Zarządzanie

Ewolucja rachunkowości w teorii i praktyce gospodarczej

pod redakcją
Ewy Śnieżek, Filipa Czechowskiego i Sylwii Doroby

Justyna Garbarczyk, Filip Czechowski*

Psychologiczny aspekt rachunkowości, jako możliwość oddziaływania na odbiorcę informacji

Wstęp

W dobie XXI wieku koncentrowanie się jedynie na działalności podstawowej przedsiębiorstwa nie gwarantuje osiągnięcia sukcesu. Jednostki zmuszone są do partycypowania w dodatkowych obszarach działalności niezwiązanych bezpośrednio z zakresem świadczonych usług. Starają się wdrażać podejście psychologiczne, dzięki któremu mają nadzieję na zwiększenie rozpoznawalności marki na rynkach lokalnych, krajowych oraz międzynarodowych. Poprzez odpowiednie ukazywanie informacji są w stanie pozyskać dodatkowy kapitał oraz wzmocnić poczucie przynależności pracowników do jednostki. Jest to zgoła odmienne założenie od panującego jeszcze w niedalekiej przeszłości. Przedsiębiorcy nie doceniali, a nawet nie zauważali psychologicznego aspektu stymulowania odbiorców informacji. Powszechnym było przekonanie, iż „dobra firma obroni się sama”. W niniejszym artykule zaprezentujemy rozwijające się trendy w rachunkowości, które mogą zrewolucjonizować wydźwięk informacji tworzonych przez rachunkowość.

1. Rachunkowość behawioralna

Rachunkowość w tradycyjnym ujęciu tarkuje człowieka w sposób automatyczny – przedstawiając go w systemie z jednej strony, jako osobę odpowiedzialną za agregowanie i zaprezentowanie danych, natomiast drugostronnie, jako odbiorcę informacji. Nie stanowi on istotnego elementu wspierającego procesy finansowe przedsiębiorstwa. W tradycyjnym ujęciu

* Studenci ze Studenckiego Koła Naukowego Rachunkowości SIGMA z Łodzi, Uniwersytet Łódzki, Wydział Zarządzania, Katedra Rachunkowości, 90-237 Łódź, ul. Jana Matejki 22/26.

nie analizuje się zachowania człowieka, jako elementu wspierającego odbiór informacji generowanych przez systemy finansowo-księgowe. W nowoczesnym podejściu do rachunkowości ludzie zaczynają doceniać wpływ, jaki człowiek wywiera na sposób zinterpretowania, a co za tym idzie przedstawienia zdarzeń gospodarczych w sprawozdaniach finansowych. Podejściem, które zwraca naszą uwagę na czynnik ludzki w świecie finansów jest rachunkowość behawioralna.

Według Elliot Aronson, Timothy D. Wilson oraz Robin M. Akert, „behawioryzm jest szkołą psychologiczną, której głównym założeniem jest zrozumienie ludzkiego zachowania poprzez skoncentrowanie się na nagradzającej właściwości środowiska – tzn. oddziaływaniu pozytywnych oraz negatywnych zdarzeń, zachodzących w otoczeniu jednostki badanej, na specyficzne zachowania¹”.

Różnorodne podejścia do rachunkowości można odzwierciedlić za pomocą piramidy (patrz Rysunek 1.).

Rysunek 1. Psychologiczne podejście rachunkowości w stosunku do stopnia zainteresowania człowiekiem

Źródło: opracowanie własne

Rachunkowość tradycyjna w najmniejszym stopniu zwraca uwagę na zachowanie człowieka spowodowane zdarzeniami gospodarczymi. W związku, z czym znalazła się na szczycie piramidy. Neurorachunkowość w porównaniu do pozostałych koncepcji rachunkowości w największym

¹ E. Aronson, T. D. Wilson, R. M. Akert, *Psychologia społeczna. Serce i umysł*, Zys i S-ka Wydawnictwo s.c., Poznań 1997, s 45.

stopniu skupia się na organizmie, zagłębiając się w reakcje jego mózgu na czynniki zewnętrzne związane stricte z dziedziną rachunkowości.

Jeszcze do niedawna łączenie nauk ekonomicznych z psychologią było uważane za nieistotne, czasochłonne i nieprzynoszące korzyści ekonomicznych. Wyniki nielicznych – przeprowadzanych w tym okresie badań zostały całkowicie pominięte ze względu na ich pozorną nieprzydatność w sektorze finansów. Ówczesna szkoła biznesu propagowała podejmowanie decyzji finansowych – zwłaszcza w działach inwestycyjnych/gieldowych – w sposób wykluczający emocje związane z przeprowadzanymi transakcjami. Podejście to, było przejawem przywiązania klasycznej ekonomii do racjonalności i podejmowania decyzji w sposób „chłodny” – czyli kierując się jedynie rachunkiem ekonomicznym oraz prawdopodobieństwem².

Behawioryzm w rachunkowości został stosunkowo niedawno dostrzeżony. Uznawany jest za metodę rachunkowości, która uwzględnia kluczowe osoby decyzyjne, jako część wartości firmy. Rachunkowość behawioralna została opracowana, aby efekty behawioralne były przejrzyste dla potencjalnych i obecnych udziałowców. Wdrożono to w celu lepszego zrozumienia wpływu ogółu procesów biznesowych, a także opinii na poszczególne osoby decyzyjne, których decyzje znajdują swoje odzwierciedlenie w teraźniejszości oraz sposób w jaki może on wpływać na sytuację jednostki i jej postrzeganie w przyszłości³.

Behawioryzm w rachunkowości może generować różnorodne problemy. Jednym z najgorszych z nich jest możliwość manipulowanie sprawozdaniami finansowymi, jaką daje liberalizacja regulacji prawnych. Może to być przyczyna negatywnych zachowań pracowników oraz podejmowanych nieodpowiednich, szkodzących przedsiębiorstwu decyzji⁴.

Wybór, który otrzymujemy dzięki rozszerzeniu dziedzin ekonomicznych o aspekty psychologiczne, generuje jednak kilka istotnych problemów zaprezentowanych w Tabeli 1.

² M. Mazurowska, *Paradygmat HOMO OECONOMICUS a rachunkowość behawioralna*, Studia Oeconomica Posnaniensia, Poznań 2014.

³ <http://www.investopedia.com/terms/b/behavioral-accounting.asp> [dostęp: 11.11.2015].

⁴ N. Artienicz, *Rachunkowość behawioralna jako interdyscyplinarny nurt rachunkowości i społecznych nauk o zachowaniu*, „Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości”, tom 71, nr 127, SKWP, Warszawa 2015, s.7–23.

Tabela 1. Wybrane aspekty rachunkowości finansowej a problemy behawioralne

Rachunkowość finansowa	
Wybrane aspekty	Problemy behawioralne
Stosowanie Międzynarodowych Standardów Rachunkowości (MSR) i Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej (MSSF)	Przyjęcie rozwiązań zawartych w MSR/MSSF w przedsiębiorstwach, które nie mają takiego obowiązku (decyzja dobrowolna) oraz stosowanie w jednostkach do tego zobligowanych.
Polityka rachunkowości	Prawa wyboru spośród różnych rozwiązań (metody, zasady i instrumenty) w przedsiębiorstwach stosujących krajowe prawo bilansowe. Prawa wyboru, czyli polityka rachunkowości w przedsiębiorstwach stosujących MSR/MSSF (np. tworzenie polityki rachunkowości na podstawie własnego osądu w przypadku braku konkretnych wytycznych).
Sporządzanie sprawozdań finansowych	Sporządzane sprawozdania finansowe są efektem finalnym m.in. takich działań, jak: uprawiana polityka rachunkowości, stosowane warianty wyceny składników majątkowych. Fałszowanie sprawozdań finansowych to przestępstwo przeciwko rynkowi, akcjonariuszom, inwestorom.

Źródło: M. Bąk, *Problemy behawioralne w rachunkowości przedsiębiorstwa*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”, nr 625, Szczecin 2011.

Rachunkowość Behawioralna w przypadku księgowego znajduje odzwierciedlenie w czynnościach, jakie podejmuje on po zweryfikowaniu zaistniałego zdarzenia gospodarczego w celu jego odpowiedniej agregacji. Sposób, w jaki postąpi jest wynikiem wpływu, jaki wywrze na nim otrzymana informacja.

Zachowanie człowieka determinowane jest jego percepcją – czyli sposobem w jak informacja wpływa na postrzeganie danej sytuacji. Rachunkowość behawioralna bada reakcje człowieka na zachodzące w procesie gospodarczym zmiany, doprowadzając do w pewnym sensie „wymuszenia” na jednostce podjęcia działań wcześniej przez nas zaplanowanych. Nie bada ona jednak sposobu, w jaki organizm człowieka reaguje na to zdarzenie. Elementem poszerzającym zakres rachunkowości behawioralnej, który stara się zbadać wpływ, jaki wywierają na nas zdarzenia ekonomiczno-finansowe, jest Neurorachunkowość.

1. Neurorachunkowość – nowy trend rozwoju

Według A. Miążka „Neurorachunkowość, podobnie jak neuroekonomia, dąży do wyizolowania reakcji na poziomie neuronalnym generujących obserwowalne zachowania ekonomiczne. Podstawę badań stanowi tu więc aktywność ludzkiego mózgu, będąca efektem zmian fenotypu. W wyniku procesu selekcji naturalnej nowe struktury nakładały się na starsze, formując tzw. nową korę (neocortex), której cztery płaty *wyspecjalizowały się* w pełnieniu określonych funkcji”⁵.

Neurorachunkowość *sensu stricto* zajmuje się badaniem człowieka – procesów neurofizjologicznych, które zachodzą w mózgu. Jest to kolejny krok w stosunku do zbadani zależności zachodzących pomiędzy rachunkowością a szeroko rozumianą psychologią. Stanowi ona kolejne ogniwo zaraz po rachunkowości behawioralnej, zagłębiające się tym razem w procesy neuronalne zachodzące w ośrodkowym układzie nerwowym. Odniesienie do poszczególnych łańcuchów rachunkowości pokazuje Tabela 2.

Tabela 2. Perspektywa patrzenia na człowieka w rachunkowości

Zakres rachunkowości	Dziedzina odniesienia	Perspektywa patrzenia na człowieka
Rachunkowość <i>sensu largo</i>	ekonomia, nauki o zarządzaniu, prawo	Pomijanie jednostek ludzkich lub traktowanie człowieka w kategoriach „automatycznej” części systemu rachunkowości
Rachunkowość behawioralna	psychologia, socjologia	Widoczne zachowania człowieka, emocje, postawy
Neurorachunkowość	biologia, chemia, medycyna	Procesy neuronalne zachodzące w mózgu człowieka

Źródło: N. Artienwicz, *Neurorachunkowość jako potencjalny, ale trudny kierunek rozwoju rachunkowości*, „Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości”, tom 82, nr 138, Warszawa 2015, s. 12.

Neurorachunkowość można potraktować, jako subdyscyplinę rachunkowości behawioralnej oraz neuroekonomii. Należy jednak pamiętać, że sama w sobie jest dopiero rozwijającym się nurtem. Można domniemać, iż

⁵ A. Miążek, *Neurorachunkowość jako nowoczesne podejście w rachunkowości*, Studia Oeconomica Posnaniensia, Poznań 2014.

będzie ona prężnie rozwijającą się dziedziną, wykorzystywaną w podejmowaniu kluczowych – dla obu zainteresowanych stron – decyzji biznesowych⁶. Korzenie Neurorachunkowości przedstawia poniższy schemat.

Schemat 1. Dziedziny tworzące Neurorachunkowość

Źródło: N. Artienwicz, *Neurorachunkowość jako potencjalny, ale trudny kierunek rozwoju rachunkowości*, „Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości”, tom 82, nr 138, Warszawa 2015, s. 13

Jednym z jej głównych celów jest pogłębienie zrozumienia istoty zjawisk finansowo-księgowych oraz ich postrzegania przez odbiorców. Neurorachunkowość zajmuje się również badaniem samych księgowych, a w szczególności ich skłonności do różnic w agregowania zdarzeń gospodarczych pod wpływem aspektu neurologicznego.

Perspektywy rozwoju Neurorachunkowości są szerokie. Jest to wciąż niezgłębiona dziedzina nauki, która może doprowadzić do przełomowych odkryć – które będą w stanie wygenerować odpowiedzi dające uzasadnienie podstawowym zasadom rachunkowości, np. dlaczego w rachunkowości została zastosowana zasada podwójnego zapisu? Co by było, gdyby DT zostało zamienione z CT?

Zaczęto zastanawiać się, jaki wpływ na zachowanie człowieka mają poszczególne decyzje finansowe. Sposób, w jaki człowiek odbiera te informacje, może przynieść korzyści ekonomiczne przedsiębiorstwu. Naukowcy zaczynają rozważać sposób wykorzystania percepcji jako elementu wspierającego prezentowanie i odbiór informacji zarówno finansowych jak i niefinansowych nie tylko zamieszczanych w sprawozdaniu, lecz także w komentarzu zarządu czy liście prezesa.

⁶ N. Artienwicz, *Neurorachunkowość jako potencjalny, ale trudny kierunek rozwoju rachunkowości*, „Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości”, tom 82, nr 138, Warszawa 2015, s. 12.

2. Świadome oddziaływanie na odbiorcę za pomocą kreatywnego przedstawiania informacji

Połączenie rachunkowości behawioralnej, Neurorachunkowości oraz CSR-u z tradycyjną rachunkowością daje nam możliwość świadomego kreowania wizerunku firmy w sposób przyciągający uwagę. Poprzez kreatywne, lecz zgodne z prawem i etyką zawodową prezentowanie informacji zawieranych np. w sprawozdaniach finansowych, przedsiębiorca jest w stanie przyciągnąć uwagę potencjalnych inwestorów jak i pozostałych odbiorców informacji. Ukazywanie na stronach internetowych jednostek, czy wykazywanie w informacji dodatkowej działań podjętych w celu ochrony środowiska, jak również polepszenia warunków bytowych społeczeństwa poprzez wspieranie finansowe odpowiednich organizacji lub włączanie się do akcji społecznościowych zwiększa wartość firmy na rynku poprzez zwiększenie świadomości konsumentów i inwestorów. Korzyści, jakie płyną poprzez zastosowanie metod PR'owych (z zastosowaniem CSR'u) w przedsiębiorstwie ukazuje Ilustracja 1.

Ilustracja 1. Korzyści, jakie odnoszą firmy działające zgodnie z koncepcją CSR

Źródło: KPMG w Polsce, *Spółeczna Odpowiedzialność Biznesu: fakty a opinie*, Warszawa 2014.

Jednym z elementów psychologicznego oddziaływania na mentalność człowieka może być CSR, ze względu na to, jak przedsiębiorstwa manipulują ludźmi – wykorzystując aspekty środowiskowe, czy socjalne w celu przyciągnięcia ich uwagi. W dzisiejszych czasach, osoba odpowiedzialna za prezentowanie informacji finansowych i niefinansowych przedsiębiorstwa odgrywa ogromną rolę w pozyskiwaniu nowych inwestorów, kontrahentów czy pracowników. Poprzez świadome kreowanie wizerunku jednostki, jest on w stanie w kontrolowany sposób, wykreować „neutralny” wizerunek firmy, odciągając odbiorców informacji od elementów obciążających firmę. Wspomniany wizerunek można budować już na etapie tworzenia polityki rachunkowości, dzięki której jesteśmy w stanie pośrednio oddziaływać na generowane przez przedsiębiorstwo koszty.

Zaprezentowana wcześniej ilustracja przedstawia procentowy przykład korzyści wynikających z zastosowania CSR-u w praktyce. Badanie przeprowadzone przez KPMG na pracownikach wszystkich szczebli wybranego przedsiębiorstwa ukazuje, że poprzez świadome oddziaływanie na otoczenie jesteśmy w stanie przede wszystkim poprawić wizerunek firmy. To z kolei może zwiększyć możliwości przedsiębiorstwa w zakresie poszukiwania wykwalifikowanej kadry robotniczej – dobra opinia o jednostce przyciągnie lepszych specjalistów. Jednostka w dużym stopniu odczuje wzrost akceptacji przez otoczenie, kontrahentów, dzięki czemu możliwe będzie zawieranie umów handlowych na lepszych warunkach. Przedsiębiorstwo nie będzie zmuszone wydawać dodatkowych nakładów na rozpromowanie swojej marki w mediach, dzięki czemu znacznie zaoszczędzi na kosztach marketingu.

Zakończenie

Podsumowując ten artykuł, chcieliśmy zwrócić szczególną uwagę na dynamikę rozwoju powyższych zagadnień. Ostatnimi czasy pojawia się coraz więcej publikacji traktujących o psychologicznym aspekcie rachunkowości oraz o Społecznej Odpowiedzialności Biznesu, co jest przejawem rosnącego zainteresowania kadry naukowej tymi tematami. Może to być także wskazanie trendów rozwoju teorii rachunkowości na niedaleką przyszłość. Również przedsiębiorcy stają się coraz bardziej świadomi wpływu psychologicznego aspektu rachunkowości na wizerunek firmy, co przekłada się bezpośrednio na sprzedaż. W dobie XXI wieku, rachunkowość ma możliwość stać się nie tylko źródłem informacji, czy działem uznanym przez osoby decyzyjne za „kreator kosztów”, za którym nie stoją realne korzyści ekonomiczne. Ma możliwość stać się częścią reklamy firmy, swe-

go rodzaju wizytówką. W naszej opinii sprawozdanie finansowe – zarówno to CSR-owe, jak i finansowe – stanie się pod wpływem m.in. Neurorachunkowości środkiem świadomego oddziaływania na odbiorców.

Bibliografia

- Aronson E., Wilson T. D., Akert R. M., *Psychologia społeczna. Serce i umysł*, Zysk i S-ka s.c., Poznań 1997.
- Artienwicz N., *Neurorachunkowość jako potencjalny, ale trudny kierunek rozwoju rachunkowości*, „Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości”, tom 82, nr 138, Warszawa 2015.
- Artienwicz N., *Rachunkowość behawioralna jako interdyscyplinarny nurt rachunkowości i społecznych nauk o zachowaniu*, „Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości”, tom 71, nr 127, SKwP, Warszawa 2015.
- Burzym E., *Společna funkcja rachunkowości*, „Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości”, tom 45, nr 101, SKwP, Warszawa 2015.
- KPMG w Polsce, *Společna Odpowiedzialność Biznesu: fakty a opinie*, Warszawa 2014.
- Mazurowska M., *Paradygmat HOMO OECONOMICUS a rachunkowość behawioralna*, Studia Oeconomica Posnaniensia, Poznań 2014.
- Miążek A., *Neurorachunkowość jako nowoczesne podejście w rachunkowości*, Studia Oeconomica Posnaniensia, Poznań 2014.

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 ewoluuje 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