

Jacek Gad*

Sprawozdawczość biznesowa wobec założeń teorii agencji

Wstęp

Współczesna rzeczywistość gospodarcza sprawia, że „podział świata na bogatych i biednych zmienia się na podział na mających i nie mających dostępu do informacji” [Hofmolk, 1998, s. 59]. W przypadku współczesnych przedsiębiorstw informacja jest zasobem mającym znaczący wpływ na pozycję konkurencyjną jednostki. Ponadto organizacja gospodarki rynkowej sprawia, że niezwykle istotne są informacje ujawniane przez przedsiębiorstwa. Szczególną rolę w tym zakresie odgrywają sprawozdania finansowe, będące swego rodzaju oknem, przez które interesariusz może zajrzeć do przedsiębiorstwa [Gad, Walińska, 2012, s. 109]. Sprawozdania finansowe „dostarczają niezbędnej wiedzy na temat architektury finansowej firmy” [Walińska, 1994, s. 229–230]. Z kolei informacje niefinansowe, towarzyszące sprawozdaniom finansowym, pozwalają lepiej wykorzystać potencjał drzemący w sprawozdawczości finansowej. Rozwój rynku kapitałowego oraz towarzyszący mu wzrost liczby jednostek konkurujących o kapitał spowodował, że zwiększył się zakres oraz pojawiły się nowe formy, w większym stopniu dopasowane do wymagań inwestorów, prezentowania osiągnięć jednostek gospodarczych [Gad, 2011, s. 128]. Warto zwrócić uwagę, że zwiększony zakres ujawnień może rodzić pewne negatywne skutki, a mianowicie spółki mogą korzystać z informacji ujawnianych przez konkurentów, natomiast same nie ujawniać dodatkowych informacji. Wydaje się, że rozwiązaniem tego problemu może być jednolity zestaw ujawnień w zakresie informacji niefinansowych. W tym kontekście wyjątkowo aktualna wydaje się być prezentowana w niniejszym artykule koncepcja komentarza zarządu będąca swego rodzaju konsensusem w debacie na temat zakresu oraz formy ujawnień towarzyszących sprawozdaniom finansowym.

Przywołane w niniejszym artykule narzędzie komunikacji ma istotne znaczenie z punktu widzenia niwelowania asymetrii informacji będącej podstawowym założeniem teorii agencji.

* Dr, Katedra Rachunkowości, Wydział Zarządzania, Uniwersytet Łódzki, ul. Matejki 22/26, 90-237 Łódź, jacek.gad@gmail.com

Celem artykułu jest prezentacja zakresu oraz struktury nowego narzędzia komunikacji, jakim jest komentarz zarządu (*management commentary*). W artykule przedstawiono koncepcję wykorzystania komentarza zarządu do niwelowania problemu agencji. Metodą badawczą wykorzystaną w niniejszej publikacji były studia literaturowe.

1. Sprawozdawczość biznesowa jako współczesne narzędzie komunikacji spółki z otoczeniem

Koncepcja raportów biznesowych jest wyrazem poszukiwania dopasowanego do współczesnej rzeczywistości gospodarczej modelu ujawnień¹. Raporty biznesowe wydają się być ważnym narzędziem w dążeniu do uzyskania przewagi konkurencyjnej. Są one również przejawem konkurowania spółek o względy inwestorów.

Jak zauważa się w literaturze, sprawozdanie finansowe „nie jest wystarczającą podstawą analizy, zawiera jedynie część informacji potrzebnych do dokonania całościowej oceny przedsiębiorstwa” [Marcinkowska, 2006, s. 619]. Informacje zawarte w sprawozdaniu finansowym bez odpowiedniego kontekstu, wynikającego z towarzyszących mu informacji niefinansowych, mogą tracić na użyteczności.

Co istotne, ewolucji podlegają również klasyczne sprawozdania finansowe, zdaniem E. Walińskiej obecnie „rachunkowość przekracza granice czasu i prezentuje w swoich sprawozdaniach finansowych skutek pomiaru przyszłości. Można zatem powiedzieć, że akceptuje narzędzia i metody stosowane w innych dziedzinach, a ze swej strony dokonuje jedynie prezentacji skutków pomiaru w sprawozdaniu finansowym” [Walińska, 2008, s. 338].

M. Marcinkowska twierdzi, że „obecnie podejmuje się próbę odejścia od sprawozdawczości finansowej na rzecz sporządzania kompleksowych raportów biznesowych” [Marcinkowska, 2006, s. 617]. Podobnego zdania są R.G. Eccles i M.P. Krzus, którzy trafnie określili istotę raportu rocznego łączącego w sobie tradycyjną sprawozdawczość finansową oraz sprawozdawczość biznesową. Zdaniem tych autorów „formuła jednego raportu zawiera potencjał, by znacząco zmienić sposób działania przedsiębiorstw i sposób myślenia inwestorów, przenosząc uwagę od osiągania krótkoterminowych celów o charakterze finansowym do rozwoju długoterminowej

¹ Różne zagadnienia związane z ujawnieniami informacji niefinansowych były przedmiotem rozważań w ramach wielu opracowań, do których zaliczyć można m.in.: The Jenkins Report [*Improving Business Reporting – A Customer Focus*, 1994], Tomorrow's Company [*Tomorrow's Company: The Role of Business in a Changing World*, 1995], The 21st Century Annual Report [Carey, Sancto, 1998], ValueReporting™ [Eccles i inni 2001].

strategii biznesowej” [Eccles, Krzus, 2010, s. 30]. W literaturze zwraca się uwagę na obszary informacyjne, które w połączeniu ze sprawozdaniami finansowymi tworzą raport biznesowy. Należą do nich przede wszystkim [Marcinkowska, 2004, s. 71–86; Świdorska, 2007, s. 322]:

- 1) opis otoczenia, czyli warunków zewnętrznych, w jakich funkcjonuje jednostka,
- 2) analityczny wykaz kluczowych czynników wpływających na pomnażanie jej wartości,
- 3) ujawnienia dotyczące strategii, długo- i krótkoterminowych planów i zamierzeń,
- 4) analizy konkurencyjności działań jednostki i realne możliwości jej poprawienia,
- 5) oszacowanie ryzyka działalności.

Wydaje się, że przedstawiona powyżej zmiana modelu ujawnień jest odzwierciedleniem wyraźniej tendencji polegającej na zacieraniu się granic między rachunkowością finansową i zarządczą. Sprawozdania finansowe będące domeną rachunkowości finansowej zostają wzbogacone o elementy rachunkowości zarządczej. Świadczy o tym chociażby postulat rozszerzenia sprawozdań finansowych o dane niefinansowe czy wzbogacenie sprawozdań finansowych o informacje dotyczące obszarów tworzenia wartości w przedsiębiorstwie lub czynników ryzyka, czy wreszcie pojawianie się w sprawozdaniach finansowych informacji o charakterze *ex ante* [Gad, 2011, s. 121].

Wydaje się, że efektem ubocznym ewolucji modelu sprawozdawczego może być utrata porównywalności raportów ujawnianych przez spółkę. Co więcej, nadmiar informacji, tak jak ich niedobór, może negatywnie wpływać na proces komunikacji. Mowa tu np. o chaosie informacyjnym, który może być spowodowany nadmiarem informacji. Na problem ten zwrócili uwagę m.in. E. Walińska, zdaniem której „dzisiaj prawdziwym wyzwaniem nie jest jednak zwiększenie ilości ujawnień, ale dostarczanie informacji ważnych i użytecznych, a także przedstawianie ich w zrozumiałej formie” [Walińska, 2009, s. 164] oraz S.A. DiPiazza, który uważa, że „naszym problemem jest to, że jesteśmy świetni w rozbudowywaniu raportów, natomiast nie idzie nam zbyt dobrze konstruowanie ram pozwalających zintegrować wszystkie te nowe ujawnienia” [*Integrating the Business Reporting*, 2011, s. 31].

Zdaniem autora swego rodzaju remedium na przedstawione powyżej problemy może być przygotowany przez Radę Międzynarodowych Standardów Rachunkowości (International Accounting Standards Board – IASB) projekt komentarza zarządu (*management commentary*) [*Manage-*

ment Commentary, 2010]. Stanowi on krok w kierunku globalnego konsensu dotyczącego struktury raportów rocznych, w tym kształtu raportów biznesowych towarzyszących sprawozdaniom finansowym. W opracowaniu IASB wyraźnie zaznaczono, że komentarz zarządu, mieszczący się w granicach raportu finansowego, zawierający regulowane ustawowo sprawozdanie z działalności, stanowi raport niefinansowy. Zdaniem autora komentarz zarządu jest *de facto* raportem biznesowym [Gad, 2010, s. 66]. Tym samym na raport roczny (raport finansowy) składają się: sprawozdanie finansowe, dodatkowe obligatoryjne ujawnienia oraz komentarz zarządu (raport biznesowy)².

Opracowanie przygotowane przez IASB wydaje się przełomowe, jeśli chodzi o rozważania dotyczące współczesnego modelu ujawnień. Niezwykle istotne jest to, że ma ono charakter międzynarodowy, dlatego może przyczynić się do wypracowania globalnego modelu ujawnień towarzyszących sprawozdaniom finansowym.

2. Komentarz zarządu (*management commentary*) jako wyraz globalnego konsensusu dotyczącego struktury i zawartości raportów biznesowych

W grudniu 2010 roku Rada Międzynarodowych Standardów Rachunkowości (IASB) opublikowała koncepcję komentarza zarządu [*Management Commentary*, 2010]. Należy podkreślić, że opracowanie IASB nie ma charakteru standardu międzynarodowego, któreo spółki musiałyby bezwzględnie przestrzegać. Ma ono raczej formę dobrych praktyk. Zgodnie z wytycznymi IASB komentarz zarządu ma pomóc zarządzającym w przygotowaniu użytecznego decyzyjnie zestawu informacyjnego towarzyszącego sprawozdaniom finansowym, sporządzonym zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej. Komentarz zarządu powinien dostarczać informacji potrzebnych do zrozumienia z jednej strony celów przyjętych przez zarządzających, a z drugiej – strategii potrzebnej, by osiągnąć te cele. Powinien on również dostarczać obecnym i potencjalnym dawcom kapitału informacji, które pomogą im przenieść informacje zawarte w sprawozdaniu finansowym w określony kontekst³.

² Trudno zgodzić się z prezentowaną w literaturze opinią, że „Management Commentary można by potraktować jako integralną część sprawozdań finansowych (kolejny MSSF), oddzielny raport lub umieścić w informacjach dodatkowych do sprawozdań” [Roszkowska, 2011, s. 74].

³ W sytuacji, w której jednostka sporządza komentarz zarządu, towarzyszący sprawozdaniom finansowym sporządzonym zgodnie z MSSF, nie powinna udostępniać tego komentarza bez sprawozdań finansowych. Zarząd powinien jasno zidentyfikować, co jest pre-

W ramach opracowanej przez IASB koncepcji zaproponowano określony katalog obszarów informacyjnych, zaznaczając jednak, że szczegółowa struktura komentarza zarządu będzie uzależniona od warunków, w jakich działa jednostka (zobacz tablica 1). Forma komentarza zarządu będzie różnić się pomiędzy jednostkami i będzie odzwierciedlać naturę ich biznesu, strategię zaadaptowaną przez zarząd i regulacje otoczenia, w którym jednostka funkcjonuje.

Należy podkreślić, że elementy wchodzące w skład komentarza zarządu są ze sobą powiązane i nie powinny być prezentowane oddzielnie.

Tablica 1. Obszary informacyjne komentarza zarządu

Charakter działalności
Cele przyjęte przez zarządzających i strategia służąca do realizacji tych celów
Najbardziej znaczące zasoby jednostki, różne rodzaje ryzyka i powiązania
Wyniki z poszczególnych działalności i perspektywy
Istotne miary i wskaźniki efektywności, wykorzystywane przez zarządzających do oceny efektywności jednostki wobec przyjętych celów

Źródło: [*Management Commentary*, 2010].

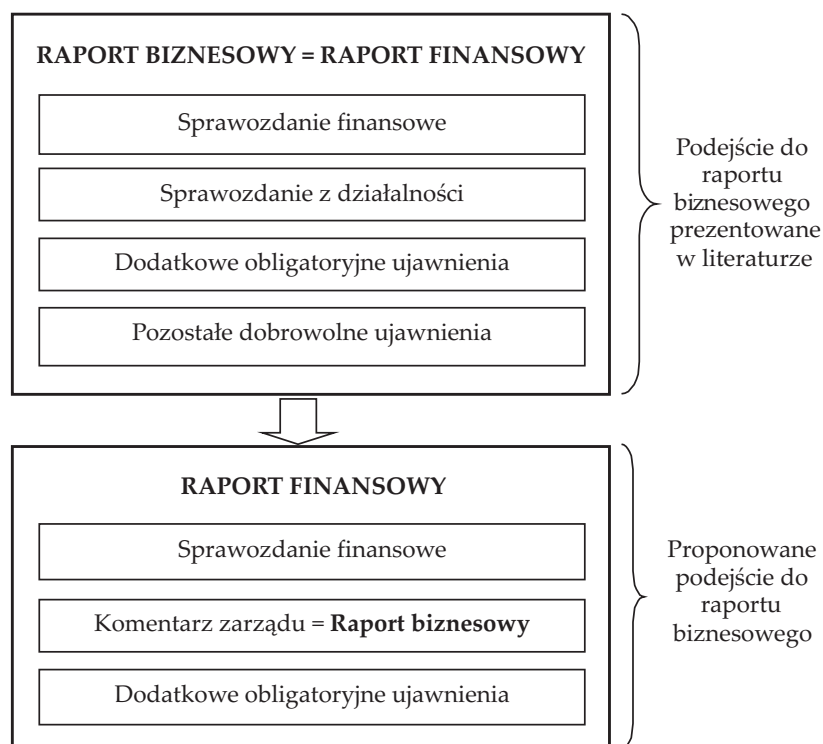
Jednym z celów komentarza zarządu jest dostarczenie informacji pozwalających spojrzeć na przedsiębiorstwo (na jego dokonania i perspektywy) oczyma zarządzających. Zarząd patrzy na jednostkę z unikalnej perspektywy, która ma szczególne znaczenie dla użytkowników raportów finansowych.

Wydaje się, że opracowana przez IASB koncepcja komentarza zarządu jest świetną okazją do usystematyzowania pojęć, które używane są zamiennie w literaturze przedmiotu. Jak już wspomniano, zdaniem autora komentarz zarządu powinien być traktowany jako sprawozdanie biznesowe. Rdzeniem pakietu informacyjnego, który ujawniają przedsiębiorstwa są informacje finansowe zawarte w sprawozdaniu finansowym. Wszelkie dodatkowe informacje niefinansowe tworzą tło dla sprawozdań finansowych. Określanie pakietu informacyjnego, na który składa się sprawozdanie finansowe, sprawozdanie z działalności, dodatkowe obligatoryjne ujawnienia⁴, dodatkowe dobrowolne ujawnienia raportem biznesowym powoduje odwrócenie fundamentalnych proporcji (zobacz rysunek 1).

zentowane jako komentarz zarządu i rozróżnić to od innych informacji zawartych w tym samym raporcie finansowym.

⁴ Wynikające np. z Rozporządzenia Ministra Finansów z 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 [Rozporządzenie, 2009].

Rysunek 1. Nowe ujęcie raportu biznesowego



Źródło: Opracowanie własne na podstawie [Świdrska, 2007], [Marcinkowska, 2004], [Management Commentary, 2010], [Gad, 2010], [Gad, 2011].

Koncepcja komentarza zarządu może stać się przyczynkiem do wypracowania w praktyce standardu raportowania niefinansowego.

3. Główne założenia teorii agencji

M.C. Jensen i W.H. Meckling definiują zależność występującą w ramach teorii agencji jako „kontrakt, na mocy którego, jedna lub więcej osób (pryncypał) angażują inną osobę (agenta) do wykonania pewnych działań w ich imieniu. Działanie to wiąże się z delegowaniem pewnego zakresu samodzielności decyzyjnej na agenta. Jeżeli obie strony kontraktu będą maksymalizować swoją użyteczność, to wówczas należy założyć, że agent nie zawsze będzie działał w najlepszym interesie pryncypała” [Jensen, Meckling, 1976].

Istota teorii agencji opiera się na następujących założeniach [Eisenhardt, 1989, podają za: Shankman, 1999, s. 321]:

- dążenia i cele pryncypała i agenta są w konflikcie oraz
- weryfikowanie poczynań agenta jest trudne lub kosztowne dla pryncypała.

Istotnym problemem dotyczącym rozbieżności między pryncypałem a agentem, pojawiającym się ze szczególną siłą w teorii agencji, jest ich stosunek do ryzyka. Konflikt ten jest odzwierciedlony w tzw. problemie udziału w ryzyku (tj. podziału ryzyka między pryncypała i agenta). Menedżerowie oraz właściciele są zwolennikami różnych podejść do prowadzenia przedsiębiorstwa, które to podejścia odzwierciedlają ich stosunek do ryzyka [Shankman, 1999, s. 321]. Akcjonariuszy cechuje stosunkowo duża skłonność do ryzyka, która związana jest z możliwością zdywersyfikowania portfela akcji. Menedżerowie natomiast charakteryzują się dużą awersją do ryzyka i wykazują skłonność do angażowania się w przedsięwzięcia, które minimalizują zagrożenie bankructwa [Gray, Cannella, 1997].

Kolejnym zagadnieniem będącym przedmiotem zainteresowania w ramach teorii agencji jest dostęp akcjonariuszy do informacji o spółce [Oviat, 1988, s. 214–215, podaję za: Urbanek, 2005, s. 49]. Błędne lub niepełne informacje mogą prowadzić do podjęcia nieracjonalnych decyzji. Problem ten nazywany jest w literaturze asymetrią informacji i w odniesieniu do przedsiębiorstw polega na tym, iż na skutek rozdzielenia własności od zarządzania właściciele nie mają bezpośredniego dostępu do informacji o spółce. Tym samym właściciele nie mają bezpośredniego wpływu na funkcjonowanie korporacji.

Podstawowym wyzwaniem w teorii agencji jest skonstruowanie mechanizmu nadzoru, który pomagałby rozwiązać problem agenta. W literaturze zwraca się uwagę na dwa rozwiązania, które ma do wyboru pryncypał:

- kontrakty opierające się na wynikach [Jensen, Meckling, 1976; Urbanek, 2005, s. 54; Solomon, 2007, s. 18; Mojsiewicz, Zwolankowski, 1998, s. 88],
- monitoring poczynań agenta [Fama, Jensen, 1983, s. 301; Urbanek, 2005, s. 54; Mojsiewicz, Zwolankowski, 1998, s. 87].

Istotą mechanizmu kontraktowego jest porozumienie zawarte między pryncypałem i agentem, które określa sposób wykorzystania funduszy powierzonych przedsiębiorstwu oraz rozdysponowanie korzyści między właścicielami i menedżerów [Shleifer, Vishny, 1997, s. 741]. Dominującą tendencją w zachowaniu stron kontraktu są postawy oportunistyczne. Skłania to uczestników do minimalizowania swojego wkładu i powoduje występowanie niepewności co do realizacji kontraktów. Z kolei redukcja niepewności wymaga monitoringu i pociąga za sobą koszty, określane

jako koszty agencji. Obejmują one [Jensen, Meckling, 1976, s. 305–360; Hill, Jones, 1992, podają za: Solomon, 2007, s. 18; Aluchna, 2002, s. 79–80; Petty i inni, 1993, s. 366–367, podają za: Jerzemowska, 1999, s. 110]: koszty konstrukcji oraz egzekwowania kontraktu, koszty monitorowania menedżerów, koszty ubezpieczeń agenta oraz straty rezydualne, wynikające ze spadku dobrobytu pryncypała.

Przedstawione problemy, wynikające m.in. z konfliktu, o którym mowa w teorii agencji, stały się przyczyną wypracowania prawnych i środowiskowych regulacji dotyczących koegzystencji pryncypała i agenta.

4. Sprawozdanie biznesowe jako narzędzie niwelowania asymetrii informacyjnej w relacjach agent – pryncypał

Podstawowym założeniem w ramach teorii agencji jest nierówny dostęp do informacji. Zarząd (agent) dysponuje większym zakresem informacji na temat spółki niż właściciel (pryncypał). Co więcej, cele agenta i pryncypała nie są zbieżne. Pryncypał nie jest w stanie kompleksowo zweryfikować działania agenta. Wobec tych założeń wydaje się, że obok konstrukcji szczegółowych kontraktów między pryncypałem i agentem sprawozdawczość finansowa oraz biznesowa stają się podstawowymi narzędziami niwelowania problemu agencji (zobacz rysunek 2).

Rysunek 2. Sprawozdanie finansowe oraz raport biznesowy jako narzędzia niwelowania problemu agencji



Źródło: Opracowanie własne.

Zarówno sprawozdawczość finansowa, jak i niefinansowa (biznesowa) są narzędziami pozwalającymi zmniejszyć poziom asymetrii informacji między pryncypałem i agentem. Sprawozdania finansowe pozwalają ustalić, czy agent efektywnie pomnaża zasoby powierzone mu przez pryncypała. Tym samym sprawozdania te dostarczają informacji, na podstawie których można stwierdzić, czy, a jeżeli tak, to w jakim zakresie, zarządzający wywiązują się z funkcji rozliczeniowej (*accountability*)⁵. Sprawozdania finansowe dostarczają przede wszystkim informacji historycznych (*ex post*), na podstawie których można określić efektywność zarządzania w określonych przedziałach czasowych, tzw. okresach sprawozdawczych (kwartał, półrocze, rok). Pamiętać jednak należy, że sprawozdania finansowe dostarczają również w pewnym zakresie informacji na temat przyszłości⁶.

Konieczność rozliczenia się zarządzających za pomocą śródrocznych oraz rocznych sprawozdań finansowych powoduje, że zarządzający działają tak, aby osiągnąć oczekiwane wyniki na koniec okresu sprawozdawczego. Prowadzi to do skrócenia perspektywy działania zarządzających. Wydaje się, że koncepcja raportów biznesowych wpływa na wydłużenie tej perspektywy.

Należy zauważyć, że sprawozdawczość biznesowa generuje przede wszystkim informacje dotyczące przyszłości. Pozwala m.in. ocenić, na ile cele przyjęte przez zarządzających są zbieżne z celami pryncypała oraz na ile strategia sformułowana przez zarządzających pokrywa się z wyobrażeniem pryncypała co do funkcjonowania spółki w przyszłości. W raporcie biznesowym (komentarzu zarządu) zarząd zobowiązany jest wyeksponować zasoby jednostki, które uważa za znaczące. Powinien również przedstawić różne rodzaje ryzyka, na które narażona jest jednostka. Są to informacje niezwykle cenne z punktu widzenia właściciela (pryncypała), gdyż stanowią podstawę do oceny skuteczności zarządzania. Raport biznesowy zawiera również dane historyczne dotyczące chociażby wyników z poszczególnych rodzajów działalności. W raporcie tym zarząd może przedstawić wyniki jednostki w takim przekroju informacyjnym, który pozwoli lepiej zrozumieć informacje zawarte w sprawozdaniu finanso-

⁵ Badania przeprowadzone na zlecenie Europejskiej Grupy Doradczej ds. Sprawozdawczości Finansowej wskazują, że uczestnicy rynku kapitałowego w większej mierze wykorzystują sprawozdania finansowe do oceny działań zarządu niż do podjęcia decyzji typu zatrzymaj/kup lub do oceny wypłacalności jednostki [*The needs of users of financial information*, 2009].

⁶ Dla przykładu aktywa w bilansie powinny być zaprezentowane w kwocie odzwierciedlającej wartość przyszłych korzyści, które jednostka spodziewa się uzyskać z tytułu użytkowania składnika aktywów lub jego zbycia. Wydaje się, że można stwierdzić, iż aktywa przedstawiają mapę przyszłych korzyści ekonomicznych jednostki.

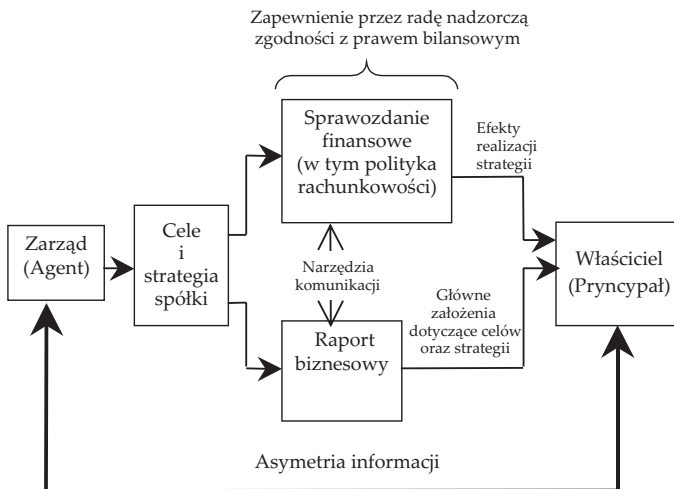
wym. Istotnym z punktu widzenia oceny sprawności działania agenta jest składnik raportu biznesowego dotyczący miar i wskaźników efektywności wykorzystywanych przez zarządzających w procesie zarządzania.

Na uwagę zasługuje fakt, że wspólny, międzynarodowy wzorzec raportu biznesowego pozwala na dokonywanie porównań między jednostkami z różnych sektorów, a także między jednostkami działającymi na rynkach zlokalizowanych w różnych krajach.

Wskazać należy, że koncepcja raportów biznesowych związana jest z przekazywaniem pryncypałowi informacji, które w przeszłości uznawane były jako wewnętrzne. Mowa tu o informacjach „zarządczych”. Niewątpliwie taki charakter ma strategia jednostki, która stanowi fundament systemu zarządzania. Zdaniem J. Jeżaka, strategia to „system pewnych wartości, przy pomocy których przedsiębiorstwo rozpoznaje i ocenia pojawiające się dla niego szanse i zagrożenia oraz zgodnie z którymi wybiera i podejmuje określone działania, mające na celu zapewnienie mu długotrwałej egzystencji” [Jeżak, 1990, s. 14]. Można zatem stwierdzić, że strategia to swego rodzaju filozofia długoterminowego działania.

W warunkach asymetrii informacyjnej ujawnienia dotyczące celów oraz strategii pozwalają ocenić pryncypałowi, czy przyjęte przez zarząd założenia są zgodne z jego interesem (zobacz rysunek 3).

Rysunek 3. Cele i strategia spółki w warunkach asymetrii informacji



Źródło: Opracowanie własne.

Sprawozdanie finansowe oraz raport biznesowy stanowią dla pryncypała podstawowe źródła informacji na temat celów przyjętych przez zarządzających oraz strategii pozwalającej zrealizować te cele. Raport bizne-

sowy zawiera główne założenia dotyczące strategii, połączone dodatkowo z identyfikacją różnych rodzajów ryzyka. Sprawozdanie finansowe z kolei pozwala ocenić, na ile skuteczna jest strategia spółki przygotowana przez agenta, gdyż prezentuje jej rezultaty przełożone na język finansowy. Co ważne, zapisy w polityce rachunkowości, na bazie której sporządzane jest sprawozdanie finansowe, również muszą odzwierciedlać przyjętą przez agenta strategię. Niewątpliwym atutem sprawozdawczości finansowej jest jej wiarygodność potwierdzona przez niezależnego biegłego rewidenta.

Zakończenie

Przywołane narzędzia komunikacji, takie jak sprawozdanie finansowe oraz sprawozdanie biznesowe, wydają się być znaczące z punktu widzenia niwelowania asymetrii informacji między pryncypałem i agentem. Narzędzia te pozwalają monitorować poczynania agenta. Raport biznesowy dodatkowo dostarcza informacji, na podstawie których pryncypał może ocenić, czy agent ma właściwą (zdaniem pryncypała) koncepcję dotyczącą funkcjonowania spółki w przyszłości. O ile sprawozdania finansowe przedstawiają zakres informacji, który z założenia przeznaczony jest dla użytkowników zewnętrznych systemu informacyjnego przedsiębiorstwa, o tyle raporty biznesowe zawierają informacje, które traktowane są jako informacje „zarządcze”.

Opracowanie dotyczące komentarza zarządu przygotowane przez IASB wydaje się być przełomowe, jeśli chodzi o rozważania dotyczące współczesnego modelu ujawnień. Ważne jest, iż mają one charakter międzynarodowy, dlatego mogą przyczynić się do wypracowania globalnego modelu ujawnień towarzyszących sprawozdaniom finansowym. Zdaniem autora projekt komentarza zarządu, będący wzorem raportu biznesowego, może również przyczynić się do usystematyzowania pojęć prezentowanych w literaturze dotyczących różnych narzędzi komunikacji wykorzystywanych przez spółki w praktyce.

Literatura

1. Aluchna M. (2002), *Koszty agencji jako determinanta efektywności nadzoru korporacyjnego* [w:] Rudolf S. (red.), *Strategiczne obszary nadzoru korporacyjnego zewnętrznego i wewnętrznego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
2. Carey A., Sancto J. (red.) (1998), *The 21st Century Annual Report*, ICA-EW, London.

3. Eccles R.G., Herz R.H., Keegan E.M., Phillips D.M.H. (2001), *ValueReporting™ Revolution: Moving Beyond the Earnings Game*, John Wiley & Sons, New York.
4. Eccles R.G., Krzus M.P. (2010), *Integrated Reporting for a Sustainable Strategy*, "Financial Executive", vol. 26, issue 2.
5. Eisenhardt K. (1989), *Agency Theory: An Assessment and Review*, "Academy of Management Review", vol. 14.
6. Fama E.F., Jensen M.C. (1983), *Separation of Ownership and Control*, "Journal of Law and Economics", vol. 26.
7. Gad J. (2010), *Propozycja nowej formuły sprawozdania (komentarza) zarządu* [w:] Walińska E., Czajor P., Gad J., *Wybrane zmiany w regulacjach międzynarodowych i krajowych rachunkowości – już obowiązujące i propozycje na przyszłość*. Meritum. Aneks. *Rachunkowość*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa.
8. Gad J. (2011), *Rachunkowość w procesie nadzoru w spółkach publicznych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
9. Gad J., Walińska E. (2012), *Raporty rady nadzorczej jako uzupełnienie koncepcji raportów biznesowych – zarys koncepcji*, „Acta Universitatis Lodziensis Folia Oeconomica”, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
10. Gray S.R., Cannella Jr. A.A. (1997), *The Role of the Risk in Executive Compensation*, "Journal of Management", vol. 23, no. 4.
11. Hill C.W., Jones T.M. (1992), *Stakeholder-agency theory*, „Journal of Management Studies”, no. 29.
12. Hofmolk T. (1998), *Rozwój sieci informatycznych jako instrument integracji środowisk naukowych* [w:] Kukliński A., Pawłowska K., *Innowacja – Edukacja – Rozwój regionalny*, Nowy Sącz.
13. *Improving Business Reporting – A Customer Focus* (1994), AICPA, New York.
14. *Integrating the Business Reporting Supply Chain. A Report Based on the Recommendations from Key Business Leaders from Around the World* (2011), IFAC, March.
15. Jensen M.C., Meckling W.H. (1976), *Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure*, "Journal of Financial Economics", vol. 3, no. 4, October.
16. Jerzemowska M. (1999), *Kształtowanie struktury kapitału w spółkach akcyjnych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
17. Jeżak J. (1990), *Strategiczne zarządzanie przedsiębiorstwem. Studium koncepcji i doświadczeń amerykańskich oraz zachodnioeuropejskich*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.

18. *Management Commentary. A Framework for Presentation* (2010), IASB, December.
19. Marcinkowska M. (2004), *Raport roczny z działań i wyników przedsiębiorstwa. Nowe tendencje w sprawozdawczości biznesowej*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków.
20. Marcinkowska M. (2006), *Raportowanie wartości spółki dla inwestorów* [w:] Panfil M., Szablewski A. (red.), *Metody wyceny spółki perspektywa klienta i inwestora*, Poltext, Warszawa.
21. Mojsiewicz M., Zwolankowski M. (1998), *Asymetria informacji uczestników rynku finansowego*, „Zeszyty Naukowe Folia Oeconomica Stetinensia” nr 4, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin.
22. Oviat B.M. (1988), *Agency and Transaction Cost Perspective on the Manager-Shareholder Relationship: Incentives for Congruent Interests*, “Academy of Management Review”, vol. 13, no. 2.
23. Petty J.W., Keown A.J., Scott D.F., Martin J.D. (1993), *Basic Financial Management*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs.
24. Roszkowska P. (2011), *Rewolucja w raportowaniu biznesowym. Interesariusze, konkurencyjność, społeczna odpowiedzialność*, Difin, Warszawa.
25. Rozporządzenie Ministra Finansów z 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. Nr 33, poz. 259.
26. Shankman N.A. (1999), *Reframing the debate between agency and Stakeholder theories of the firm*, “Journal of Business Ethics”, no. 5.
27. Shleifer A., Vishny R.W. (1997), *A Survey of Corporate Governance*, “The Journal of Finance”, vol. 52, no. 2.
28. Solomon J. (2007), *Corporate Governance and Accountability*, Second edition, John Wiley & Sons Ltd., Chichester.
29. Świdarska G.K. (2007), *Wyzwania dla ekspertów rachunkowości wobec nowych koncepcji raportowania* [w:] *Rachunkowość wczoraj, dziś i jutro, Stowarzyszenie Księgowych w Polsce*, Warszawa.
30. *The needs of users of financial information. A user survey* (2009), Pro-Active Accounting Activities in Europe, The Conseil National de la Comptabilité and EFRAG, May.
31. *Tomorrow's Company: The Role of Business in a Changing World* (1995), Royal Society for the Encouragement of the Arts, Manufactures & Commerce, Aldershot.

32. Urbanek P. (2005), *Nadzór korporacyjny a wynagrodzenia menedżerów*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
33. Walińska E. (1994), *Roczny raport spółek w Wielkiej Brytanii w świetle potrzeb inwestora*, praca doktorska napisana w Katedrze Rachunkowości na Wydziale Ekonomiczno-Socjologicznym Uniwersytetu Łódzkiego pod kierunkiem naukowym A. Jarugowej, Łódź.
34. Walińska E. (2008), *Rachunkowość polska w oczekiwaniu na kolejne zmiany*, „Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości”, Stowarzyszenie Księgowych w Polsce, t. 42 (98), Warszawa.
35. Walińska E. (2009), *Bilans jako fundament sprawozdawczości finansowej w kontekście zmian współczesnej rachunkowości*, Wolters Kluwer, Warszawa.

Streszczenie

Celem artykułu jest prezentacja zakresu oraz struktury nowego narzędzia komunikacji, jakim jest komentarz zarządu. W artykule przedstawiono koncepcję wykorzystania komentarza zarządu do niwelowania problemu agencji.

W ramach artykułu autor zaprezentował najważniejsze spostrzeżenia dotyczące ewolucji sprawozdawczości finansowej oraz biznesowej. Ważnym elementem artykułu jest prezentacja nowego ujęcia sprawozdawczości biznesowej.

Słowa kluczowe

sprawozdawczość finansowa, komentarz zarządu, asymetria informacji

Business reporting in view of the agency theory (Summary)

The purpose of this article is to present the scope and structure of the new tool of communication, which is the management commentary. This paper presents the concept of using the management commentary to eliminate agency problems.

In the article the author presented the main findings connected with the evolution of financial and business reporting. An important part of the article is to present a new approach of business reporting.

Keywords

financial reporting, management commentary, asymmetry of information