



## Izabela Emerling

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach  
Wydział Finansów i Ubezpieczeń  
Katedra Informatyki i Rachunkowości Międzynarodowej  
izabela.emerling@ue.katowice.pl

# ZNACZENIE UJAWNIEŃ NIEFINANSOWYCH DLA INWESTORÓW I WIZERUNKU JEDNOSTKI GOSPODARCZEJ

**Streszczenie:** W ostatnich latach rośnie rola ujawnień informacyjnych w rachunkowości. Współczesny nurt rachunkowości pokazuje wiele nowych założeń, które poczynione zostały z myślą o dostarczeniu precyzyjnych informacji dla rynków finansowych. Prezentowane informacje zarówno finansowe, jak i niefinansowe mają bardzo istotne znaczenie dla postrzegania przez otoczenie ujawniających je podmiotów gospodarczych.

Celem artykułu jest przedstawienie ważnego obszaru badań w rachunkowości, jakim są ujawnienia i raportowanie niefinansowe dla podmiotów, które je prezentują, dla inwestorów i wizerunku jednostki oraz przedstawienie korzyści płynących z raportowania niefinansowego. Przyjęte w artykule metody badawcze opierają się na studiach literatury, przeglądzie aktów prawnych, zastosowaniu metody porównań oraz wnioskowaniu.

**Słowa kluczowe:** informacja, dane finansowe, dane niefinansowe, CSR, wizerunek jednostki.

**JEL Classification:** M41, M48, M14.

## Wprowadzenie

Zarówno w Polsce, jak i na świecie zagadnienia związane z CSR oraz publikacją danych niefinansowych cieszą się powszechnym zainteresowaniem kadry zarządczej, menedżerów i inwestorów. Informacja o danych niefinansowych staje się zatem nieodłącznym elementem strategii i rozwoju każdego przedsiębiorstwa, a także przestrzeganych reguł ładu korporacyjnego. Działania społecznie odpowiedzialne budują pozytywny wizerunek przedsiębiorstwa oraz poprawiają relacje z interesariuszami, w tym klientami, dostawcami, pracownikami.

Koncepcja ta staje się coraz częściej przedmiotem dyskusji zarówno wśród praktyków, jak i świata akademickiego. Rozwój problematyki CSR i zwiększająca się liczba pozycji literatury przedmiotu na całym świecie miały miejsce w latach 80. i 90. XX w. Przedmiotem tych badań było przede wszystkim przedstawienie idei społecznej odpowiedzialności biznesu. Problematyką tą zajmowali się m.in. Dierkes i Preston [1977], Burchell i in. [1985], Ness i Mirza [1991], Gray i in. [1993], Moir [2001]. Wśród publikacji należy wymienić także te zawierające badania empiryczne w zakresie stosowanych praktyk i czynników wpływających na zakres i jakość prezentowanych informacji. Wśród wielu autorów badań w tym zakresie są m.in. Hejase i in. [2017], Fernandez-Feijoo i in. [2014], Morhardt [2009], Adams [2002], Adams i in. [1995, 1998] oraz Preston i in. [1978]. Spośród polskich autorów warto wymienić następujących: Rozkwitalska [2006], Chudy i Nowodziński [2007], Burzym [2008], Paliwoda-Matiołańska [2009], Gasparski i in. [2011], Bartkowiak [2011], Herbuś i Ślusarczyk [2012], Stefańska [2013] i Macuda i in [2015]. W pracach w języku polskim autorzy zajmujący się CSR koncentrują się na zagadnieniach z zakresu zarządzania, a nie finansów, np. Gabrusewicz [2010], Marcinkowska [2010], Roszkowska [2011], Samelak [2013], Krasodomska [2014, 2017], Bek-Gaik i Rymkiewicz [2014], Mikulska i Michalczyk [2014], Macuda i in. [2015], Kołodziej i Maruszewska [2015], Ignatowski i Wójcik-Jurkiewicz [2016], Waniak-Michalak i in. [2016].

Niezwykle ważne jest to, że, wzrasta znaczenie koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu w życiu gospodarczym na całym świecie. Efektem tego procesu jest coraz większa liczba przedsiębiorców stosujących dobre praktyki z zakresu CSR, co pokazują coroczne raporty *Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki* publikowane przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu.

Celem artykułu jest przedstawienie korzyści płynących z prezentowania informacji niefinansowych oraz znaczenia ujawniania tych informacji dla wizerunku jednostki. Hipoteza badawcza brzmi: Jednostki prezentujące informacje finansowe i niefinansowe są pozytywniej postrzegane przez interesariuszy. Przyjęte w artykule metody badawcze opierają się na studiach literatury, przeglądzie aktów prawnych, zastosowaniu metody porównań oraz wnioskowaniu.

## 1. Korzyści wynikające z ujawniania informacji niefinansowych

Raporty niefinansowe dostarczają danych, które pozwalają na podejmowanie przez zarządzających, inwestorów i innych interesariuszy coraz efektywniejszych decyzji, a także niosą wiele korzyści dla publikujących.

Spółeczna odpowiedzialność biznesu (CSR) nie jest – wbrew temu, co sądzą wielu przedsiębiorców – jedynie filantropią. To przede wszystkim działalność, która ma przynieść firmie zyski. Tyle że z zachowaniem szacunku dla całego otoczenia.

Sposobem na zrozumienie, czy firma notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych jest atrakcyjnym celem inwestycyjnym, jest przeanalizowanie jej wyników finansowych i porównanie ich z innymi spółkami działającymi w tej samej branży, w podobnych okolicznościach makroekonomicznych. Fundamentem analizy finansowej i wyceny spółek są wyniki finansowe oraz dane operacyjne, na bazie których analitycy i inwestorzy budują prognozy finansowe, które ostatecznie umożliwiają im podjęcie kierunkowych decyzji. Łatwy i szybki dostęp inwestorów do danych finansowych w każdej skutecznie zarządzanej firmie jest priorytetem zespołu relacji inwestorskich [*Dobry raport...*, 2016].

W strategiach wielu funduszy inwestycyjnych na dojrzałych rynkach Europy Zachodniej i w Stanach Zjednoczonych coraz większą rolę zaczynają odgrywać kryteria oceny ryzyka inwestycyjnego dotyczące zagadnień CSR (*Corporate Social Responsibility*), ESG (*Environment, Social, Governance*) czy RBC (*Responsible Business Conduct*). Wśród inwestorów na dojrzałych rynkach kapitałowych zaczyna dominować przekonanie, że ocena i wycena konkretnych kategorii ryzyk biznesowych związanych z działalnością spółek, które przejrzystej komunikują dane pozafinansowe (z zakresu ESG), jest łatwiejsza i bardziej precyzyjna. A to sprawia, że te spółki są bezpieczniejszym potencjalnym celem inwestycyjnym.

Tym samym Unia Europejska, także podążając za zmianami z Europy Zachodniej, uchwaliła Dyrektywę 2014/95/UE. Dyrektywa ta, zmieniająca Dyrektywę 2013/34/UE w odniesieniu do ujawniania informacji niefinansowych i informacji dotyczących różnorodności przez niektóre duże jednostki oraz grupy, została implementowana do polskich przepisów poprzez następujące dwa akty prawne:

- w zakresie wymogów rozszerzonego raportowania informacji niefinansowych – zmiana ustawy o rachunkowości [Ustawa o zmianie ustawy o rachunkowości, 2017];
- w zakresie wymogów ujawniania informacji o polityce różnorodności w odniesieniu do składu organów spółki – zmiana rozporządzenia w sprawie informacji bieżących i okresowych [Rozporządzenie Ministra Finansów zmieniające rozporządzenie w sprawie informacji bieżących..., 2016].

Przed wejściem w życie dyrektywy niewiele polskich spółek umieszczało dobrowolnie raporty o polityce CSR [Samborski, 2011, s. 373]. Zgodnie z nowymi przepisami wprowadzonymi dyrektywą spółki są zobligowane do informowania w ramach sprawozdania z działalności o swojej polityce, m.in. powinny umieścić opis polityki prowadzonej w danym zakresie, jej rezultaty oraz ryzyka i zarządzanie ryzykami w kwestiach niefinansowych [Dobija i Kołodkiewicz, 2011, s. 45], [Jeżak, 2010, s.15], [Paliwoda i Matiołańska, 2009, s. 23]. Ponadto powinny zamieszczać informacje w zakresie kwestii środowiskowych, spraw społecznych, pracowniczych, poszanowania praw człowieka oraz przeciwdziałania korupcji i łapownictwu [Monks i Minnow, 1995, s. 8].

Wprowadzenie obowiązkowego raportowania niefinansowego dla największych JZP może spowodować, że także więcej mniejszych przedsiębiorstw zwróci uwagę na CSR i zacznie dobrowolnie raportować, zwłaszcza jeśli ich działania już uwzględniają kwestie CSR, a tylko do tej pory nie prezentowały tego w formie konkretnych raportów dla odbiorców zewnętrznych [Bek-Gaik i Rymkiewicz, 2014, s. 138].

Lepszy dostęp do informacji, w tym informacji niefinansowych, oznacza dla inwestorów łatwiejsze, szybsze i pewniejsze analizy, czyli wyższy poziom komfortu w podejmowaniu decyzji inwestycyjnych, co może wpływać na obniżenie kosztów pozyskania kapitału [*Raport „Odpowiedzialny biznes...”*, 2012, s. 29].

Międzynarodowa organizacja Global Reporting Initiative (GRI) podkreśla pięć głównych korzyści płynących z raportowania niefinansowego, a więc i monitorowania danych niefinansowych [*Raportowanie niefinansowe*, 2017]:

- 1) Budowa zaufania – przejrzystość dotycząca wyników niefinansowych może przyczynić się do możliwości poszerzonego dialogu z interesariuszami, takimi jak klienci, społeczność czy inwestorzy.
- 2) Doskonalone procesy i systemy – wewnętrzne procesy zarządzania i podejmowania decyzji mogą zostać zbadane i poprawione, co może prowadzić do redukcji kosztów.
- 3) Postęp w realizacji wizji i strategii – analiza mocnych i słabych stron oraz zaangażowanie interesariuszy niezbędne w procesach raportowania zrównoważonego rozwoju może prowadzić do rozwoju wizji i strategii.
- 4) Zmniejszenie kosztów naruszeń – pomiar skuteczności w zakresie zrównoważonego rozwoju może pomóc uniknąć kosztownych naruszeń.
- 5) Przewaga konkurencyjna – firmy postrzegane jako liderzy i innowatorzy mogą być w silniejszej pozycji przetargowej, jeśli chodzi o pozyskiwanie inwestycji, inicjowanie nowych działań, wejście na nowe rynki i negocjowanie umów.

W dalszej kolejności organizacje wskazywały na następujące korzyści: ograniczenie nieprawidłowych informacji nt. wyników organizacji, pomoc w udoskonalaniu strategii i wizji, większa lojalność konsumentów, zmniejszenie odpadów w organizacji, poprawa relacji z regulatorem, monitorowanie długoterminowych ryzyk i poprawa zarządzania ryzykami, ograniczenie kosztów, wsparcie w podejmowaniu inicjatyw zmierzających do zwiększenia zyskowności w długim terminie, lepszy dostęp do kapitału i preferencyjne warunki ubezpieczeń.

Ponadto informacje niefinansowe udostępniane przez spółki są wnikliwie analizowane przez brokerów takiego formatu jak np. Morgan Stanley [Kwaśnicki, 2007], który publikuje raporty sektorowe analizujące poszczególne spółki z punktu widzenia kryteriów SRI (*Socially Responsible Investment*). Ponadto analitycy Morgan Stanley typową analizę finansową uzupełniają zwykle o analizę aspektów środowiskowych (w tym emisja dwutlenku węgla czy efektywność energetyczna), społecznych (w tym społeczności lokalne czy zarządzanie łańcuchem dostaw), pracowniczych (w tym BHP i polityka HR) oraz związanych z zasadami ładu korporacyjnego (w tym procedury dotyczące praw człowieka czy skuteczności systemów motywacyjnych kluczowych menedżerów). Z punktu widzenia inwestorów świadoma analiza czynników ESG<sup>1</sup> może obniżyć ryzyko inwestycyjne, a więc wpłynąć na poprawę jakości i skuteczności podejmowanych decyzji inwestycyjnych także w inwestycjach długoterminowych.

Ponadto ocena spółki pod kątem kryteriów zrównoważonego rozwoju jest podstawą przy jej kwalifikacji do wielu indeksów firm odpowiedzialnych społecznie, takich jak np.: MSCI EM SRI Index, FTSE4Good, Dow Jones Sustainability Index czy polski Respect Index. Elitarność tych grup spółek oraz stopniowe zacieśnianie kryteriów dostępu wymuszają na spółkach-kandydatach utrzymywanie coraz wyższych standardów zrównoważonego rozwoju.

Nowelizacja ustawy o rachunkowości, wprowadzająca m.in. wynikającą z unijnej dyrektywy obowiązek ujawniania danych niefinansowych, zmieniła znaczenie i pozycję tej tematyki w rozumieniu i działaniach firm.

W rezultacie spowoduje to, że będą premiowane przedsiębiorstwa prowadzące działalność w sposób zgodny z zasadami zrównoważonego rozwoju.

Reasumując, do korzyści dla podmiotu, który publikuje dane niefinansowe, należy zaliczyć wzrost zainteresowania inwestorów (wzmocnienie relacji), zwiększenie lojalności konsumentów i interesariuszy, poprawę relacji ze społecznością i lokalnymi władzami, wzrost konkurencyjności, kształtowanie pozy-

---

<sup>1</sup> Czynniki ESG są stałym elementem analiz inwestycyjnych. Mają one bezpośredni wpływ na sposób funkcjonowania i wyceny spółek.

tywnego wizerunku firmy na tle innych, pozyskiwanie i utrzymywanie najlepszych pracowników.

## **2. Wizerunek jednostki a jej postrzeganie na zewnątrz**

Jak przedstawiono w poprzednim punkcie artykułu, publikowanie szerokiej informacji dodatkowej powinno przynieść jednostce publikującej wymierne korzyści.

Jedną z nich jest sposób jej bardziej pozytywnego postrzegania przez otoczenie, a więc jej wizerunek. Według G.R. Dowlinga wizerunek to „zbiór znaczeń, na podstawie których dany podmiot jest znany i za pomocą których ludzie go opisują, zapamiętują i odnoszą się do niego” [Dowling, 1986]. J. Altkorn twierdził, że „wizerunek, który precyzyjnie pozycjonuje przedsiębiorstwo w umysłach docelowej publiczności, jest znaczącym źródłem przewagi konkurencyjnej” [Altkorn, 2004, s. 27]. Silny wizerunek zapewnia przedsiębiorstwu osiągnięcie większych zysków, minimalizuje ryzyko działalności oraz zapewnia większą stabilność działania. Wartość wizerunku przedsiębiorstwa przyczynia się do tworzenia większej wartości firmy.

W literaturze przedmiotu termin reputacja (autorytet) jest równoznaczny z oceną firmy w porównaniu z innymi jednostkami działającymi na danym rynku [Paliwoda-Matiolańska, 2009, s. 178-179]. Reputacja przedsiębiorstwa zależy od pozytywnych, obiektywnych opinii środowiska zewnętrznego. Renoma przedsiębiorstwa zależy od wiarygodnych działań, wywiązywania się z obietnic, odpowiedzialności, etycznych i jawnych zachowań. Reputacja określa stan zaufania lub nieufności do firmy. Obecnie duży wpływ na reputację firmy mają m.in. rzetelność sporządzanych sprawozdań finansowych i jakość zawartych w nich informacji.

W literaturze przedmiotu brak jest jednak danych finansowych wskazujących jednoznacznie, jak wizerunek przedsiębiorstwa przekłada się na wyniki finansowe badanych jednostek, a także czy publikowane informacje niefinansowe mają bardziej znaczący wpływ na wizerunek niż osiągnięte wyniki.

## **3. Ocena wizerunku jednostki a prezentowane dane finansowe i niefinansowe**

Specyficznymi podmiotami gospodarczymi są banki. Z punktu widzenia prowadzonej działalności wizerunek jest dla nich bardzo istotny. Dla banku bardzo ważna jest stabilność oraz zapewnienie poczucia bezpieczeństwa, gdyż te

czynniki w największym stopniu decydują o sytuacji finansowej banku i możliwości pozyskania nowych klientów. Rośnie też znaczenie czynników związanych z postrzeganą opłacalnością korzystania z usług danego banku.

Badaniem objęto ok. 2 tys. klientów Alior Banku, Banku Millennium, Banku Pekao SA, Banku Pocztowego, BGŻ BNP Paribas, BZ WBK, Citi Handlowego, Credit Agricole, Eurobanku, Getin Banku, ING Banku Śląskiego, mBanku, PKO BP oraz Raiffeisen Polbanku. Badanie przeprowadzono na podstawie ankiet oraz wywiadów z klientami banków. Wśród banków w Polsce największą renomą cieszą się PKO BP, mBank, ING Bank Śląski, Bank Zachodni WBK. Jak wynika z badania, największym zaufaniem wśród ankietowanych cieszy się PKO Bank Polski (40%). Na drugim miejscu znajdują się wspólnie mBank i ING Bank Śląski (28%), a na trzecim Bank Zachodni WBK (25%).

Badane osoby w wieku 15-24 lata w takim samym stopniu ufają mBankowi, jak PKO Bankowi Polskiemu (39%). Wśród osób starszych zdecydowaną przewagę ma PKO Bank Polski (43%).

Dane dotyczące renomy porównano także z danymi dotyczącymi wyników finansowych banków za lata 2015-2017, co zawiera tabela 1.

**Tabela 1.** Zysk netto banków w mln PLN w latach 2015-2017

Bank	2015	2016	2017
PKO BP	2571	2874	3104
mBank	1618	1638	1523
ING BŚ	1127	1253	1403
BZ WBK	1756	2213	2166

Źródło: Opracowanie własne na podstawie sprawozdań finansowych banków [www 1], [www 2], [www 3], [www 4].

Jeżeli porównamy te wyniki z osiąganymi wynikami tych banków, można stwierdzić, że osiągnane wyniki również przekładają się na wizerunek banku. W czołówce wypracowanych wyników również znajduje się PKO BP.

Badane banki w zakresie publikowania informacji niefinansowych podają wiele danych z zakresu CSR. Informacje niefinansowe prezentowane są jako GRI Standards (*Global Reporting Initiative*) – zasady raportowania niefinansowego. GRI Standards ułatwiają więc przygotowanie raportu zrównoważonego rozwoju bez względu na rozmiar, branżę oraz lokalizację, a także umożliwiają raportowanie w wersji podstawowej, która zawiera najważniejsze elementy, na których opiera się organizacja, lub w wersji rozszerzonej, która opiera się na wersji podstawowej, rozszerzając ją.

Bank PKO BP w danych niefinansowych opisuje działalność fundacji PKO BP, relacje z klientami, społeczeństwem, komunikację z otoczeniem oraz zobowiązania wobec środowiska naturalnego.

MBank w danych niefinansowych prezentuje dane o strategii dotyczącej CSR w latach 2016-2020, relacje z klientami, nagrody i wyróżnienia, podstawowe linie biznesowe banku, modele zachowań i wartości Grupy, działania na rzecz rozwoju edukacji i społeczeństwa, opis ryzyk.

ING Bank Śląski przedstawia dość szczegółowo dane z zakresu relacji z klientami, relacji z dostawcami, pracownikami, działalność na rzecz społeczeństwa oraz dokładnie opisuje zasady ładu korporacyjnego w jednostce, system kontroli i zarządzania ryzykiem.

BZ WBK prezentuje dane związane z odpowiedzialnym biznesem jako prowadzenie działalności w sposób zrównoważony, uwzględniający wpływ decyzji biznesowych na wszystkich interesariuszy – klientów, pracowników, partnerów biznesowych, społeczności oraz na środowisko naturalne. Polityka zrównoważonego rozwoju Banku Zachodniego WBK porządkuje najważniejsze aspekty społecznej odpowiedzialności w banku oraz określa zobowiązania w tym zakresie w ramach czterech obszarów: rynek, społeczeństwo, miejsca pracy i środowisko. BZ WBK wspiera szkolnictwo wyższe, badania naukowe oraz idee przedsiębiorczości, przeprowadza działania na rzecz lokalnych społeczności, prowadzi aktywny dialog z interesariuszami: klientami, pracownikami, partnerami biznesowymi, lokalnymi społecznościami oraz inwestorami, a także dba o środowisko naturalne i prowadzi działalność charytatywną poprzez fundację.

Dla zrealizowania celu artykułu przesłano informacje niefinansowe publikowane przez badane banki dotyczące środowiska naturalnego, spraw społecznych, kwestii pracowniczych, poszanowania praw człowieka oraz problemu przeciwdziałania korupcji i oceniono, czy badane banki publikują informacje dotyczące tych kwestii. Wyniki badań prezentują tabele 2-6.

**Tabela 2.** Informacje niefinansowe dotyczące środowiska naturalnego

Numer wskaźnika	Opis wskaźnika	Czy kryterium zostało spełnione?			
		PKO BP	mBank	ING	BZ
G4-15	Zewnętrzne, przyjęte lub popierane przez organizację ekonomiczne, środowiskowe i społeczne deklaracje, zasady i inne inicjatywy	tak	tak	tak	tak

Źródło: Opracowanie własne na podstawie sprawozdań banków [www 1], [www 2], [www 3], [www 4].



Każdy z badanych banków publikuje informacje niefinansowe dotyczące środowiska naturalnego.

**Tabela 3.** Informacje niefinansowe dotyczące kwestii społecznych

Numer wskaźnika	Opis wskaźnika	Czy kryterium zostało spełnione?			
		PKO BP	m Bank	ING	BZ
G4-PR8	Całkowita liczba uzasadnionych skarg dotyczących naruszenia prywatności klientów oraz utraty danych	nie	nie	nie	nie
G4-PR5	Wyniki badań pomiaru satysfakcji klienta	tak	nie	tak	tak
G4-SO6	Całkowita wartość finansowa i rzeczowa darowizn na rzecz partii politycznych, polityków i instytucji o podobnym charakterze wg krajów	nie	nie	nie	nie
G4-FS13	Punkty dostępu na terenach słabo zaludnionych i słabiej rozwiniętych gospodarczo	nie	tak	tak	nie
G4-FS14	Inicjatywy podjęte w celu poprawy dostępu do usług finansowych dla osób defaworyzowanych	nie	nie	tak	nie

Źródło: Opracowanie własne na podstawie sprawozdań finansowych banków [www 1], [www 2], [www 3], [www 4].

Kwestie społeczne w znacznie mniejszym zakresie pojawiają się w raportach niefinansowych badanych banków.

**Tabela 4.** Informacje niefinansowe dotyczące kwestii pracowniczych

Numer wskaźnika	Opis wskaźnika	Czy kryterium zostało spełnione?			
		PKO BP	mBank	ING	BZ
G4-LA1	Całkowita liczba i wskaźniki zatrudnienia oraz rotacji pracowników w podziale na grupy wiekowe, płeć i region	tak	tak	tak	tak
G4-LA6	Wskaźnik urazów, chorób zawodowych, dni straconych oraz nieobecności w pracy oraz liczba wypadków śmiertelnych związanych z pracą wg regionów i płci	nie	nie	nie	nie
G4-LA9	Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku przypadających na pracownika wg płci, struktury zatrudnienia	nie	tak	tak	tak
G4-LA12	Skład ciał nadzorczych i kadry pracowniczej w podziale na kategorie pracowników wg płci, wieku, przynależności do mniejszości	tak	tak	tak	tak
G4-LA13	Stosunek podstawowego wynagrodzenia mężczyzn do wynagrodzenia kobiet wg zajmowanego stanowiska	nie	nie	nie	tak

Źródło: Opracowanie własne na podstawie sprawozdań finansowych banków [www 1], [www 2], [www 3], [www 4].

Dane niefinansowe dotyczące pracowników są podawane znacznie szerzej niż kwestie społeczne, lecz każdy z banków prezentuje inne dane i w inny sposób.

**Tabela 5.** Informacje niefinansowe dotyczące kwestii poszanowania praw człowieka

Numer wskaźnika	Opis wskaźnika	Czy kryterium zostało spełnione?			
		PKO BP	mBank	ING	BZ
G4-58	Wewnętrzne i zewnętrzne mechanizmy umożliwiające sygnalizowanie nieetycznych lub niezgodnych z prawem zachowań oraz spraw związanych z integralnością organizacji	nie	tak	tak	nie
G4-HR3	Całkowita liczba przypadków dyskryminacji i działania naprawcze podjęte w tej kwestii	nie	nie	nie	tak
G4-LA16	Liczba skarg dotyczących stosunków pracowniczych skierowanych i rozwiązanych przez mechanizmy formalne	tak	tak	tak	tak

Źródło: Opracowanie własne na podstawie sprawozdań finansowych banków [www 1], [www 2], [www 3], [www 4].

Kwestia poszanowania praw człowieka także jest prezentowana w informacjach niefinansowych badanych banków.

**Tabela 6.** Informacje niefinansowe dotyczące korupcji

Numer wskaźnika	Opis wskaźnika	Czy kryterium zostało spełnione?			
		PKO BP	mBank	ING	BZ
G4-SO4	Szkolenia w zakresie polityki i procedur antykorupcyjnych organizacji	nie	tak	tak	tak
G4-SO5	Potwierdzone przypadki korupcji i działania podjęte w odpowiedzi na nie	nie	tak	nie	tak
G4-SO8	Kwota istotnych kar oraz całkowita liczba sankcji pozafinansowych z tytułu niezgodności z prawem i regulacjami	nie	nie	nie	tak

Źródło: Opracowanie własne na podstawie sprawozdań finansowych banków [www 1], [www 2], [www 3], [www 4].

Dane dotyczące korupcji w najmniejszym zakresie pojawiają się w informacjach niefinansowej banku PKO BP S.A.

Analizując dane dotyczące publikowania informacji niefinansowej należy wyciągnąć wniosek, że w najmniejszym zakresie z badanych banków informacje niefinansowe publikuje bank PKO BP S.A. Pozostałe banki przedstawiają znacznie szerszą informację tego typu. Wnioski te są zbieżne z danymi wynikającymi z Respect Index. Banki, które zostały wymienione w XI Respect Index, prezentuje tabela 7.

**Tabela 7.** Banki w XI Respect Index

Bank Handlowy
Bank Millennium
BOŚ
Bank Pekao
BZ WBK
ING Bank Śląski
mBank

Źródło: Opracowanie własne na podstawie [www 5].

Postrzeganie jednostek gospodarczych jest ściśle powiązane z ich renomą, a do podniesienia ich wizerunku przyczynia się także publikowanie przez te podmioty szeregu danych niefinansowych z zakresu CSR. Nie należy jednak łączyć bezpośrednio postrzegania jednostki gospodarczej z jej wynikami finansowymi.

## Podsumowanie

Rozwój koncepcji odpowiedzialnego inwestowania oraz indeksów społecznej odpowiedzialności biznesu na przestrzeni kilkudziesięciu lat jest bardzo pozytywnym zjawiskiem. Uwzględnianie czynników społecznych, ekologicznych oraz ładu korporacyjnego w działalności sprawia, iż przedsiębiorstwo jest lepiej postrzegane przez otoczenie i bardziej atrakcyjne dla interesariuszy i inwestorów.

Cel teoretyczny niniejszej publikacji stanowiło przybliżenie istoty i znaczenia danych niefinansowych dla prezentujących dane niefinansowe i użytkowników sprawozdania finansowego. Cel ten został w pełni zrealizowany, gdyż pokazano korzyści wynikające z raportowania niefinansowego zarówno dla publikującego sprawozdanie, jak i dla użytkownika sprawozdania, w tym inwestorów.

Przeprowadzone w artykule rozważania nie rozwiązują badanego problemu, jednak są bardzo ważne z punktu widzenia interesów spółek.

Reasumując należy stwierdzić, że:

- Praktyki raportowania dotyczącego danych niefinansowych nadal są na wczesnym etapie rozwoju. Instytucje raportują szczegółowo, ale wciąż trudno spełnić wymogi standardów.
- Istnieje dalsza konieczność oceny raportów przez podmioty zewnętrzne w celu doskonalenia jakości tych raportów.
- Wyniki finansowe osiągnięte przez banki przekładają się na wizerunek banków. W czołówce znajduje się wówczas PKO BP.

- Banki, które zajmują wysokie miejsce w rankingach, raportują niefinansowo, natomiast raportowanie niefinansowe nie zawsze przekłada się na wynik finansowy banku.

Przeprowadzona analiza wykazała, że raportowanie niefinansowe zapewnia wymierne korzyści zarówno publikującym dane niefinansowe, jak również korzystającym z tych informacji. Coraz szerszy dostęp do informacji oraz możliwość dokładniejszej oceny podmiotów sporządzających sprawozdania przyczynia się do ich bardziej pozytywnego wizerunku, a także jest to istotne dla podejmowania decyzji przez zarządzających, inwestorów i innych interesariuszy.

## Literatura

- Adams C.A. (2002), *Internal Organisational Factors Influencing Corporate Social and Ethical Reporting*, „Accounting, Auditing & Accountability Journal”, No. 15(2).
- Adams C.A., Hill W.Y., Roberts C.B. (1995), *Environmental, Employee and Ethical Reporting in Europe*, ACCA Research Report No. 41, London.
- Altkorn J. (2004), *Wizerunek firmy*, Wyższa Szkoła Biznesu w Dąbrowie Górniczej, Dąbrowa Górnicza.
- Bek-Gaik B., Rymkiewicz B. (2014), *Spoleczna odpowiedzialność przedsiębiorstw a finansowe miary dokonań*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”, nr 804, Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia, nr 67.
- Burchell S.C., Clubb C., Hopwood A.G. (1985), *Accounting in Its Social Context: Towards a History of Value Added in the United Kingdom*, „Accounting, Organizations and Society”, Vol. 10, Iss. 4.
- Dierkes M., Preston L.E. (1977), *Corporate Social Accounting and Reporting for the Physical Environment: A Critical Review and Implementation Proposal*, „Accounting, Organizations and Society”, No. 2(1).
- Dobija D., Koładkiewicz I. (2011), *Ład korporacyjny*, Wolters Kluwer, Warszawa.
- Dobry raport czyli jaki?*, Deloitte 2016, [https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/pl/Documents/Books/pl\\_dobry\\_raport\\_Deloitte%20-%20raportowanie%20niefinansowe.pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/pl/Documents/Books/pl_dobry_raport_Deloitte%20-%20raportowanie%20niefinansowe.pdf) (dostęp: 12.02.2018).
- Dowling G.R. (1986), *Managing Your Corporate Images*, „Industrial Marketing Management”, No. 15.
- Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/95/UE z dnia 22 października 2014 r. zmieniająca dyrektywę 2013/34/UE w odniesieniu do ujawniania informacji niefinansowych i informacji dotyczących różnorodności przez niektóre duże jednostki oraz grupy. Dz.Urz. UE z 15.11.2014.
- Gray R.H., Kouhy R., Lavers S. (1995), *Corporate Social and Environmental Reporting: A Review of the Literature and a Longitudinal Study of UK Disclosure*, „Accounting, Auditing and Accountability Journal”, No. 2.

- Ignatowski R., Wójcik-Jurkiewicz M. (2016), *Raportowanie spółek w zakresie społecznie odpowiedzialnego biznesu* [w:] Z. Dobrowolski, G. Ignatowski, Ł. Sułkowski (red.), *Instrumenty polityki społecznej*, Difin, Warszawa.
- ISO 26000 *Guidance on Social Responsibility*, Norma międzynarodowa dotycząca społecznej odpowiedzialności.
- Jeżak J. (2010), *Ład korporacyjny. Doświadczenia oraz kierunki rozwojowe*, C.H. Beck, Warszawa.
- Kołodziej S., Maruszewska E.W. (2015), *Economical Effectiveness and Social Objectiveness in Corporate Social Reports – A Survey among Polish Publicly Traded Companies* [w:] *SGEM Conference Proceedings 2*, Vol. 2, s. 161-167.
- Krasodomska J. (2014), *Informacje niefinansowe w sprawozdawczości spółek*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Kraków.
- Krasodomska J. (2017), *Społeczna odpowiedzialność biznesu w rachunkowości. Teoria i praktyka*, Difin, Warszawa.
- Krukowska M. (2012), *Jak oceniać odpowiedzialność społeczną biznesu?*, Wydawnictwo Naukowe Scryptorium, Opole.
- Kwaśnicki R.L. (2007), *Nowe zasady Corporate Governance w spółkach publicznych*, „Monitor Prawniczy”, nr 24.
- Macuda M. (2016), *Corporate Social Responsibility – a New Trend in Hospital Accounting?*, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, nr 284.
- Macuda M., Matuszak Ł., Różańska E. (2015), *The Concept of CSR in Accounting Theory and Practice in Poland: an Empirical Study*, „Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości”, nr 84(140).
- Moir L. (2001), *What do We Mean by Corporate Social Responsibility*, „Corporate Governance”, Vol. 1, Iss. 2.
- Monks R., Minnow N. (1995), *Corporate Governance*, Blackwell Publishers, Cambridge.
- Ness K.E., Mirza A.M. (1991), *Corporate Social Disclosure: A Note on a Test of Agency Theory*, „The British Accounting Review”, September.
- Okoye A. (2009), *Theorizing Corporate Social Responsibility as an Essentially Contested Concept: Is a Definition Necessary?*, „Journal of Business Ethics”, No. 89.
- Paliwoda-Matiolańska A. (2009), *Odpowiedzialność społeczna w procesie zarządzania przedsiębiorstwem*, C.H. Beck, Warszawa.
- Paszkiewicz A., Szadziewska A. (2011), *Raportowanie ekologicznych aspektów działalności w przedsiębiorstwach energetycznych i chemicznych*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”, nr 625, Finance, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia, nr 32.
- Raport „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki” (2012), [www.odpowiedzialnybiznes.pl/hasla-encyklopedii/spoleczna-odpowiedzialnosc-biznesu-csr](http://www.odpowiedzialnybiznes.pl/hasla-encyklopedii/spoleczna-odpowiedzialnosc-biznesu-csr) (dostęp: 17.09.2017).

- Raportowanie niefinansowe. Poradnik dla początkujących* (2017), wyd. 2 popr., [http://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2017/10/Raportowanie-Niefinansowe\\_Poradnik-dla-raportuj%C4%85cych.pdf](http://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2017/10/Raportowanie-Niefinansowe_Poradnik-dla-raportuj%C4%85cych.pdf) (dostęp: 12.02.2018).
- Rozkwitalska M. (2006), *Kultura organizacyjna korporacji transnarodowych oparta o społeczną odpowiedzialność*, „Organizacja i Kierowanie”, nr 2.
- Rozporządzenie Ministra Finansów z 25.05.2016 r. zmieniające rozporządzenie 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. 2016, poz. 860.
- Samborski A. (2011), *Nadzór korporacyjny a społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa* [w:] J. Pyka (red.), *Dynamika zmian w polskim przemyśle i usługach*, TNOiK, Katowice.
- Surdykowska S.T. (2012), *Ryzyko finansowe w środowisku globalnej gospodarki*, Difin, Warszawa.
- Ustawa z dnia 15.12.2016 r. o zmianie ustawy o rachunkowości. Dz.U. 2017, poz. 61.
- [www 1] <https://www.mbank.pl/raport-roczny/2016/> (dostęp: 12.04.2017).
- [www 2] <https://www.bzwbk.pl/.../sprawozdanie-finansowe/.../sprawozdanie-finansowe-roczne> (dostęp: 12.04.2017).
- [www 3] <https://www.ingbank.pl/relacje-inwestorskie> (dostęp: 12.04.2017).
- [www 4] <https://www.pkobp.pl/grupa-pko-banku-polskiego/relacje.../raporty-finansowe/> (dostęp: 12.04.2017).
- [www 5] [http://respectindex.pl/aktualnosci?ph\\_main\\_content\\_start=show&ph\\_main\\_content\\_cmn\\_id=1133](http://respectindex.pl/aktualnosci?ph_main_content_start=show&ph_main_content_cmn_id=1133) (dostęp: 12.02.2018).

## THE IMPORTANCE OF NON-FINANCIAL INFORMATION FOR INVESTORS AND THE IMAGE OF THE COMPANY

**Summary:** The role of disclosure in accounting has been growing in recent years. The current trend of accounting shows many new assumptions that have been made with the idea of providing precise information for the financial markets. The presented information, both financial and non-financial, is very important for the perception of the business entities that present them.

The purpose of the article is to present the benefits of presenting non-financial information contained in the financial statements for entities that present them and presenting the significance of non-financial information for making decisions by managers, investors and other stakeholders. The research methods adopted in the article are based on literature studies, review of legal acts, application of the method of comparison and inference.

**Keywords:** information, non-financial data, CSR.