bardzo dbają o swój wizerunek zewnętrzny. Już dawno minęły czasy, gdy jedynym najważniejszym celem korporacji była maksymalizacja zysków. Oczywiście jest to wciąż ważne, bo żeby istnieć, móc konkurować i dobrze prosperować pieniądze są potrzebne. Jednak przedsiębiorcy coraz częściej zadają sobie pytanie w jaki sposób przyciągnąć do swojej firmy uwagę interesariuszy oraz jak utrzymać z nimi długookresową relację? Aby pozyskać ich zaufanie, przedsiębiorstwa muszą być otwarte, wyjść do otoczenia i pokazać im co i jak wpływa na osiągnięte przez nich wyniki finansowe. Nie liczy się tylko analizowanie liczb poja-

² *Raportowanie danych pozafinansowych Przewodnik dla przedsiębiorstw*, <http://taxand.pl/attachments/Book/Raportowanie%20danych%20pozafinansowych%20-%20Przewodnik%20dla%20przedsi%C4%99biorstw.pdf> [dostęp: 12.11.2015].

wiających się w sprawozdaniach finansowych ale to, jaką strategię biznesu obierają firmy oraz jakie cele stawia przed sobą i jakie działania przewiduje w przyszłości³. Dlatego tworzone przez firmy raporty zintegrowane, jeżeli w sposób właściwy są przedstawione, przyciągną uwagę interesariuszy lub utwierdzą w przekonaniu, że wartość, jaką dana firma tworzy jest na odpowiednio wysokim poziomie, co skutkuje większym zainteresowaniem spółką, a także zwiększa jej wiarygodność.

Choć mogłoby się wydawać, że raporty zintegrowane są doskonałym rozwiązaniem w świetle obecnych wymogów i zobowiązań jakie pojawiają się przed przedsiębiorstwami, to stosunkowo niewiele firm zdaje sobie sprawę z ich przydatności. Z takim raportem można najczęściej spotkać się w dużych, dobrze prosperujących firmach, będących na bieżąco ze zmianami, jakie zachodzą w otoczeniu. Coraz więcej korporacji, także mniejszych przedsiębiorstw, tworzy lub będzie tworzyć takie raporty, ale na chwilę obecną jest bardzo dużo firm, które nadal skupiają się i przedstawiają wyniki swojej działalności tylko w postaci sprawozdań finansowych i nie mają pojęcia w jaki sposób ująć i przedstawić dane niefinansowe. W Polsce, od 2017 roku, raportowanie takich danych będzie obowiązkowe i będzie stanowiło nieodłączną część raportu rocznego, zatem przedsiębiorstwa będą musiały się do tego odpowiednio przygotować. W pomiarze ich działalności i sporządzeniu raportów pomocne będą pewne standardowe wskaźniki, z jakich przedsiębiorstwa mogą korzystać. Są to m.in. wytyczne GRI, zawierające „ogólnie przyjęte ramy raportowania ekonomicznych, środowiskowych oraz społecznych aspektów funkcjonowania organizacji⁴”, wytyczne KPI określające wskaźniki efektywności przedsiębiorstw, czy też założenia Międzynarodowej Rady Raportowania Zintegrowanego (IIRC).

Typowy raport zintegrowany składa się z elementów i zagadnień takich jak⁵:

- ✓ przegląd organizacji środowiska zewnętrznego,
- ✓ zarządzanie i ład organizacyjny,

³ http://raportyspoleczne.pl/wp-content/uploads/2013/12/Pichola_I_Raportowanie-zintegrowane_2013.pdf [dostęp: 12.11.2015].

⁴ E. I. Szczepankiewicz, *Definiowanie zakresu zasięgu i jakości zintegrowanego sprawozdania* [w:] Z. Luty, A. Łakomniak, A. Mazur (red.), *Przyszłość rachunkowości i sprawozdawczości – założenia, zasady, definicje. Ujawnienia informacji w sprawozdaniu finansowym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2013, s. 176.

⁵ http://raportyspoleczne.pl/wp-content/uploads/2013/12/Pichola_I_Raportowanie-zintegrowane_2013.pdf [dostęp: 12.11.2015].

- ✓ model biznesowy,
- ✓ strategia i alokowanie zasobów,
- ✓ szanse i ryzyka,
- ✓ wyniki,
- ✓ perspektywy na przyszłość.

Oprócz wyżej wymienionych składników, raport zintegrowany może być poszerzony o zagadnienia, jakimi przedsiębiorstwo chce się podzielić z odbiorcami, które uważa za ważne. Mogą być to np. opis polityki firmy i jej wynik, ocena ryzyka, miary przeciwdziałania korupcji, niekorzystnym działaniu na rzecz przyrody, aspekty pracownicze, społeczne i poszanowania praw człowieka⁶.

2. Korzyści płynące z raportowania zintegrowanego

Poprawnie i przejrzysto sporządzony raport zintegrowany świadczy o pozytywnym wizerunku firmy. Zdecydowanie lepiej przeglądać strony, na których panuje porządek, a informacje są przedstawione w sposób logiczny i zachęcający do przeczytania. Nie da się ukryć, że prezentowanie danych niefinansowych staje się coraz bardziej popularne. Niektórzy interesariusze, którzy do pewnego momentu traktowali jakieś przedsiębiorstwo z dystansem, zwracają na nie swoją uwagę widząc otwartość takiej instytucji, a te z kolei zdobywają zaufanie odbiorców. Zdecydowana większość potwierdza, że właściwie i umiejętnie opracowany raport tworzy korzystny obraz przedsiębiorstwa.

Jak zatem powinien wyglądać taki raport? Na co zwrócić szczególną uwagę? Kluczowe cechy jakimi powinien charakteryzować się raport zintegrowany to⁷:

- ✓ istotność, zwężłość i przejrzystość – z raportu powinny zostać wyeliminowane informacje, które są zbędne i niepotrzebne, ponieważ prowadzi się to do stworzenia długich raportów, których czytelnik wcale nie będzie chciał czytać. Tekst treściwy z uwzględnieniem najważniejszych komunikatów, a także dbanie o to, by raport był czytelny i zrozumiały,
- ✓ rzetelność i kompletność – kompetentne, uczciwe i autentyczne oraz całościowe dane,

⁶ <http://www.bankier.pl/wiadomosc/Ponad-300-najwiekszych-spolek-i-instytucji-w-Polsce-z-nowym-obowiazkiem-raportowania-3341317.html> [dostęp: 3.11.2015].

⁷ http://www.brief.pl/artykul,1343,raportowanie_jakie_znamy_odchodzi_do_lamus_a.html [dostęp: 13.11.2015].

- ✓ spójność, porównywalność – połączenie informacji o zarządzaniu i wynikach firmy z aspektami społecznymi, ekologicznymi i ekonomicznymi oraz ułatwienie porównania ich z innymi raportami,
- ✓ odpowiadanie na potrzeby interesariuszy – informowanie o inicjatywach firmy, angażowanie w działania, dbać o to, by obydwie strony czerpały korzyści ze współpracy i byli dla siebie partnerami,
- ✓ skupienie na strategii i planach na przyszłość – przedstawienie prognozy przedsiębiorstwa, jakie ma cele na przyszłość, co zamierza zmienić, ulepszyć i w jaki sposób chce do tego dojść.

Korzyści jakie wynikają z dobrze przyrządzonego raportu jest wiele i są one dostrzegalne zarówno przez przedsiębiorców jak i interesariuszy. Przede wszystkim w raporcie są eksponowane postępowania, działania firmy. Firma otwarcie przedstawia swoje poczynania w zakresie swojej działalności, jak również wpływu na otoczenie, przez co staje się bardziej wiarygodna. Przy rosnących oczekiwaniach inwestorów, będących jednym z najważniejszych interesariuszy dla przedsiębiorstwa, raporty zintegrowane są dobrym źródłem do zaprezentowania spółki i pozyskania lojalności inwestorów. Pozwalają również na zwiększenie konkurencyjności. Na tle innych przedsiębiorstw, dodatkowym atutem jest wzorowo sporządzony raport. Co więcej, opracowując taki raport, przedsiębiorstwa uświadamiają sobie o swoich mocnych i słabych stronach, ale mogą również porównać je z innymi firmami, co daje możliwość zniwelowania braków bądź ulepszenia niektórych obszarów swojej działalności. Oprócz tego zwiększenie zaufania inwestorów, co pociąga za sobą wzrost możliwości pozyskania kapitału, zainteresowanie pozostałych interesariuszy oraz tworzenie korzystnej reputacji.

Nie należy jednak zapominać o trudnościach, jakie niesie ze sobą tworzenie raportów zintegrowanych. Takie raporty wymagają większego wkładu pracy w jego stworzenie. Dokładna analiza, zachowanie spójności, wyodrębnienie danych, najważniejszych nie tylko z punktu widzenia firmy, to sprawy priorytetowe do zbudowania raportu. Potrzebni są wykwalifikowani, doświadczeni, kompetentni pracownicy, którzy opracują sprawozdanie. Ponadto, w raporcie mogą znaleźć się informacje poufne lub takie, których spółka niekoniecznie chciała udostępniać.

Kolejnym problemem jest trudność porównania raportów z innymi. Z uwagi na to, że raportowanie zintegrowane jest stosunkowo młodym zjawiskiem, niewiele spółek wykorzystuje to narzędzie, przez co zestawienie danych między spółkami może być skomplikowane. Należy jednak spodziewać się rosnącej liczby raportów zintegrowanych, co pozwoli na eliminację niektórych przeszkód.

3. Specyfika Raportu Zintegrowanego na przykładzie PKN ORLEN S.A.

Z uwagi na ciągłe doskonalenie metod sporządzania raportów oraz spójne raportowanie danych finansowych i pozafinansowych, Grupa ORLEN w celu ulepszenia komunikacji z interesariuszami, sporządziła po raz pierwszy Raport Zintegrowany na 2014 rok. Dotychczasowym dorobkiem spółki było czternaście raportów rocznych i dziesięć raportów społecznej odpowiedzialności biznesu. Raporty z zakresu społecznej odpowiedzialności spółka od 2008 roku sporządzała zgodnie z międzynarodowymi standardami GRI⁸.

Raport Spółki Orlen został przedstawiony wyłącznie w formie on-line, z uwagi na konstrukcję raportu oraz zapewnienia czytelnikowi łatwiejszego łączenia poszczególnych elementów. Idea raportu powstała w oparciu o sześć kapitałów takich jak⁹:

- ✓ kapitał finansowy,
- ✓ kapitał produkcyjny,
- ✓ kapitał intelektualny,
- ✓ kapitał ludzki,
- ✓ kapitał społeczny,
- ✓ kapitał naturalny.

W pierwszej kolejności zaprezentowane zostały informacje wprowadzające czytelnika w tematykę działalności podstawowej spółki. Pierwsza strona raportu prezentuje informacje takie jak¹⁰:

- ✓ szeroka charakterystyka przedsiębiorstwa,
- ✓ list Prezesa Zarządu PKN ORLEN S.A.,
- ✓ charakterystyka otoczenia,
- ✓ proces dążenia do raportowania zintegrowanego,
- ✓ opinia biegłego rewidenta.

Raport Zintegrowany Grupy ORLEN zawiera również założenia globalnych standardów i trendów stosowanych w sprawozdawczości firm, znanych jako IIRC¹¹ oraz tabele zawierające wskaźniki GRI. Kolejnym krokiem spółki w docieraniu do interesariuszy jest elektroniczna ankieta, która umożliwia zapoznanie się z opinią na temat stworzonego raportu. Zastosowanie ankiety, jako elementu raportu, świadczy o zainteresowaniu

⁸ Global Reporting Initiative.

⁹ <http://raportzintegrowany.orken.pl/pl/nasza-firma/kim-jestesmy> [dostęp: 12.11.2015].

¹⁰ Ibidem.

¹¹ International Integrated Reporting Council.

spółki opinią czytelników na temat działania i strategii oraz ciągłego doskonalenia sporządzanych raportów.

Kluczowym elementem zawartym w raporcie spółki są niezbędne informacje, które Raport Zintegrowany powinien zawierać. Tabela 1. zawiera podstawową strukturę raportu, poruszone kwestie wraz z krótką charakterystyką poszczególnych zagadnień. Podstawowy schemat raportu wzbogaczony został o informacje dodatkowe. Każda kwestia poruszana w danym raporcie posiada informacje na temat powiązania z konkretnymi kapitałami, na których opiera się cała idea sporządzonego raportu.

Tabela 1. Ogólna struktura raportu Spółki PKN ORLEN S.A.

Podstawowe zagadnienia zawarte w raporcie	Zakres ujawnionych informacji
Strategia Firmy	Zawiera perspektywę firmy zarówno pod kątem podstawowej działalności, jak również aspektów związanych ze społeczną odpowiedzialnością.
Działalność firmy w roku 2014	Szczegółowy opis działań spółki podjętych m. in. w ramach badań i rozwoju, produkcji, sprzedaży, źródeł zaopatrzenia jak również działalności w segmencie detalicznym czy wydobywczym.
Odpowiedzialna firma	Spółka porusza aspekty zarówno ochrony środowiska, polityki kadrowej, bezpieczeństwa pracowników, prowadzony wolontariat czy nastawienie na klientów, jak i wiele różnych aspektów podkreślających odpowiedzialne nastawienie spółki względem otoczenia podczas realizacji działań związanych z podstawowymi działaniami.
Ład korporacyjny	Zaprezentowane zostały m. in. skład Rady Nadzorczej oraz Zarządu, zależności zachodzące pomiędzy sektorami, jak również informacje dotyczące nastawienia przedsiębiorstwa na ryzyko czy też decyzje podejmowane podczas walnego zgromadzenia.
Ryzyka i szanse	Szeroko sklasyfikowany podział ryzyka wewnątrz spółki, zobrazowany zintegrowany system zarządzania ryzykiem, jak również strategia budowy wartości firmy.
Wyniki finansowe	Raport zawiera przejrzysty skonsolidowany raport finansowy spółki z komentarzami oraz opinią biegłego rewidenta.

Źródło: opracowanie własne na podstawie Raportu Zintegrowanego PKN ORLEN 2014.

<http://raportzintegrowany.orken.pl/pl> [dostęp: 13.11.2015].

Konstrukcja raportu swoją specyficzną formą raportowania jest stosunkowo prosta dla czytelnika. Liczne zdjęcia, schematy, zestawienia danych skonstruowane są w sposób nowoczesny. Możliwości technologiczne wykorzystane przez Spółkę PKN ORLEN w pierwszym sporządzonym raporcie zintegrowanym można uznać za silną stronę oraz ciągły wzrost znaczenia kontaktu z interesariuszami. Szczególną uwagę zwrócić należy na zastosowane panele, prezentujące w sposób interaktywny model biznesowy, mapę interesariuszy, jak również matrycę istotności zagadnień finansowych, społecznych czy środowiskowych przedstawionych z perspektywy firmy oraz otoczenia. Spółka poprzez zastosowanie nowoczesnych metod prezentacji danych, postawiła bardzo wysoką poprzeczkę dla polskich przedsiębiorstw w stosunkowo młodej metodzie raportowania. Dowodem sukcesu spółki w podjęciu się sporządzenia danego raportu jest szerokie zainteresowanie powstałym raportem oraz liczne nagrody jakie spółka otrzymała za raport sporządzony w formie zintegrowanej.

4. Analiza porównawcza elementów budowy Raportu Zintegrowanego Spółki PKN ORLEN S.A. na tle wybranych polskich spółek

W celu zobrazowania elementów możliwych do zastosowania w raportach zintegrowanych, które mogą mieć znaczący wpływ na formę oraz wpływ na czytelników w Tabeli 2. przedstawiona została analiza przykładowych informacji jak również formy prezentacji danych zawartych w czterech wybranych raportach zintegrowanych. Z poniższej analizy można wywnioskować iż Spółka PKN ORLEN podejmując się sporządzenie pierwszego Raportu Zintegrowanego, postawiła bardzo wysoką poprzeczkę zarówno pozostałym przedsiębiorstwom tworzącym raporty, jak również własnej działalności. Korzystając z możliwości technologicznych, prezentacji multimedialnych danych statystycznych oraz wprowadzając ankietę badającą opinię, firma pokazuje, jak wielki potencjał posiada oraz jak bardzo zależy jej na poznaniu opinii interesariuszy. Raport został sporządzony na tyle dobrze, że Spółka musi liczyć się w przyszłości z wysokimi wymaganiami ze strony interesariuszy jakie na siebie nałożyła w przypadku sporządzania kolejnych raportów. Spółki porównane do PKN ORLEN S.A. przedstawione w Tabeli 2, również prezentują bardzo wysoki poziom prowadzenia tego typu sprawozdania jednak w wielu aspektach nie wykorzystywały możliwości prezentacji danych, które w znacznie lepszy sposób mogą przekazać niezbędne informacje. Wiele raportów ogranicza ilość dostarczanych informacji do minimum lub zaprezentowane są one w sposób nieczytelny.

Tabela 2. Analiza porównawcze elementów zastosowanych w raporcie PKN ORLEN S.A. na tle wybranych Spółek.

Wybrana Spółka Przykładowe elementy Raportu	PKN ORLEN S.A.	Grupa Azoty Zakłady Azotowe "Puławy" S.A.	KGHM Polska Miedź S.A.	Grupa Lotos S.A.
Podstawowe elementy zintegrowanego raportu (m.in. cele strategiczne, ład korporacyjny, sprawozdanie finansowe)	X	X	X	X
Charakterystyka przedsiębiorstwa	X	X	X	X
List Prezesa Zarządu	X	X	X	X
Graficzna prezentacja danych statystycznych	X	X	X	X
Opinia Biegłego Rewidenta	X		X	X
Załączniki (np. wskaźnik GRI, wyjaśnienie zastosowanych pojęć)	X	X	X	X
Ankieta badająca opinię interesariuszy	X	BRAK	BRAK	X
Wykorzystanie multimedialnych form prezentacji danych	X	BRAK	BRAK	X
Możliwość łatwego wyszukiwania informacji i sprawnego porównania danych	X	BRAK	X	X
Wersja do pobrania ze strony internetowej/ wydruku	BRAK	X	X	BRAK

Źródło: opracowanie własne.

Warto natomiast zwrócić uwagę na Raport Zintegrowany Grupy Lotos S.A., który pokazuje równie wysoki poziom raportowania co może świadczyć o ciągłym doskonaleniu oraz rywalizacji między przedsiębiorstwami w metodach raportowania.

Zakończenie

Podsumowując, można stwierdzić, że nowy trend jakim jest raportowanie zintegrowane stanowi podstawę do budowania silnej strategii oraz wizerunku firmy w dynamicznie zmieniającym się otoczeniu biznesowym. Obecnie poziom informowania pozafinansowego jest niewystarczający. Przedsiębiorstwa powinny nie tylko dążyć do spełniania wszelkich norm i wytycznych ale zrobić kolejny krok dla rozwoju przedsiębiorstwa i sporządzać raporty zintegrowane. Integracja danych finansowych z pozafinansowymi dąży do budowy dialogu pomiędzy organizacją a interesariuszami. Raportowanie zintegrowane w perspektywie czasu może stać się niezwykle ważnym narzędziem zarządzania dla kadry kierowniczej. Możemy spodziewać się rosnącej liczby tego typu raportów wśród polskich przedsiębiorstw. Stosowane metody prezentacji raportów oraz rozwiązania technologiczne jakie rynek jest w stanie dostarczyć sprawia, że będą one coraz ciekawsze. Przedsiębiorstwa które podjęły się sporządzania raportów zintegrowanych można uznać za liderów, kreujących nowe trendy na polskim rynku.

Bibliografia

- Luty Z., Łakomiak A., Mazur A., *Przyszłość rachunkowości i sprawozdawczości – założenia, zasady, definicje. Ujawnienia informacji w sprawozdaniu finansowym*, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Wrocław 2013.
- Samelak, J., *Zintegrowane sprawozdanie przedsiębiorstwa społecznie odpowiedzialnego*, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Poznań 2013.
- Szczepankiewicz E.I., *Definiowanie zakresu zasięgu i jakości zintegrowanego sprawozdania*, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Wrocław 2013.
- Walińska E., Bek-Gaik B., Gad J., Rymkiewicz B., *Sprawozdawczość przedsiębiorstwa jako narzędzie komunikacji z otoczeniem. Wymiar finansowy i niefinansowy*, Uniwersytet Łódzki, Łódź 2015.

Źródła internetowe

- <http://taxand.pl/attachments/Book/Raportowanie%20danych%20pozafinansowych%20-%20Przewodnik%20dla%20przedsi%C4%99biorstw.pdf> [dostęp: 12.11.2015].
- http://raportyspoleczne.pl/wp-content/uploads/2013/12/Pichola_I_Raportowanie-zintegrowane_2013.pdf [dostęp: 12.11.2015].
- http://raportyspoleczne.pl/wp-content/uploads/2013/12/Pichola_I_Raportowanie-zintegrowane_2013.pdf [dostęp: 12.11.2015].
- <http://www.bankier.pl/wiadomosc/Ponad-300-najwiekszych-spol-ek-i-instytucji-w-Polsce-z-nowym-obowiazkiem-raportowania-3341317.html> [dostęp: 13.11.2015].
- http://www.brief.pl/artyku1,1343,raportowanie_jakie_znamy_odchodzi_do_lamusa.html [dostęp: 12.11.2015].
- <http://raportzintegrowany.orlen.pl/pl/nasza-firma/kim-jestesmy> [dostęp: 12.11.2015].

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