



Piotr Szczypa

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Koninie
Wydział Społeczno-Techniczny
Katedra Finansów, Rachunkowości i Logistyki
piotr.szczypa@konin.edu.pl

Adam Lulek

Uniwersytet Szczeciński
Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług
Katedra Rachunkowości i Controllingu
adam-lulek@wp.pl

MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE JAKO ŹRÓDŁO INFORMACJI SPRAWOZDAWCZYCH W PRZYSZŁOŚCI

Streszczenie: Sprawozdawczość boryka się obecnie z wieloma problemami, które z czasem będą rozwiązywane dzięki pracy teoretyków i środowisk związanych z rachunkowością. W przyszłości cały system sprawozdawczości bazujący na systemach informatycznych i uwzględniający aspekty przyszłościowe przedsiębiorstwa sprosta wymaganiom zarówno jednostek prowadzących rachunkowość, jak i tych, które z niej czerpią informacje. Rozwój Internetu i nowych technologii powinien zostać wykorzystany w sprawozdawczości w ciągu najbliższych lat.

Celem artykułu jest wskazanie, że media społecznościowe mogłyby stanowić cenne źródło informacji sprawozdawczych. Wykorzystanie tego typu obszaru pozwoliłoby przedsiębiorstwu w prosty sposób nawiązać kontakt z odbiorcami. W stanie obecnym bowiem informacje sprawozdawcze czytane są zazwyczaj tylko i wyłącznie przez ekspertów czy interesantów, którzy mają pełną wiedzę na ich temat oraz na temat tego, gdzie je pozyskać.

W opracowaniu wskazano na istotną rolę mediów społecznościowych w komunikacji. Ponadto przedstawiono pomysły na innowacyjne podejście do przesyłania informacji, które są korzystne zarówno dla jednostki gospodarczej, jak i dla odbiorców informacji o jej działalności. Opracowanie powstało przy wykorzystaniu analizy literatury przedmiotu i wiedzy na temat dostępnych technologii oraz możliwości, jakie mogą one przynieść.

Słowa kluczowe: media społecznościowe, sprawozdawczość, informacje sprawozdawcze.

JEL Classification: L29, M41.

Wprowadzenie

Potencjalnym odbiorcą sprawozdania finansowego jest każdy człowiek. Dlaczego zatem nie każdy może być faktycznym interesariuszem takiego dokumentu? Jedną z przyczyn jest ograniczony dostęp do sprawozdania. W dobie rozwijających się nowych technologii i Internetu, w tym także mobilnego, nie sposób nie zauważyć braku wykorzystania tych rozwiązań w gospodarce. Portale i media społecznościowe stanowią ogromny potencjał do przekazywania informacji, w szczególności młodym ludziom.

Artykuł ma na celu wskazanie, że media społecznościowe mogłyby stanowić cenne źródło informacji sprawozdawczych dla osób, które wcześniej nie miały z nimi styczności, ale również dla pozostałych odbiorców. Zarówno przedsiębiorca, jak i interesariusz skorzystaliby na wykorzystaniu takiego rozwiązania w praktyce. W artykule zostaną wskazane zalety oraz wady wdrożenia takiego rozwiązania na konkretnych przykładach.

1. Informacje sprawozdawcze

System rachunkowości powinien umożliwiać uzyskanie wglądu w przeprowadzone transakcje oraz w sytuację finansową w rozsądnym czasie. Dla zapewnienia sprawdzalności informacji struktura zbioru zapisów księgowych powinna być odpowiednio usystematyzowana [Krzywdą, 2005, s. 66]. W dzisiejszych czasach jest to jednak niemożliwe z punktu widzenia zwykłego odbiorcy, który musi się zadowolić zwykłą informacją sprawozdawczą. Ta wg założeń Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej (MSSF) powinna¹:

- być przejrzysta dla użytkowników i porównywalna na przestrzeni wszystkich zaprezentowanych okresów,
- stanowić właściwy punkt wyjścia do prowadzenia rachunkowości zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej,
- być wygenerowana po kosztach nieprzewyższających korzyści, jakie odnoszą z nich użytkownicy.

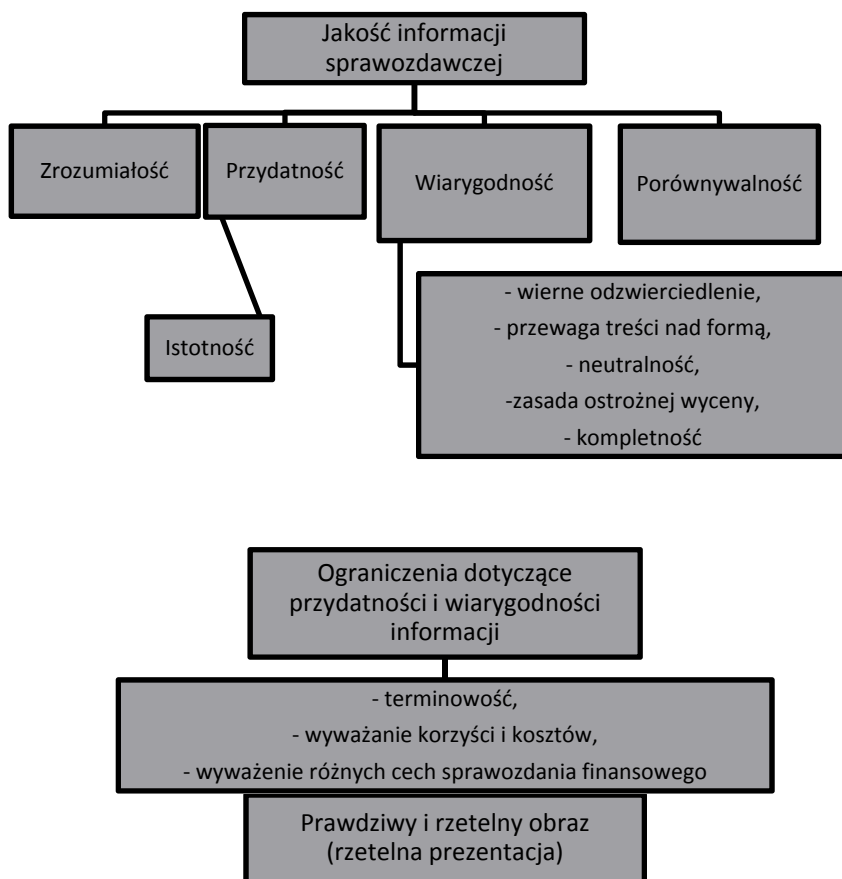
Szczególnie ostatni punkt zasługuje na wyjątkową analizę. Praca księgowych nad sprawozdaniem finansowym wymaga bowiem dużego nakładu pracy, co wiąże się niekiedy z wysokimi kosztami dla przedsiębiorstwa. Często jednak użytkownicy nie odnoszą satysfakcjonujących korzyści z takiego dokumentu, gdyż:

- nie mogą go odnaleźć (jest trudno dostępny),
- jego czytanie zajmuje dużo czasu,
- jest on niezrozumiały dla odbiorcy, który nie ma odpowiedniej wiedzy ekonomicznej.

¹ MSSF 1.

Warto również podkreślić, że par. 36 kładzie raz jeszcze nacisk na porównywalność danych zawartych w sprawozdaniach za przynajmniej jeden rok wstecz. Ponadto według MSSF 8: „jednostka ujawnia informacje mające pomóc użytkownikom jej sprawozdań finansowych w ocenie rodzaju i skutków finansowych działań gospodarczych, w które jest zaangażowana, oraz środowiska gospodarczego, w którym prowadzi działalność”.

Zgodnie z par. 34 wymagane jest ujawnienie skróconych danych ilościowych na temat stopnia narażenia jednostki na ryzyko w oparciu o informacje przekazane wewnętrznie kluczowemu personelowi kierowniczemu tej jednostki. Kiedy jednostka stosuje wiele metod zarządzania ryzykiem, to ujawnia informacje w oparciu o metodę lub metody, która/które zapewniają najbardziej odpowiednie i wiarygodne informacje. MSSF jasno wskazują, czym powinny charakteryzować się informacje sprawozdawcze (rys. 1).



Rys. 1. Cechy jakościowe informacji sprawozdawczej wg założeń koncepcyjnych MSSF

Źródło: Micherda [2006, s. 16].

Warto dodać, że wielu autorów, w tym Krzywda, wyróżnia osiem cech informacji sprawozdawczych. Zawarte one zostały na rys. 2. Wśród nich znajdziemy użyteczność, wiarygodność, porównywalność, sprawdzalność, terminowość, trafność, zrozumiałość i kompletność.

Użyteczność	<ul style="list-style-type: none">• przydatność, pomocność informacji w podejmowaniu decyzji przez ich użytkowników
Wiarygodność	<ul style="list-style-type: none">• brak błędów i zniekształceń, a także zgodność informacji z rzeczywistością
Porównywalność	<ul style="list-style-type: none">• możliwość porównania danych, informacji w celu ustalenia tendencji kształtowania się danego zjawiska
Sprawdzalność	<ul style="list-style-type: none">• możliwość skonfrontowania danych liczbowych z innymi źródłami
Terminowość	<ul style="list-style-type: none">• obowiązek sporządzania informacji w ustalonych z góry terminach, informacje sporządzone po terminie są nieprzydatne
Trafność	<ul style="list-style-type: none">• istotność informacji, które mają wpływ na podejmowanie decyzji przez odbiorców
Zrozumiałość	<ul style="list-style-type: none">• jasny i czytelny, a także zrozumiały dla każdego użytkownika obraz informacji
Kompletność	<ul style="list-style-type: none">• wszelkie zmiany muszą zostać zawarte przy tworzeniu informacji

Rys. 2. Cechy informacji sprawozdawczych generowanych przez jednostkę gospodarczą

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Krzywda [2006, s. 234].

Oprócz podanych na rysunku dwóch cech Gos definiuje także cechę „ostrożności (rozważności)”, „która polega na rozważnym stosowaniu osądu przy szacowaniu w warunkach niepewności w taki sposób, aby aktywa i/lub przychody nie były zawyżone, a zobowiązania lub koszty – zaniżone”. Z kolei założenia koncepcyjne IASB wskazują dwie podstawowe cechy jakościowe, czyli przydatność i wierne przedstawienie, które rozszerzone zostały o cztery dodatkowe cechy mające wpływać na realizację cech podstawowych. Są to: porównywalność, sprawdzalność, terminowość i zrozumiałość [Rowińska, 2013, s. 379].

2. Sprawozdania finansowe spółek w cyberprzestrzeni – stan obecny

Ze sprawozdań finansowych przedsiębiorstw korzysta wielu różnych interesariuszy. W literaturze najczęściej można znaleźć podstawowy ich podział na:

- wewnętrznych,
- zewnętrznych.

W zależności jednak od tego, kim są odbiorcy sprawozdań, mają oni różne potrzeby i cele związane ze sprawozdaniami finansowymi. Dostęp do informacji sprawozdawczych dla odbiorców jest w dzisiejszych czasach ułatwiony z uwagi na szeroką dostępność Internetu i obowiązki informacyjne spółek giełdowych. Warto jednak przypomnieć, że jeszcze nie tak dawno możliwość publikowania sprawozdań kwartalnych w cyberprzestrzeni przez spółki notowane na GPW wydawała się nierealna. Jednak wprowadzenie takiego nakazu przyczyniło się do poprawy komunikacji spółek z odbiorcami z uwagi na bardzo dużą dostępność tego źródła. Komunikacja ta nadal nie jest idealna i musi się wiele zmienić, aby uległa poprawie.

Warto zwrócić uwagę, że w przypadku spółek giełdowych prawo reguluje ich obowiązki informacyjne w przestrzeni internetowej poprzez następujące akty prawne:

- Art. 63 Ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych: Emitent, dla którego Rzeczpospolita Polska jest państwem macierzystym, zapewnia publiczną dostępność rocznych i półrocznych informacji okresowych przez okres co najmniej pięciu lat od dnia przekazania ich do publicznej wiadomości, przez zamieszczenie ich w sieci Internet na swojej stronie,
- Par. 101, ustęp 6 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 19 lutego 2009 r. w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne in-

formacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim: Emitent zapewnia publiczną dostępność raportów kwartalnych i skonsolidowanych raportów kwartalnych oraz śródrocznych raportów zarządu przez okres co najmniej pięciu lat od dnia przekazania ich do publicznej wiadomości poprzez zamieszczenie ich w sieci Internet na swojej stronie.

Właściwie każda spółka notowana na giełdzie ma swoją stronę internetową, jednak mała liczba przedsiębiorstw ma swoje oficjalne konta w mediach społecznościowych typu Facebook czy Twitter. Za przykład mogą służyć takie spółki jak Lotos czy Tauron, które posiadają konta na tym pierwszym portalu. Można tam znaleźć podstawowe informacje i dane na temat przedsiębiorstw. Osoby „lubiące” te jednostki mają możliwość zapytania o produkt, usługę czy inne ważne dla nich sprawy. Konta te dotyczą jednak głównie kontaktu z klientami i nie są nastawione na publikację sprawozdań finansowych.

Warto dodać, że obowiązujące w Polsce przepisy prawa uniemożliwiają informowanie inwestorów giełdowych przy pomocy portali społecznościowych. Ustawodawca na razie nie widzi w tym zakresie miejsca dla mediów społecznościowych. Jednak rozwój technologiczny oraz znaczenie szybkości komunikacji powodują, że szukanie nowych kanałów komunikacyjnych, alternatywnych dla systemu ESPI, powinno skłonić do rozważań nad możliwością wykorzystywania Facebooka lub Twittera jako oficjalnych, legalnych kanałów publikacji informacji obowiązkowych przez spółki giełdowe [www 1; www 2].

3. Propozycje wykorzystania mediów społecznościowych w sprawozdawczości finansowej

Spółki giełdowe, publikując sprawozdania (raporty), dzielą je na sprawozdania finansowe (kwartalne), raporty bieżące oraz raporty roczne, a także sprawozdania z działalności (publikowane są raz do roku), które umieszczane są w osobnych dokumentach. W cyberprzestrzeni znalezienie odpowiedniej informacji zajmuje dużo czasu. Dla odbiorców ten element jest jednym z kluczowych z punktu widzenia podjęcia właściwej i terminowej decyzji. W związku z tym warto podjąć kroki, które mogłyby ograniczyć ten czas w przyszłości przez publikowanie sprawozdań w mediach społecznościowych.

Ekspertcy oceniają, że **portale społecznościowe** w przyszłości będą zyskiwały coraz większe znaczenie. Zrzeszają one miliony ludzi na całym świecie, w tym także w Polsce. Korzystają z nich zwykli ludzie, gwiazdy, celebryci, a ostatnio także politycy. Coraz więcej ludzi ma dostęp do Internetu, a zatem także do wspomnianego nowego źródła informacji. Daje ono dodatkowo możli-

wości komunikowania się za pomocą zdjęć, filmów i innych multimedialnych sposobów. Do najbardziej rozwijających się mediów społecznościowych można zaliczyć Facebook, Twitter, Snapchat i Instagram. Widać w nich zastosowanie coraz lepszej jakości obrazu, a zarazem nowych technologii i funkcji. Takie platformy wzbudzają coraz większe zainteresowanie użytkowników smartfonów i tabletów. Poprzez **media społecznościowe** przedsiębiorstwa przez wiele następnych lat będą mogły docierać do coraz szerszego grona odbiorców [www 2]. Właśnie dzięki nim jednostki gospodarcze będą mogły przedstawić swoją ofertę i utrzymywać stały kontakt z klientem, ale także nawiązać relację z odbiorcą informacji sprawozdawczych. Takie rozwiązanie nie wymaga ogromnej ilości środków finansowych, które są związane z generowaniem informacji przez księgowych. Można zatem zastanowić się nad wykorzystywaniem portali społecznościowych w biznesie. Spółki mogłyby co miesiąc, oprócz obowiązkowych raportów kwartalnych, podawać także miniraporty, czyli np. dane o przychodach, działalności operacyjnej oraz prognozy do raportu kwartalnego na portalach społecznościowych, takich jak Facebook czy Twitter.

Można również stwierdzić, że portale społecznościowe, za pomocą których spółki podawałyby informacje bieżące, sprawozdawcze, a także komunikaty, są świetnym uzupełnieniem sprawozdań kwartalnych. Wypełniałyby one bowiem 3-miesięczną lukę informacyjną (wyjątkiem są tutaj niedoskonałe informacje publikowane przez system ESPI) występującą pomiędzy publikacją kolejnych sprawozdań kwartalnych. Portale społecznościowe w komunikacji z inwestorami mogłyby pełnić wiele ważnych funkcji, takich jak:

- możliwość generowania informacji bieżących ze spółki,
- komunikowanie sprostowań, danych uzupełniających do sprawozdań,
- komentarze zarządu (głos zarządu) w ważnych sprawach,
- odpowiedzi na pytania inwestorów,
- zrzeszanie grupy inwestorów mającej większe zaufanie do spółki,
- publikowanie prognoz, informacji przyszłościowych, których jest za mało w obecnych czasach,
- aspekt społeczny przyciągający nowych inwestorów do spółki.

Z uwagi na bardzo szybki rozwój nowych technologii obecnie na świecie działa wiele portali społecznościowych. W celach publikowania informacji sprawozdawczych można by zastanowić się nad wykorzystaniem czterech najpopularniejszych (tabela 1). Wśród nich znajdują się Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat.

Tabela 1. Możliwości wykorzystania mediów społecznościowych w celu prezentacji danych sprawozdawczych

Nazwa portalu	Charakterystyka	Możliwości wykorzystania w przyszłości w celu prezentacji danych sprawozdawczych
Facebook	Serwis społecznościowy, który łączy użytkowników ze znajomymi z pracy, szkoły i nie tylko. Facebook pomaga kontaktować się z innymi osobami oraz udostępniać im różne informacje i materiały*	Facebook z uwagi na duże możliwości mógłby służyć do publikacji obowiązkowych sprawozdań kwartalnych, raportów bieżących, danych finansowych, miniraportów oraz komunikatów giełdowych. Dodatkowo dane te mogłyby być opatrzone rysunkami lub wykresami. Byłby również pomocny przy komunikacji spółki z inwestorami
Twitter	Misją Twittera jest umożliwić wszystkim błyskawiczne formułowanie pomysłów i informacji oraz ich udostępnianie innym bez żadnych barier**	Z uwagi na ograniczone możliwości Twittera związane z użyciem maksymalnie jedynie 140 znaków portal ten byłby użyteczny w przekazywaniu informacji sprawozdawczych: <ul style="list-style-type: none"> – krótkich i zwięzłych, – dotyczących dni, tygodni, maksimum miesiąca, – liczbowych i ilościowych. Ponadto medium to byłoby bardzo dobrym sposobem na komunikację przedsiębiorstwa z inwestorami
Instagram	To „dom” dla narracji wizualnej dla każdego: od celebrytów, redakcji i marek po młodzież, muzyków i pasję twórczą	Z uwagi na specyficzny charakter tego portalu mógłby on posłużyć w przekazywaniu ilustracji i wykresów ze sprawozdań finansowych. Użytkownicy mogliby obejrzeć najważniejsze zestawienia danych zaprezentowane w przyjemnej dla oka i zrozumiałej formie wizualnej
Snapchat	Portal pozwala łatwo rozmawiać z przyjaciółmi, obejrzeć na żywo historie z całego świata, a także odczytywać znikające wiadomości	Unikatowość tego medium sprawia, że byłoby ono niezbyt udanym narzędziem do przekazywania informacji sprawozdawczych. Mogłoby być ono jedynie pomocne np. w przekazach z konferencji lub mniej istotnych informacji biznesowych

* Na podstawie www.facebook.com.** Na podstawie www.twitter.com.

Źródło: Opracowanie własne.

Podana w tabeli 1 propozycja może wyglądać na rewolucyjną i kontrowersyjną, jednak na świecie takie rozwiązania już istnieją i się sprawdzają. W USA podstawą prawidłowego wykonywania obowiązków informacyjnych spółek giełdowych jest wskazanie przez emitenta, jakich kanałów dystrybucji informacji będzie używał. Od ponad roku spółki notowane na amerykańskiej giełdzie mogą przekazywać raporty bieżące za pomocą portali społecznościowych – Facebooka czy Twittera.

Podsumowanie

Dalszy rozwój portali społecznościowych to przyszłość, przed którą nie uciekniemy. Nowe pokolenia wyrastają na nowych technologiach i komunikacji internetowej. Zatem dużym błędem byłoby niewykorzystanie wielu pozytywnych aspektów, jakie mogłyby przynieść nowe formy komunikacji internetowej w biznesie. Warto iść jeszcze dalej i umożliwić publikowanie w całości lub w wybranych fragmentach sprawozdań finansowych spółek giełdowych.

Zaletami tego typu rozwiązania mogłyby być:

- dostępność wielu przydatnych informacji w jednym miejscu,
- większa ilość i jakość informacji,
- większa użyteczność informacji dla inwestorów giełdowych,
- oszczędność czasu związanego z wyszukiwaniem danych potrzebnych inwestorom,
- większy porządek w dokumentach lub informacjach zbieranych przez inwestorów,
- łatwiejsze i szybsze wyszukiwanie i dotarcie do informacji ważnych, a nieznanych wcześniej,
- możliwość subiektywnego porównania z innymi tego typu raportami,
- pozyskanie większej wiedzy na temat przedsiębiorstwa, co przekłada się na mniejsze ryzyko inwestycyjne,
- dostępność mediów społecznościowych na urządzeniach mobilnych, co umożliwiałoby odczytywanie informacji sprawozdawczych w każdym miejscu i czasie.

Warto również zaznaczyć, że z portali społecznościowych przede wszystkim korzystają ludzie młodzi, którzy z reguły niechętnie wyszukują i czytają sprawozdania. Możliwość ich publikowania w mediach społecznościowych pozwoliłaby zwiększyć liczbę osób, które mogą z nich skorzystać. Byłoby to korzystne zarówno dla przedsiębiorstw, jak i nowicjuszy, którzy poznaliby podstawy funkcjonowania wybranych przedsiębiorstw. Potencjał, jaki drzemie w portalach społecznościowych i danych sprawozdawczych, które mogą dostarczyć, jest nieoceniony.

Literatura

- Krzywda D. (2005), *Modele rachunkowości i ich wpływ na informacje sprawozdawcze*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Bochni”, nr 3.
- Krzywda D. (2006), *Sprawozdanie finansowe jako produkt rachunkowości* [w:] B. Micherda (red.), *Podstawy rachunkowości. Aspekty teoretyczne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

- Micherda B. (2006), *Problemy wiarygodności sprawozdania finansowego*, Difin, Warszawa.
- Międzynarodowe Standardy Sprawozdawczości Finansowej.
- Rowińska M. (2013), *Cechy jakościowe sprawozdania finansowego jednostek gospodarczych*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”, nr 757, „Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia”, nr 58.
- Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 19 lutego 2009 r. w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim. Dz.U. 2009.33.259.
- Ustawa z dnia 29 lipca 2005 r. o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych. Dz.U. 2005, nr 184, poz. 1539.
- [www 1] <http://prportal.pl/2013/07/23/facebook-i-twitter-legalnym-zrodlem-publikacji-informacji-spolek-gieldowych-w-polsce/> (dostęp: 20.02.2017).
- [www 2] <https://poradnikprzedsiębiorcy.pl/-media-spolesnosciove-trend-na-lata-czy-nakilka-sezonow> (dostęp: 9.02.2017).
- [www 3] <http://www.forbes.pl/social-media-a-gpw-kiedy-spolki-zmienia-model-komunikacji-,artykuly,158717,1,1.html> (dostęp: 20.02.2017).

SOCIAL MEDIA AS A SOURCE OF REPORTING INFORMATION IN THE FUTURE

Summary: Currently, reporting is struggling with many problems, which eventually will be solved thanks to the work of theorists of accounting. In the future, the reporting system based on information systems and taking into account aspects of the future of a company will meet the requirements of both entities conducting accounting, as well as those that derive information from it. Development of the Internet and new technologies should be used in reporting in the coming years.

The aim of the article is to point out that social media could be a valuable source of reporting information. The use of this type of area would allow the company to make contact with customers in an easy way. In the current state, reports are usually read only by experts or people who have complete knowledge about them and where to obtain them.

The study points out the important role of social media in communication. There are also presented ideas for an innovative approach of transferring information that is beneficial for both the entity and the public with information about its activities. The development was created using analysis of literature and knowledge of available technologies and the possibilities that can bring the latest technologies.

Keywords: social media, reporting, information reporting.