

Krzysztof Mataczyna

Kolegium Zarządzania i Finansów
Szkoła Główna Handlowa w Warszawie
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7479-9375>

Ujawnienia informacji o kapitale relacyjnym na przykładzie spółek branży lekowej notowanych na GPW w Warszawie

Streszczenie

Artykuł stanowi podsumowanie badania sprawozdań finansowych i sprawozdań z działalności, sporządzanych za lata 2017–2021 przez przedsiębiorstwa branży lekowej notowane na GPW w Warszawie w odniesieniu do ujawniania informacji o kapitale relacyjnym. Celem artykułu jest wykazanie zróżnicowania ujawnień informacji w tym obszarze oraz potrzeby dalszej standaryzacji sprawozdawczości niefinansowej. Artykuł został przygotowany na podstawie analizy literatury przedmiotu – aktów prawnych, artykułów naukowych oraz opracowań instytucji państwowych i stowarzyszeń branżowych. Wyniki badań wskazują, że w badanej próbie ujawnienia w prawie wszystkich zakresach informacyjnych dotyczących atrybutów kapitału relacyjnego charakteryzowały się wysokim zróżnicowaniem – tak w zakresie samego faktu ujawniania informacji, jak i jakości ujawnianej informacji, w związku z czym zasadny wydaje się kierunek ustawodawstwa unijnego, zmierzającego do standaryzacji tego obszaru.

Słowa kluczowe: kapitał relacyjny, kapitał intelektualny, sprawozdawczość niefinansowa, sprawozdanie z działalności, branża farmaceutyczna

Kody klasyfikacji JEL: M41, O34

1. Wprowadzenie

Przeobrażenia gospodarcze końca XX w. związane były z powszechną komputeryzacją i cyfryzacją, a także coraz ważniejszą rolą wiedzy w funkcjonowaniu przedsiębiorstw. Zmiany te spowodowały upowszechnienie się nowego modelu gospodarczego – gospodarki opartej na wiedzy (GOW), której nośnikami są: przemysł wysokiej technologii, usługi społeczeństwa informacyjnego, usługi nasycone wiedzą i edukacja, zaś jej główny potencjał stanowi wiedza, w odróżnieniu od gospodarki przemysłowej i agrarnej, w przypadku których głównymi potencjałami są odpowiednio: kapitał oraz ziemia i praca [Skrzypek, 2011, s. 270, 274]. Jednocześnie dążenie do zrównoważonego rozwoju gospodarczego, rosnąca rola społecznej odpowiedzialności biznesu oraz wzrost zainteresowania interesariuszy informacjami ujawnianymi przez przedsiębiorstwa w tym zakresie spowodowały wyraźne zmiany w odbiorze dotychczas publikowanych sprawozdań finansowych i niefinansowych oraz wywołały potrzebę weryfikacji i poszerzenia ich zawartości, czego wyrazem były zmiany zarówno w prawodawstwie Unii Europejskiej, krajowym (polegające głównie na implementacji przepisów unijnych) oraz nowe koncepcje raportowania uwzględniające powyższe zagadnienia.

Kapitał intelektualny, którego źródło stanowi wiedza, tak „ukryta” w zatrudnianych przez przedsiębiorstwo pracownikach (kapitał ludzki), jak funkcjonująca wewnątrz organizacji w postaci wewnętrznych procedur i wartości niematerialnych (kapitał strukturalny) oraz związana z relacjami z szeroko rozumianym otoczeniem (kapitał relacyjny), stanowi jeden z kluczowych czynników niezbędnych do funkcjonowania przedsiębiorstwa w GOW. Branżą, w której znaczącą rolę odgrywa wiedza, a więc także kapitał intelektualny, jest branża farmaceutyczna, która, zgodnie z raportem Głównego Urzędu Statystycznego [GUS, 2022, s. 24, 29], charakteryzowała się w latach 2019–2021 jednym z najwyższych w Polsce odsetkiem przedsiębiorstw aktywnych innowacyjnie i innowacyjnych.

Celem artykułu jest wykazanie zróżnicowania informacji o kapitale relacyjnym ujawnianych w sprawozdaniach finansowych i sprawozdaniach z działalności za lata 2017–2021 publikowanych przez spółki branży lekowej, zarejestrowane na terenie Rzeczypospolitej Polskiej i notowane na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Zbadane zostało zarówno zróżnicowanie ujawnianych informacji w ramach danej spółki pomiędzy poszczególnymi latami, jak i zróżnicowanie ujawnień pomiędzy spółkami. Artykuł ma także na celu wskazanie potrzeby wypracowania jednolitych standardów w zakresie ujawniania informacji o kapitale relacyjnym i, szerzej, o kapitale intelektualnym.

Przygotowanie artykułu poprzedzone zostało analizą literatury przedmiotu (artykułów naukowych, rozdziałów monografii, aktów prawnych krajowych i Unii Europejskiej oraz raportów instytucji rządowych i branżowych). Badanie zostało przeprowadzone metodą analizy danych wtórnych – sprawozdań finansowych i sprawozdań z działalności opublikowanych przez podmioty z próby badawczej.

2. Kapitał relacyjny w koncepcji kapitału intelektualnego i jego znaczenie w funkcjonowaniu przedsiębiorstw

Koncepcja kapitału intelektualnego ma swoje korzenie w koncepcji kapitału ludzkiego¹, bowiem stanowi jej rozwinięcie o obszary obejmujące wewnętrzne zasoby intelektualne przedsiębiorstwa oraz jego relacje z otoczeniem (nie tylko klientami i kontrahentami, lecz także ze społecznościami lokalnymi, środowiskiem naturalnym). Kapitał intelektualny najczęściej definiowany jest jako suma kapitałów: ludzkiego, strukturalnego i relacyjnego. Należy jednak podkreślić, że przytoczona definicja jest pewnym uproszczeniem i syntezą definicji formułowanych przez badaczy zajmujących się tematyką kapitału intelektualnego. W tabeli 1 zaprezentowane zostały wybrane definicje kapitału intelektualnego, w których zawarto odniesienia do relacji przedsiębiorstwa z otoczeniem.

Tabela 1. Wybrane definicje kapitału intelektualnego z odniesieniami do relacji z otoczeniem

Autor	Definicja kapitału intelektualnego
H. Saint Onge	Kapitał intelektualny obejmuje kapitał ludzki, kapitał kliencki i kapitał strukturalny
N. Bontis	Kapitał intelektualny złożony jest z kapitału ludzkiego, kapitału strukturalnego i kapitału relacyjnego
L. Edvinsson	Kapitał intelektualny składa się z kapitału ludzkiego i kapitału strukturalnego (zewnętrznego, obejmującego kapitał kliencki, i wewnętrznego, obejmującego kapitał organizacyjny)
K.M. Wiig	Kapitał intelektualny składa się z aktywów będących wynikiem wysiłku intelektualnego, poczynszy od zdobywania nowej wiedzy, przez inwencję, po kreowanie wartościowych relacji
M. Mroziewski	Kapitał intelektualny jest koncepcyjną zdolnością przedsiębiorstwa i zatrudnionych w nim osób do osiągania dochodów i budowania konkurencyjnego potencjału w przyszłości dzięki aktywom intelektualnym i relacjom społecznym ukierunkowanym na poszukiwanie wiedzy, jej przetwarzanie, wzbogacanie i przekazywanie interesariuszom

Źródło: opracowanie własne na podstawie [Saint-Onge, 1996, s. 10; Bontis, 1996, s. 43–44; Edvinsson, 1997, s. 369; Wiig, 1997, s. 400; Mroziewski, 2008, s. 48].

Kapitał relacyjny (określany również jako kapitał kliencki lub kapitał strukturalny wewnętrzny) jest równorzędnym, obok kapitału ludzkiego i strukturalnego, składnikiem kapitału intelektualnego przedsiębiorstwa. Jak jednak słusznie zauważa A. Ujwary-Gil [2009, s. 40–41], definicje kapitału intelektualnego w sposób nie do końca właściwy separują poszczególne składniki kapitału intelektualnego. Ich analiza nie powinna być więc dokonywana w oderwaniu od istoty kapitału intelektualnego jako całości, zważywszy że o jego sile, jak wskazują K. Jacobsen, P. Hofman-Bang i R. Norby Jr [2005, s. 575] czy A. Sopińska [2007, s. 147–148] decyduje integracja jego składników. Przykładem takiej integracji może być proces budowania relacji przedsiębiorstwa z klientem. Relacje te tworzą się bowiem dzięki atrybutom kapitału ludzkiego: wiedzy, doświadczeniu lub kompetencjom zatrudnionych

¹ Za ojców koncepcji kapitału ludzkiego uważani są przede wszystkim: T.W. Schultz, J. Mincer i G. Becker, którzy niezależnie od siebie zwracali uwagę na rolę edukacji, rozwoju zawodowego i ochrony zdrowia.

w przedsiębiorstwie pracowników i menedżerów [Danielak, 2015, s. 76–77]. Odpowiednie wykorzystanie tych atrybutów umożliwia sprawność organizacyjną przedsiębiorstwa, odzwierciedlana przez efektywnie działające procedury wewnętrzne, posiadane wartości niematerialne czy know-how (atrybuty kapitału strukturalnego).

Aby unaocznić istotę kapitału relacyjnego przedsiębiorstwa, warto zwrócić uwagę na atrybuty, które stanowią odzwierciedlenie jego funkcjonowania. Do atrybutów kapitału relacyjnego zaliczają się relacje z klientami i kontrahentami, relacje z innymi interesariuszami (społecznościami lokalnymi) czy partnerami biznesowymi [Roos i in., 1997, s. 43–44]. Należy zwrócić również uwagę na relacje przedsiębiorstwa z partnerami w zakresie działalności badawczo-rozwojowej, inwestorami, a także wizerunek przedsiębiorstwa, lojalność klientów, ich satysfakcję, czy działania na rzecz środowiska naturalnego, a także, na co wskazują S. Abhayawansa i J. Guthrie [2014, s. 80], relacje z instytucjami rządowymi, samorządowymi i postrzeganie przedsiębiorstwa przez tych wszystkich interesariuszy, z którymi relacje mogą przynieść przedsiębiorstwu korzyści.

Kapitał relacyjny, podobnie jak kapitał strukturalny, a odmiennie niż kapitał ludzki, traktowany jest jako własność przedsiębiorstwa [Laghi i in., 2020, s. 480], jednak podejście to może budzić uzasadnione wątpliwości. Kapitał ludzki w istocie nie stanowi własności przedsiębiorstwa, ponieważ „posiadają go” zatrudnieni pracownicy, jest on przedsiębiorstwu przez nich niejako wynajmowany. Atrybuty kapitału strukturalnego zaliczane do wartości niematerialnych (i prawnych) stanowią własność przedsiębiorstwa albo są przez nie kontrolowane, pozostałe atrybuty kapitału strukturalnego stanowią wewnętrzną wiedzę przedsiębiorstwa, a więc także są jego własnością. Relacja z kolei, aby zaistnieć, powinna charakteryzować się dwu- lub wielostronnością, dlatego też właściwym wydaje się założenie, że kapitał relacyjny należy jednocześnie do przedsiębiorstwa i do podmiotu (podmiotów), z którym (którymi) relacja ta jest nawiązywana i utrzymywana.

Kapitał relacyjny ma więc bardzo istotne znaczenie w działalności przedsiębiorstwa, bowiem jego główne atrybuty odnoszą się bezpośrednio do klientów, z którymi relacje wpływają na wielkość sprzedaży, przychody z tego tytułu, a w dalszej kolejności na osiągnięcie i utrzymywanie przez przedsiębiorstwo przewagi konkurencyjnej, a więc jeden z głównych celów prowadzenia działalności gospodarczej.

Jak jednak zauważają S. Ghane i P. Akhavan [2014, s. 130], równie istotnym jak relacje z klientami atrybutem kapitału relacyjnego są relacje z innymi przedsiębiorstwami, przede wszystkim z kontrahentami (dostawcami), a także zawieranie strategicznych sojuszy przedsiębiorstw o długim horyzoncie czasowym. Wskazują oni jednocześnie, że przedsiębiorstwo charakteryzujące się takimi relacjami z kontrahentami ma większe możliwości w zakresie budowania lojalności klientów i zdobywania lepszej pozycji rynkowej.

Kreowanie kapitału relacyjnego i umiejętność jego wykorzystania przez przedsiębiorstwo, a także tworzenie opartych na zaufaniu i dobrej komunikacji sieci współpracy stają się obecnie jednym z jego kluczowych zasobów, jednocześnie zaś redukcji ulega znaczenie zasobów materialnych w kontekście wpływu na przewagę konkurencyjną przedsiębiorstwa [Walecka,

Zelek, 2017, s. 168–169], co z kolei wynika z rozwoju i upowszechniania się GOW jako wiodącego modelu gospodarczego w krajach wysoko rozwiniętych. Należy jednak zaszyfalizować, że atrybuty kapitału relacyjnego, wynikiem funkcjonowania których są nieprawidłowe relacje z otoczeniem (nieodpowiednie relacje z łańcuchem dostaw), mogą stać się jednym z czynników kryzysu w przedsiębiorstwie [Walecka, Zelek, 2018, s. 91–92].

3. Kapitał relacyjny w sprawozdawczości finansowej i niefinansowej przedsiębiorstw – uregulowania prawne i alternatywne koncepcje sprawozdawczości

Kapitał intelektualny, a więc jednocześnie jego składnik, jakim jest kapitał relacyjny, zyskuje na znaczeniu w funkcjonowaniu przedsiębiorstw, co przekłada się na zwiększające się potrzeby informacyjne interesariuszy. Nie jest to jednoznaczne z rozszerzaniem się w tym samym tempie zakresu ujawnień informacji w sprawozdaniach finansowych i niefinansowych publikowanych przez przedsiębiorstwa. W bilansie ujawniane są, jako składniki aktywów w pozycji wartości niematerialne (i prawne), jedynie niektóre atrybuty kapitału strukturalnego, jednak nie zostały one wprost zdefiniowane jako składniki majątkowe odzwierciedlające jeden ze składników kapitału intelektualnego zarówno w ustawodawstwie krajowym, jak i unijnym.

W par. 9 i 10 MSR 38 „Wartości niematerialne” wskazano, że nie wszystkie zasoby niematerialne, w tym np. relacje z odbiorcami, dostawcami, ich lojalność czy udział w rynku (a więc atrybuty kapitału relacyjnego), spełniają kryteria definicji składnika niematerialnego, na które składają się: możliwość zidentyfikowania takiego składnika, sprawowania kontroli nad składnikiem oraz istnienie przyszłych korzyści ekonomicznych [MSR 38]. Relacje, lojalność i udziały w rynku najczęściej tych kryteriów nie spełniają z uwagi na niedostateczną kontrolę przedsiębiorstwa nad nimi bądź brak możliwości identyfikacji składnika. Przedsiębiorstwo nie jest „właścicielem” tych atrybutów, nie kontroluje ich, są one najczęściej zależne także od interesariuszy zewnętrznych, w związku z czym możliwość ujawnienia w bilansie tych atrybutów kapitału relacyjnego jako składników majątków jest istotnie ograniczona lub wręcz niemożliwa.

Jednocześnie w par. 69 MSR 38 uregulowana została kwestia nakładów na działalność reklamową i promocyjną, która odnosi się do budowania relacji z klientami i wizerunku przedsiębiorstwa, będących atrybutami kapitału relacyjnego. Nakłady te, mimo że ponoszone są w celu osiągnięcia w przyszłości korzyści ekonomicznych, nie powodują powstania składnika aktywów (niematerialnego lub innego), w związku z czym są one ujmowane jako koszty w momencie ich poniesienia [MSR 38]. Jak jednak zauważają S. Hońko i W. Gos [2018, s. 65–66] podejście to opiera się na „skromnych i arbitralnych” regulacjach współczesnej rachunkowości, które związane są z założeniem braku możliwości określenia przyszłych

korzyści w sposób wiarygodny. Wskazują oni także, że treść ekonomiczna działań promocyjnych w momencie aktywowania niektórych z nich byłaby lepiej odwzorowana.

W odniesieniu do ujawniania informacji o atrybutach kapitału relacyjnego w sprawozdaniu finansowym należy zwrócić uwagę na ujawnianie informacji o strukturze terytorialnej przychodów netto ze sprzedaży. Jest to informacja, która daje odbiorcy sprawozdania finansowego obraz stopnia umiędzynarodowienia relacji przedsiębiorstwa z klientami, co stanowi jeden z atrybutów kapitału relacyjnego.

W załączniku nr 1 do ustawy o rachunkowości wskazano, że przedsiębiorstwo w Dodatkowej informacji i objaśnieniach do sprawozdania finansowego ujawnia „strukturę rzeczową i terytorialną przychodów netto ze sprzedaży towarów i produktów, w zakresie, w jakim te rodzaje i rynki istotnie różnią się od siebie, z uwzględnieniem zasad organizacji sprzedaży produktów i świadczenia usług” [Dz.U. 2023, poz. 120, 295, dalej: uor].

Podobna regulacja zawarta jest w MSSF 8 „Segmenty operacyjne”, którego przepisy dotyczą spółek notowanych na giełdach papierów wartościowych. W par. 3 określono, że przedsiębiorstwo zobowiązane jest do ujawnienia „przychodów od klientów zewnętrznych przypisanych do kraju, w którym jednostka ma swoją siedzibę oraz przypisanych do wszystkich pozostałych krajów łącznie, w których jednostka uzyskuje swoje przychody” [MSSF 8] z zastrzeżeniem, że jeżeli przychody osiągnane w pojedynczym kraju są istotne, powinny być one ujawnione odrębnie.

Dodatkowo przedsiębiorstwa zobligowane są także do ujawniania informacji na temat zależności od głównych klientów. Kryterium, zgodnie z par. 34 MSSF 8, stanowi w tym przypadku odsetek przychodów z tytułu transakcji z jednym klientem, który jest większy lub równy 10% łącznych przychodów tego przedsiębiorstwa [MSSF 8]. Z punktu widzenia kapitału relacyjnego odbiorca sprawozdania finansowego otrzymuje dzięki temu ujawnieniu informację o stopniu dywersyfikacji relacji z klientami ze względu na wynikające z tych relacji przychody.

Przedsiębiorstwa sporządzające sprawozdania finansowe powinny, według załącznika nr 1 do uor, zawrzeć w Dodatkowych informacjach i objaśnieniach do sprawozdania finansowego także informację o poniesionych w ostatnim roku i planowanych na kolejny nakładach na ochronę środowiska [Dz.U. 2023, poz. 120, 295]. Również sprawozdania finansowe sporządzane według MSR/MSSF powinny, zgodnie z par. 10 MSR 16, zawierać informacje o aktywach nabytych bądź wytworzonych w związku z koniecznością ochrony środowiska [MSR 16] oraz, zgodnie z par. 19 MSR 37, informacje o rezerwach utworzonych z powodu obowiązków związanych z koniecznością zapłaty kar oraz na koszty likwidacji szkód poczynionych w środowisku naturalnym [MSR 37]. Informacje te stanowić mogą przesłankę do częściowej oceny atrybutu kapitału relacyjnego, jakim są relacje przedsiębiorstwa ze środowiskiem naturalnym, jednak w stopniu dalece niewystarczającym. Są one bowiem, w szczególności w odniesieniu do MSR/MSSF, ograniczone do wydatków będących wynikiem stosowania odrębnych przepisów o ochronie środowiska, a pomijają własne inicjatywy przedsiębiorstwa w tym zakresie.

Należy zauważyć, że wymagania informacyjne związane z atrybutami kapitału relacyjnego w sprawozdawczości finansowej, zarówno według uor, jak i według MSR/MSSF, są dość ograniczone, jednak w związku z tym, że informacje prezentowane w sprawozdaniach finansowych prezentowane są w wartościach pieniężnych, a samo sprawozdanie podlega badaniu przez biegłego rewidenta, informacje te można uznać za wiarygodne i porównywalne.

Informacje o atrybutach kapitału relacyjnego ujawniane są również w ramach sprawozdawczości niefinansowej, przede wszystkim w sprawozdaniu z działalności, którego zasady sporządzania i zakres uregulowano w ramach uor. W art. 49 ust. 2 uor wskazano, że sprawozdanie z działalności powinno zawierać m.in. informacje o przewidywanym rozwoju jednostki oraz ważniejszych osiągnięciach w dziedzinie badań i rozwoju [Dz.U. 2023, poz. 120, 295]. Ujawnienia te obejmować mogą zagadnienia dotyczące nawiązywania współpracy z nowymi klientami, kontrahentami czy współpracą i jej efektów w zakresie działalności badawczo-rozwojowej z zewnętrznymi jednostkami (np. instytucjami naukowo-badawczymi, uczelniami wyższymi, innymi przedsiębiorstwami).

Ponadto, zgodnie z art. 49 ust. 3 pkt. 2 uor, w sprawozdaniu z działalności powinny znaleźć się informacje dotyczące środowiska naturalnego [Dz.U. 2023, poz. 120, 295]. Przepis ten został jednak sformułowany w sposób bardzo ogólny, przez co przedsiębiorstwa posiadają pewną dowolność w odniesieniu do zakresu ujawnianej informacji w tym obszarze.

Zawartość sprawozdania z działalności została uszczegółowiona w KSR 9 „Sprawozdanie z działalności”, także w zakresie, który odpowiada atrybutom kapitału relacyjnego. W par. 6.9 i 6.10 KSR 9 wskazano, że przedsiębiorstwo ujawnia w sprawozdaniu z działalności także informacje dotyczące głównych rynków, na których prowadzi działalność i swojej pozycji na tych rynkach, a także informacje i zdarzeniach zewnętrznych, które wywarły wpływ na działalność przedsiębiorstwa w okresie, za który sprawozdanie jest sporządzane [KSR 9].

Zgodnie z par. 7.2 KSR 9 przedsiębiorstwo będące emitentem powinno sporządzać, jako wyodrębnioną część sprawozdania z działalności, oświadczenie o stosowaniu ładu korporacyjnego, którego zasady w odniesieniu do spółek notowanych na GPW w Warszawie określiła Rada Giełdy [KSR 9]. Należy jednak zaznaczyć, że poszczególne zasady ładu korporacyjnego mają charakter miękkie, co oznacza, że przedsiębiorstwo w przypadku niestosowania zasady powinno wyjaśnić przyczyny swojej decyzji (ang. *comply or explain*).

W dokumencie zatytułowanym „Dobre praktyki spółek notowanych na GPW 2021”, w części 1. „Polityka informacyjna i komunikacja z inwestorami” wyszczególniono zasady odnoszące się do relacji przedsiębiorstwa z otoczeniem, a więc dotyczące atrybutów kapitału relacyjnego. Przedsiębiorstwo powinno m.in. uwzględniać w strategii biznesowej zagadnienia środowiskowe dotyczące zmian klimatu, wskazując ryzyka i sposób, w jaki kwestie te uwzględniane są w procesie podejmowania decyzji w przedsiębiorstwie. Ujawnieniom powinny podlegać również wydatki przedsiębiorstwa na wsparcie przedsięwzięć kulturalnych, sportowych, charytatywnych, medialnych, a także organizacji społecznych i związków zawodowych [Dobre praktyki].

Ważnym momentem w procesie rozszerzania zakresu sprawozdawczości niefinansowej było wejście w życie Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/95/UE z dnia 22 października 2014 r. zmieniającej Dyrektywę 2013/34/UE w odniesieniu do ujawniania informacji niefinansowych i informacji dotyczących różnorodności przez niektóre duże jednostki oraz grupy [Dyrektywa 2014/95/UE, dalej: Dyrektywa 2014/95/UE], której implementację do przepisów krajowych stanowi art. 49b uor. Przedsiębiorstwa spełniające określone w art. 49b ust. 1 uor kryteria (przekroczenie w danym roku obrotowym i poprzedzającym: średniorocznego zatrudnienia 500 osób w przeliczeniu na pełne etaty, sumy aktywów bilansu 85 mln zł na koniec roku obrotowego lub przychodów netto ze sprzedaży towarów i produktów 170 mln zł za rok obrotowy) zobowiązane są do sporządzenia oświadczenia na temat informacji niefinansowych stanowiącego wyodrębnioną część sprawozdania z działalności albo, jak wskazano w art. 49b ust. 9 uor, odrębnego sprawozdania na temat informacji niefinansowych wraz ze sprawozdaniem z działalności [Dz.U. 2023, poz. 120, 295].

W oświadczeniu na temat informacji niefinansowych powinny zostać ujawnione także informacje dotyczące atrybutów kapitału relacyjnego. Zgodnie z art. 49b ust. 2 uor są to: opis polityk stosowanych przez jednostkę w odniesieniu do zagadnień społecznych, środowiska naturalnego, przeciwdziałania korupcji wraz z opisem rezultatów ich stosowania, a także opis ryzyk związanych z tymi zagadnieniami [Dz.U. 2023, poz. 120, 295]. Regulacja ta ma charakter miękki, co zostało wskazane w art. 49b ust. 5 uor – w przypadku niestosowania poszczególnych polityk przedsiębiorstwo zobowiązane jest do podania powodów takiej decyzji [Dz.U. 2023, poz. 120, 295].

Zarówno w uor, jak i Dyrektywie 2014/95/UE nie został określony szczegółowy zakres oświadczenia na temat informacji niefinansowych. W 2017 r. zostały jednak opublikowane niewiążące wytyczne do Dyrektywy 2014/95/UE, a w 2019 r. ich uzupełnienie dotyczące kwestii klimatu². Przygotowanie oświadczenia według wytycznych nie jest jednak obligatoryjne; przedsiębiorstwa mogą zgodnie z par. 9 Dyrektywy 2014/95/UE sporządzać oświadczenie na podstawie innych wytycznych, np. GRI, ISO 26000 czy United Nations Global Compact [Dyrektywa 2014/95/UE]. Umożliwia to przedsiębiorstwom elastyczność w zakresie wyboru, jednak może także negatywnie wpływać na porównywalność oświadczeń publikowanych przez różne przedsiębiorstwa na podstawie różnych wytycznych.

W związku ze zwiększającym się zapotrzebowaniem informacyjnym interesariuszy oraz dążeniem krajów członkowskich Unii Europejskiej do zrównoważonego rozwoju przygotowana została Dyrektywa CSRD [Dyrektywa 2022/2464]. Zgodnie z art. 5 ust. 2 Dyrektywy CSRD rozszerzony zostanie zakres przedsiębiorstw objętych obowiązkiem sporządzania oświadczenia na temat informacji niefinansowych (od 2025 r. wszystkie jednostki duże, zaś od 2026 r. będą to także małe i średnie przedsiębiorstwa notowane na giełdach w krajach UE). Opublikowane zostaną także jednolite standardy dotyczące zawartości oświadczenia na temat informacji niefinansowych, co zostało określone w art. 29b Dyrektywy CSRD, zaś

² Por. [Dz. Urz. UE C 2017.215.1; Dz. Urz. UE C 2019.209.1].

zgodnie z jej art. 29d ust. 12 wprowadzono obowiązek atestacji sprawozdawczości w zakresie zrównoważonego rozwoju [Dyrektywa 2022/2464].

Podkreślenia wymaga, że obecnie ujawnienia poszczególnych informacji w sprawozdaniu z działalności mogą zostać ograniczone, jeżeli, zgodnie z par. 4.14. KSR 9: ich zakres lub szczegółowość może doprowadzić do ujawnienia informacji poufnych, ich charakter uzasadnia późniejsze ich przekazanie do wiadomości publicznej, koszt ich pozyskania przewyższa korzyści płynące z ich ujawnienia [KSR 9]. Pominięcie niektórych informacji dopuszczono także w odniesieniu do oświadczenia na temat informacji niefinansowych, wskazując jednocześnie na konieczność poinformowania o przyczynach takiej decyzji w oświadczeniu, zgodnie z art. 49b ust. 6–7 uor [Dz.U. 2023, poz. 120, 295].

W literaturze przedmiotu czy publikacjach organizacji i stowarzyszeń branżowych opublikowano różne koncepcje sprawozdawczości, także uwzględniające szersze ujawnianie informacji na temat kapitału relacyjnego, m.in. *International Integrated Reporting Framework* [<https://www.integratedreporting.org/resource/international-ir-framework/>, dostęp: 21.03.2023 r.], InCaS [Szczepankiewicz, 2012; 2013], Wissenbilanz [Kivikas, Pfeifer, 2005; Edvinsson, Kivikas, 2007], czy sprawozdawczość dla majątku niewidzialnego [Bąk, 2020]. Sprawozdania zintegrowane, sporządzane na podstawie IIRF, publikowane są przez niektóre spółki notowane na GPW w Warszawie (m.in. Orange Polska SA, PKN Orlen SA), a sama sprawozdawczość zintegrowana zyskuje na znaczeniu, co przekłada się na wyższą jakość sprawozdań [Bek-Gaik, Surowiec, 2019, s. 214–215; Surowiec, Skowron-Grabowska, 2022, s. 74]. Należy podkreślić, że żadna z wymienionych koncepcji sprawozdawczych nie stała się jednak obowiązującym i wymaganym przepisami prawa standardem.

4. Metodyka badania

Obowiązujący stan prawny i brak jednolitych standardów w zakresie ujawniania informacji o kapitale relacyjnym uprawdopodobnia stwierdzenie, że obecnie jedynymi źródłami informacji na temat kapitału relacyjnego, mającymi postać wymaganych prawnie dokumentów, są: sprawozdanie finansowe oraz sprawozdanie z działalności wraz z oświadczeniem na temat informacji niefinansowych, z zastrzeżeniem, że poszczególne atrybuty kapitału relacyjnego wymagają interpretacji bądź operacjonalizacji. Powiązanie konkretnych pozycji bądź zakresów informacyjnych ze sprawozdania finansowego i sprawozdania z działalności z atrybutami kapitału relacyjnego zaprezentowane zostało w tabeli 2.

Należy podkreślić, że informacja o atrybutach kapitału relacyjnego ujawniana w sprawozdawczości finansowej ma swoje źródło najczęściej w informacji dodatkowej (notach objaśniających) do sprawozdania finansowego. W odniesieniu do sprawozdania z działalności jest to główna część tego dokumentu oraz wyodrębnione oświadczenie na temat informacji niefinansowych. Badanie polegało na analizie treści sprawozdań finansowych i sprawozdań z działalności, w tym oświadczeń na temat informacji niefinansowych w zakresie ujawniania

informacji o atrybutach kapitału relacyjnego możliwych do zoperacjonalizowania na podstawie analizy obowiązujących aktów prawnych krajowych i międzynarodowych. Atrybuty te zostały wyszczególnione w tabeli 2. Ujawnienie informacji na temat poszczególnych atrybutów (o ich istnieniu lub nieistnieniu – zgodnie z celem badania, jakim było zbadanie ujawnień informacji, a nie ocena czy pomiar kapitału relacyjnego badanych spółek) skutkowało przyznaniem 1 punktu za dany rok obrotowy, brak ujawnienia informacji – 0 punktów, co zostało zaprezentowane w tabeli 3.

Tabela 2. Atrybuty kapitału relacyjnego w odniesieniu do informacji ujawnianych w sprawozdaniu finansowym i sprawozdaniu z działalności

Atrybut kapitału relacyjnego	Pozycja lub zakres informacyjny w sprawozdaniach	Sprawozdania
Stopień umiędzynarodowienia relacji z klientami	Przychody ze sprzedaży od klientów krajowych i zagranicznych	Finansowe lub z działalności
Relacje ze środowiskiem naturalnym	Nakłady i koszty (także kary, rezerwy) związane z ochroną środowiska i korzystaniem z niego	Finansowe lub z działalności
Wizerunek i marka	Koszty działań marketingowych, reprezentacji i reklamy	Finansowe lub z działalności
Budowanie relacji z klientami i kontrahentami za granicą	Współpraca ze spółkami zagranicznymi w celu wejścia na nowe rynki	Z działalności
Nawiązywanie relacji z klientami i konkurentami	Uczestnictwo w targach i konferencjach branżowych	Z działalności
Relacje ze społecznością lokalną	Podjęcie działań o charakterze charytatywnym lub sponsoringowym	Z działalności
Relacje z otoczeniem w zakresie działalności badawczo-rozwojowej	Współpraca z zewnętrznymi jednostkami naukowo-badawczymi w zakresie działalności badawczo-rozwojowej	Z działalności

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 3. Zasady oceny punktowej ujawnień badanych atrybutów kapitału relacyjnego

Pozycja lub zakres informacyjny w sprawozdaniach	Przedział punktowy
Przychody ze sprzedaży od klientów krajowych i zagranicznych	0–1
Nakłady i koszty (także kary, rezerwy) związane z ochroną środowiska i korzystaniem z niego	0–1
Koszty działań marketingowych, reprezentacji i reklamy	0–1
Współpraca ze spółkami zagranicznymi w celu wejścia na nowe rynki	0–1
Uczestnictwo w targach i konferencjach branżowych	0–1
Podjęcie działań o charakterze charytatywnym lub sponsoringowym	0–1
Współpraca z zewnętrznymi jednostkami naukowo-badawczymi w zakresie działalności badawczo-rozwojowej	0–1

Źródło: opracowanie własne.

Próbę badawczą stanowiły sprawozdania finansowe i sprawozdania z działalności za lata 2017–2021 spółek notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie na rynku

głównym, funkcjonujących w sektorze „produkcja leków”. Do próby badawczej włączono także sprawozdania spółki Pharmena, która notowana była początkowo na rynku NewConnect, natomiast zadebiutowała na rynku głównym GPW w 2019 r. Z próby badawczej wyłączone zostały spółki Krka d.d. oraz Sopharma AD, zarejestrowane odpowiednio w Słowenii i Bułgarii, ponieważ w zakresie sporządzania sprawozdań finansowych podlegają także przepisom krajów macierzystych. Badaniem objęto sprawozdania za 5 następujących po sobie lat obrotowych. Jako początek wskazano rok 2017, będący pierwszym rokiem, za który obowiązkowe było sporządzanie oświadczenia na temat informacji niefinansowych przez spółki spełniające określone kryteria, zgodnie z Dyrektywą 2014/95/UE i art. 49b uor.

Wybór próby badawczej – spółek z sektora „produkcja leków” – w kontekście kapitału relacyjnego podyktowany był charakterystyką prowadzonej przez nie działalności. Opracowanie nowych produktów bądź udoskonalanie już wytwarzanych wymaga bowiem podejmowania działań o charakterze badawczo-rozwojowym, nierzadko we współpracy z podmiotami zewnętrznymi (jednostkami badawczymi, uczelniami wyższymi), natomiast sprzedaż tych produktów na rynkach zagranicznych jest możliwa po spełnieniu wymogów określonych w danym kraju, do czego niezbędne może okazać się nawiązanie współpracy z podmiotami już w nim działającymi. Nie bez znaczenia pozostaje również wymiana doświadczeń pomiędzy konkurentami z branży (która ma miejsce podczas targów czy konferencji branżowych), a także świadomość wpływu prowadzonej działalności na środowisko naturalne. Opisane czynniki nawiązują wprost do zaprezentowanych w tabeli 2 atrybutów kapitału relacyjnego i, zdaniem autora, stanowią istotną informację dla odbiorców sprawozdań finansowych i sprawozdań z działalności podmiotów z wybranej próby badawczej, w związku z czym zasadne było zbadanie ujawnień w opisanym zakresie.

5. Wyniki badań

Zdecydowana większość analizowanych sprawozdań finansowych sporządzona została zgodnie z MSR/MSSF. Wyjątkiem były sprawozdania Celon Pharma SA za lata 2017–2020 (sprawozdanie finansowe za 2021 r. spółka sporządziła już zgodnie z MSR/MSSF) oraz sprawozdanie Pharmena SA za rok 2017 (za późniejsze lata spółka sporządziła sprawozdania finansowe już zgodnie z MSR/MSSF), które sporządzone zostały zgodnie z uor. Sprawozdania z działalności badanych spółek sporządzone zostały według przepisów uor i KSR 9.

Badane spółki, z wyjątkiem Bioton SA, nie spełniały kryteriów określonych w art. 49b uor, obligujących do sporządzania oświadczenia na temat informacji niefinansowych. Bioton SA takie oświadczenie, jako wyodrębnioną część każdego ze sprawozdań z działalności, sporządziła.

Wyniki badań dotyczących ujawnień poszczególnych atrybutów kapitału relacyjnego zostaną zaprezentowane zgodnie z kolejnością uwidocznioną w tabeli 3.

Wszystkie badane spółki ujawniły informację na temat struktury geograficznej przychodów ze sprzedaży (podział na przychody ze sprzedaży od klientów krajowych i zagranicznych), co zostało zaprezentowane w tabeli 4. Tak wysoki poziom ujawnień należy uzasadnić obowiązującymi w tym zakresie uregulowaniami prawnymi zarówno krajowymi, jak i zagranicznymi. Dodatkowo niektóre spółki (Bioton SA, Master Pharm SA, PZ Cormay SA) informowały o przychodach od klientów zagranicznych w podziale na kraje. Można zatem przyjąć, że analizowany zakres ujawnianej informacji, odpowiadający atrybutowi kapitału relacyjnego, jakim jest stopień umiędzynarodowienia relacji z klientami, raportowany był w sposób porównywalny.

Tabela 4. Przychody ze sprzedaży od klientów krajowych i zagranicznych – ujawnienia

Spółka	2017	2018	2019	2020	2021
Biomed-Lublin Wytwórnia Surowic i Szczepionek SA	1	1	1	1	1
Bioton SA	1	1	1	1	1
Celon Pharma SA	1	1	1	1	1
Mabion SA	1	1	1	1	1
Master Pharm SA	1	1	1	1	1
PZ Cormay SA	1	1	1	1	1
Pharmena SA	1	1	1	1	1

Źródło: opracowanie własne na podstawie sprawozdań finansowych i sprawozdań z działalności badanych spółek.

Kolejnym analizowanym obszarem informacyjnym były nakłady i koszty (także kary, rezerwy) związane z ochroną środowiska i korzystaniem z niego, które odnoszą się do atrybutu kapitału relacyjnego, jakim są relacje ze środowiskiem naturalnym. Większość spółek nie ujawniała informacji na ten temat, z wyjątkiem Bioton SA i Celon Pharma SA w całym badanym okresie oraz PZ Cormay SA jedynie w latach 2017–2018, co zostało uwidocznione w tabeli 5. Bioton SA wskazywała dodatkowo w oświadczeniach na temat informacji niefinansowych sumę kosztów poniesionych na zapobieganie szkodom i zarządzanie ochroną środowiska w podziale na poszczególne obszary (m.in. badania i rozwój, wydatki na zakupy związane z ochroną środowiska czy usługi zewnętrzne związane z zarządzaniem ochroną środowiska). Celon Pharma SA informowała jedynie w ramach dodatkowych informacji objaśniających do sprawozdania finansowego na temat wysokości poniesionych i planowanych nakładów na ochronę środowiska, zaś PZ Cormay SA w latach 2017–2018 informowała w sprawozdaniu z działalności, że wysokość opłat za korzystanie ze środowiska naturalnego znajdowała się poniżej progu opłat.

Koszty działań marketingowych, reprezentacji i reklamy stanowią kolejny zakres informacyjny, którego ujawnienia zostały zbadane. Na podstawie wysokości tych kosztów bądź ich relacji do innych pozycji sprawozdania finansowego czy danych, którymi dysponuje rachunkowość zarządcza i controlling, określić można, w jakim stopniu podjęte działania promocyjne przełożyły się na relacje z klientami. Informacje o wysokości kosztów działań

promocyjnych ujawniane były jedynie przez 3 spółki w całym badanym okresie (Bioton SA, Master Pharm SA i Pharmena SA) oraz przez Biomed-Lublin SA w sprawozdaniu finansowym za rok 2017, co zostało uwidocznione w tabeli 6. Ujawniane dane miały we wszystkich przypadkach charakter ogólny – podawana była jedynie kwota poniesionych kosztów bez dodatkowego opisu charakteryzującego poniesione koszty (brak informacji o przyporządkowaniu kosztów do konkretnej kampanii reklamowej czy kontrahenta).

Tabela 5. Nakłady i koszty (także kary, rezerwy) związane z ochroną środowiska i korzystaniem z niego – ujawnienia

Spółka	2017	2018	2019	2020	2021
Biomed-Lublin Wytwórnia Surowic i Szczepionek SA	0	0	0	0	0
Bioton SA	1	1	1	1	1
Celon Pharma SA	1	1	1	1	1
Mabion SA	0	0	0	0	0
Master Pharm SA	0	0	0	0	0
PZ Cormay SA	1	1	0	0	0
Pharmena SA	0	0	0	0	0

Źródło: opracowanie własne na podstawie sprawozdań finansowych i sprawozdań z działalności badanych spółek.

Tabela 6. Koszty działań marketingowych, reprezentacji i reklamy – ujawnienia

Spółka	2017	2018	2019	2020	2021
Biomed-Lublin Wytwórnia Surowic i Szczepionek SA	1	0	0	0	0
Bioton SA	1	1	1	1	1
Celon Pharma SA	0	0	0	0	0
Mabion SA	0	0	0	0	0
Master Pharm SA	1	1	1	1	1
PZ Cormay SA	0	0	0	0	0
Pharmena SA	1	1	1	1	1

Źródło: opracowanie własne na podstawie sprawozdań finansowych i sprawozdań z działalności badanych spółek.

Istotnym zakresem informacyjnym, z punktu widzenia oceny atrybutu kapitału relacyjnego, jakim są relacje z kontrahentami zagranicznymi, jest opis współpracy przedsiębiorstwa ze spółkami zagranicznymi w celu wejścia na nowe rynki. Informacja ta nie dotyczy bezpośrednio relacji z klientami zagranicznymi, lecz działań, których celem jest nawiązanie takich relacji. Jak wynika z danych zaprezentowanych w tabeli 7 wszystkie spółki, z wyjątkiem Master Pharm SA, ujawniały we wszystkich zbadanych sprawozdaniach z działalności informacje na temat samego faktu współpracy, jej zakresu oraz celu, a część z tych ujawnień, np. w przypadku Pharmena SA, dotyczyła także tworzenia spółek zależnych i współpracy z nimi w celu wejścia na nowe rynki.

Tabela 7. Współpraca ze spółkami zagranicznymi w celu wejścia na nowe rynki – ujawnienia

Spółka	2017	2018	2019	2020	2021
Biomed-Lublin Wytwórnia Surowic i Szczepionek SA	1	1	1	1	1
Bioton SA	1	1	1	1	1
Celon Pharma SA	1	1	1	1	1
Mabion SA	1	1	1	1	1
Master Pharm SA	0	0	0	0	0
PZ Cormay SA	1	1	1	1	1
Pharmena SA	1	1	1	1	1

Źródło: opracowanie własne na podstawie sprawozdań z działalności badanych spółek.

Na podstawie informacji na temat uczestnictwa przez przedstawicieli przedsiębiorstwa w targach i konferencjach branżowych ocenić można zaangażowanie przedsiębiorstwa w tworzenie nowych relacji z klientami i kontrahentami oraz wzmacnianie już istniejących. Informacja na temat uczestnictwa w targach i konferencjach branżowych ujawniana była przez badane spółki w sprawozdaniach z działalności. Przez cały badany okres informację tę ujawniały jedynie Mabion SA i Pharmena SA. Pozostałe spółki początkowo ją ujawniały (PZ Cormay SA za lata 2017–2019 oraz Celon Pharma za lata 2018–2019), jednak w kolejnych latach zaprzestały tej praktyki, co zostało przedstawione w tabeli 8. Zaprzestanie ujawniania tej informacji mogło być spowodowane pandemią COVID-19 i odwoływaniem lub ograniczeniem w latach 2020 i 2021 stacjonarnych spotkań branżowych. Należy również podkreślić, że ujawnienia w tym zakresie charakteryzowały się różną szczegółowością. Mabion SA informowała w swoich sprawozdaniach z działalności o najważniejszych wydarzeniach, w których wzięli udział jej przedstawiciele, podając nazwy, daty oraz miejsca i tematykę spotkań, z kolei Pharmena SA, podobnie jak Celon Pharma SA, informowała jedynie bardzo ogólnie o organizowanych konferencjach bądź udziale w nich.

Tabela 8. Uczestnictwo w targach i konferencjach branżowych – ujawnienia

Spółka	2017	2018	2019	2020	2021
Biomed-Lublin Wytwórnia Surowic i Szczepionek SA	0	0	0	0	0
Bioton SA	0	0	0	0	0
Celon Pharma SA	0	1	1	0	0
Mabion SA	1	1	1	1	1
Master Pharm SA	0	0	0	0	0
PZ Cormay SA	1	1	1	0	0
Pharmena SA	1	1	1	1	1

Źródło: opracowanie własne na podstawie sprawozdań z działalności badanych spółek.

Kolejnym analizowanym zakresem informacyjnym były działania o charakterze charytatywnym bądź sponsoringowym, które stanowią atrybut kapitału relacyjnego – działania

na rzecz społeczności lokalnej. Bioton SA, Mabion SA i Master Pharm SA ujawniały informacje na temat działań o takim charakterze w swoich sprawozdaniach z działalności przez cały badany okres, co zostało uwidocznione w tabeli 9. Spółki te informowały o podejmowanych działaniach, np. Bioton SA o współorganizowaniu akcji społecznych w zakresie ochrony zdrowia i profilaktyki, Mabion SA o udziale w akcjach charytatywnych i wsparciu systemu ochrony zdrowia w trakcie pandemii COVID-19, Master Pharm SA o wsparciu drużyny sportowej. Ponadto Mabion SA w sprawozdaniu z działalności za 2020 r. poinformowała o zawieszeniu programu edukacji ekologicznej dla społeczności lokalnej z powodu obostrzeń pandemicznych. W latach 2020–2021 Pharmena SA informowała z kolei na temat pomocy udzielanej przez spółkę fundacji wspierającej dzieci przewlekle chore. Zarówno spółki, które ujawniały informacje na temat podejmowanych działań, jak i te, które tego nie czyniły, umieszczały w oświadczeniu o stosowaniu zasad ładu korporacyjnego, że nie prowadzą działalności mającej charakter charytatywny bądź sponsoringowy. Należy więc podkreślić, że udzielenie takiej odpowiedzi w tym oświadczeniu nie oznacza, że spółka nie prowadziła działań wspierających społeczność lokalną i osoby potrzebujące.

Tabela 9. Podejmowanie działań o charakterze charytatywnym lub sponsoringowym

Spółka	2017	2018	2019	2020	2021
Biomed-Lublin Wytwórnia Surowic i Szczepionek SA	0	0	0	0	0
Bioton SA	1	1	1	1	1
Celon Pharma SA	0	0	0	0	0
Mabion SA	1	1	1	1	1
Master Pharm SA	1	1	1	1	1
PZ Cormay SA	0	0	0	0	0
Pharmena SA	0	0	0	1	1

Źródło: opracowanie własne na podstawie sprawozdań z działalności badanych spółek.

Ostatnim analizowanym zakresem informacyjnym, odpowiadającym atrybutowi kapitału relacyjnego, jakim są relacje z otoczeniem w zakresie działalności badawczo-rozwojowej, jest współpraca z zewnętrznymi podmiotami (jednostkami naukowo-badawczymi) w zakresie działalności badawczo-rozwojowej. Atrybut ten jest niezwykle znaczący w kontekście branży, w której działają badane spółki, cechuje ją bowiem jeden z najwyższych wskaźników innowacyjności. W tabeli 10 zaprezentowane zostały wyniki badania w zakresie ujawnień informacji o tym atrybucie. Jedynie Biomed-Lublin SA, Mabion SA i Celon Pharma SA informowały o prowadzonej współpracy we wszystkich sprawozdaniach z działalności w badanym okresie. Biomed-Lublin SA poinformowała, że współpracowała z PZH, Narodowym Instytutem Leków, Instytutem Hematologii i Transfuzjologii w Warszawie oraz z Polską Akademią Nauk, nie podając jednak zakresu tej współpracy. Mabion SA wskazała, że współpracowała z Uniwersytetem Łódzkim oraz Politechniką Łódzką w ramach zawartych umów i w zakresie programów stażowych dla studentów oraz z biurami karier Uniwersytetu Medycznego

w Łodzi i Politechniki Wrocławskiej. Celon Pharma prowadziła współpracę m.in. z Siecią Badawczą Łukasiewicz, Instytutem Gruźlicy i Chorób Płuc w Warszawie, Wojskowym Instytutem Medycznym, Gdańskim Uniwersytetem Medycznym. Spółka ta wskazywała w sprawozdaniach z działalności, że współpraca ta dotyczyła także projektów opracowania nowych produktów. PZ Cormay SA w latach 2017–2019 ujawniła informację na temat współpracy z Uniwersytetem Medycznym w Lublinie, dotyczącej opracowania nowego produktu, zaś Pharmena SA w sprawozdaniu z działalności za 2021 r. wskazała, że w procesie badawczym leku innowacyjnego prowadziła współpracę z ośrodkiem badawczym Labcorp Early Development Laboratories Ltd. w Stanach Zjednoczonych. Master Pharm SA w badanym okresie nie ujawniła informacji w tym zakresie.

Tabela 10. Współpraca z zewnętrznymi jednostkami naukowo-badawczymi w zakresie działalności badawczo-rozwojowej

Spółka	2017	2018	2019	2020	2021
Biomed-Lublin Wytwórnia Surowic i Szczepionek SA	1	1	1	1	1
Bioton SA	0	0	0	0	0
Celon Pharma SA	1	1	1	1	1
Mabion SA	1	1	1	1	1
Master Pharm SA	0	0	0	0	0
PZ Cormay SA	1	1	1	0	0
Pharmena SA	0	0	0	0	1

Źródło: opracowanie własne na podstawie sprawozdań z działalności badanych spółek.

Wyniki badania dowodzą, że spółki ujawniały informacje na temat atrybutów kapitału relacyjnego w sposób bardzo zróżnicowany, zarówno w odniesieniu do regularności ujawnień w badanym okresie, jak i w zakresie zawartości informacji.

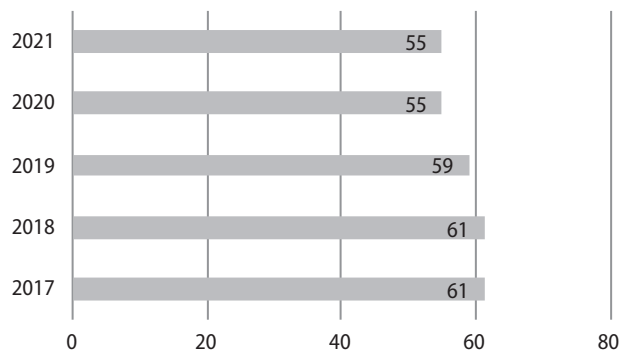
Jedynym zakresem informacyjnym, który został ujawniony przez wszystkie spółki we wszystkich latach objętych badaniem, była struktura przychodów ze sprzedaży według kryterium geograficznego. Ujawnienie to wymagane jest jednak przepisami prawa krajowego i międzynarodowego. Wszystkie spółki, z wyjątkiem Master Pharm SA, ujawniły informacje na temat współpracy z innymi spółkami zagranicznymi w celu wejścia na nowe rynki. Jest to jednak informacja, która pojawia się w sprawozdaniach z działalności w sekcji dotyczącej najważniejszych wydarzeń, które miały miejsce w danym roku, bądź w sekcji dotyczącej współpracy z kluczowymi partnerami. Informacje w ramach pozostałych zakresów ujawniane były zdecydowanie mniej regularnie lub w ogóle, co znacznie utrudnia wnioskowanie na ich podstawie, np. w zakresie wpływu kapitału relacyjnego na funkcjonowanie przedsiębiorstwa.

Odłąbną kwestię stanowi jakość ujawnianych informacji, w szczególności tych, których ujawnianie nie jest wymagane przepisami prawa. Spółki informowały w sposób bardzo zróżnicowany: o współpracy prowadzonej z zewnętrznymi podmiotami naukowo-badawczymi

(informacja o samym fakcie współpracy, a także o szczegółach współpracy w ramach konkretnego projektu), o udziale w targach i konferencjach branżowych (ogólna informacja o tym, że spółka bierze udział w takich wydarzeniach, a także szczegółowa informacja o konkretnych wydarzeniach, ich terminach i tematyce) oraz, w mniejszym stopniu, o podejmowanych działaniach o charakterze charytatywnym lub sponsoringowym.

Analiza ujawnień wybranych zakresów tematycznych prowadzi do wniosku, że w całej populacji wskaźnik ujawnień spadł z 61% w 2017 r. do 55% w 2021 r., co zostało uwidocznione na rysunku 1. Największy wpływ na ten spadek miało zmniejszenie ujawniania informacji w zakresie uczestnictwa w targach i konferencjach branżowych w latach 2020–2021, co mogło być spowodowane obostrzeniami pandemicznymi. Spółki mogły jednak poinformować odbiorców swoich sprawozdań z działalności o zawieszeniu aktywności w tym zakresie. Jedynym zakresem, w przypadku którego odnotowano wzrost liczby ujawnień, była informacja o podejmowanych działaniach o charakterze charytatywnym i sponsoringowym.

Rysunek 1. Poziom ujawnień w poszczególnych latach – ogółem (w %)



Źródło: opracowanie własne.

Należy jednak podkreślić, że gromadzenie, przetwarzanie oraz ujawnianie informacji innych niż wymagane przepisami prawa może stanowić dla przedsiębiorstw spore wyzwanie, zarówno organizacyjne, jak i finansowe. Brak odpowiednich uregulowań, obowiązujących standardów w zakresie raportowania informacji o kapitale intelektualnym, w tym o kapitale relacyjnym, może przyczyniać się do dalszego spadku poziomu ujawnień oraz jakości ujawnianych informacji. Zwiększenie liczby i poprawę jakości ujawnień może przynieść wejście w życie Dyrektywy CSRD wraz z wytycznymi, jednak rezultaty jej wdrożenia będzie można ocenić dopiero po analizie oświadczeń na temat informacji niefinansowych w ramach sprawozdań z działalności, sporządzonych zgodnie z nowymi regulacjami.

6. Podsumowanie

Ujawnianie informacji o kapitale intelektualnym, w tym o kapitale relacyjnym, stanowi wyzwanie dla współczesnej rachunkowości oraz dla podmiotów sporządzających sprawozdania finansowe i sprawozdania z działalności. Niedostateczne uregulowania prawne powodują, że przedsiębiorstwa z różną regularnością i szczegółowością informują o atrybutach kapitału relacyjnego, który jest wykorzystywany w ich działalności.

Na podstawie przeanalizowanych sprawozdań finansowych i sprawozdań z działalności stwierdzić można, że dla zakresów informacyjnych odpowiadających atrybutom kapitału relacyjnego, dla których istnieją regulacje prawne, regularność ta została osiągnięta, dzięki czemu informacje te stają się porównywalne. Zakresy informacyjne, w przypadku których brak jest takich regulacji, charakteryzują się znacznie mniejszą regularnością i szczegółowością, wobec czego nie ma możliwości osiągnięcia porównywalności, a w dalszej kolejności wnioskowania na ich podstawie o jakości kapitału relacyjnego i jego wpływie na różne obszary funkcjonowania przedsiębiorstwa. Jest to jednocześnie powód, dla którego powinna nastąpić dalsza standaryzacja w zakresie sprawozdawczości na temat informacji niefinansowych.

Podkreślenia wymaga także ogólny spadek ujawnień w badanej próbie w badanym okresie. Jednocześnie należy wskazać, że wnioski z badania odnosić można wyłącznie do próby badawczej, która była istotnie ograniczona, podobnie jak wybrane do analizy zakresy informacyjne odpowiadające atrybutom kapitału relacyjnego. Niniejsze badanie stanowi jednak przyczynek do dalszego badania ujawnień informacji o kapitale intelektualnym, w tym o kapitale relacyjnym, nie tylko w branży lekowej. Tematyka kapitału intelektualnego jest bowiem istotna z uwagi na dalszy rozwój modelu gospodarki opartej na wiedzy, sztucznej inteligencji, dążeniu krajów wysoko rozwiniętych do zrównoważonego rozwoju, a także postępującą standaryzację w zakresie sprawozdawczości niefinansowej.

Bibliografia

Dokumenty prawne

1. 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 L 2014.330.1.
2. Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2022/2464 z dnia 14 grudnia 2022 r. w sprawie zmiany rozporządzenia (UE) nr 537/2014, dyrektywy 2004/109/WE, dyrektywy 2006/43/WE oraz dyrektywy 2013/34/UE w odniesieniu do sprawozdawczości przedsiębiorstw w zakresie zrównoważonego rozwoju, Dz. Urz. UE L 2022.322.15.
3. Krajowy Standard Rachunkowości nr 9 „Sprawozdanie z działalności” [KSR 9], Dziennik Urzędowy Ministra Rozwoju i Finansów z dnia 9 stycznia 2018 r. poz. 4.

4. Międzynarodowy Standard Rachunkowości 16 „Rzeczowe aktywa trwałe” [MSR 16], Dz. Urz. UE L 2008.320.1 z dnia 2008.11.29 z późn. zm.
5. Międzynarodowy Standard Rachunkowości 37 „Rezerwy, zobowiązania warunkowe i aktywa warunkowe” [MSR 37], Dz. Urz. UE L 2008.320.1 z dnia 2008.11.29 z późn. zm.
6. Międzynarodowy Standard Rachunkowości 38 „Wartości niematerialne” [MSR 38], Dz. Urz. UE L 2008.320.1 z dnia 2008.11.29 z późn. zm.
7. Międzynarodowy Standard Sprawozdawczości Finansowej 8 „Segmenty operacyjne” [MSSF 8], Dz. Urz. UE L 2008.320.1 z dnia 2008.11.29 z późn. zm.
8. Ustawa z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości, Dz.U. z 2023 r. poz. 120, 295 z późn. zm.
9. Wytyczne dotyczące sprawozdawczości w zakresie informacji niefinansowych (metodyka sprawozdawczości finansowej), Dz. Urz. UE C 2017.215.1.
10. Wytyczne dotyczące sprawozdawczości w zakresie informacji niefinansowych: Suplement dotyczący zgłaszania informacji związanych z klimatem, Dz. Urz. UE C 2019.209.1.

Wydawnictwa zwarte i artykuły prasowe

1. Abhayawansa S., Guthrie J. [2014], *Importance of Intellectual Capital Information: A Study of Australian Analyst Reports*, „Australian Accounting Review”, no. 68, vol. 24, iss. 1.
2. Bąk M. [2020], *Majątek niewidzialny przedsiębiorstwa z perspektywy rachunkowości. Model koncepcyjny majątku niewidzialnego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław.
3. Bek-Gaik B., Surowiec A. [2019], *Raportowanie zintegrowane w praktyce polskich spółek – próba oceny jakości ujawnień*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu”, vol. 63, nr 11.
4. Bontis N. [1996], *There's a Price on Your Head: Managing Intellectual Capital Strategically*, „Business Quarterly”, Summer.
5. Danielak W. [2015], *Zarządzanie relacjami z klientem z perspektywy budowania kapitału relacyjnego*, „Zeszyty Naukowe Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego w Zielonej Górze”, nr 3, Marketingowe uwarunkowania rozwoju organizacji.
6. Edvinsson L. [1997], *Developing Intellectual Capital at Skandia*, „Long Range Planning”, vol. 30, no. 3.
7. Edvinsson L., Kivikas M. [2007], *Intellectual Capital (IC) or Wissensbilanz Process: Some German Experiences*, „Journal of Intellectual Capital”, vol. 8, no. 3.
8. Ghane S., Akhavan P. [2014], *A Framework for Determining and Prioritizing Relational Capitals. The Case of Iran e-Business*, „International Journal of Commerce and Management”, vol. 24, no. 2.
9. GUS [2022], *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2019–2021*, Urząd Statystyczny w Szczecinie, Warszawa–Szczecin.
10. Hońko S., Gos W. [2018], *Koszty promocji – wybrane aspekty bilansowe i podatkowe*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu”, 524.
11. Jacobsen K., Hofman-Bang P., Norby R. Jr [2005], *The IC Rating Model by Intellectual Capital Sweden*, „Journal of Intellectual Capital”, vol. 6, no. 4.

12. Kivikas M., Pfeifer G. [2005], *Wissensbilanzierung als Chance für den Standort Deutschland: Ein Fallbeispiel*, „Finanz Betrieb”, 12.
13. Laghi E., Di Marcantonio M., Cillo V., Paoloni N. [2020], *The Relational Side of Intellectual Capital: An Empirical Study on Brand Value Evaluation and Financial Performance*, „Journal of Intellectual Capital”, vol. 23, no. 3.
14. Mroziewski M. [2008], *Kapitał intelektualny współczesnego przedsiębiorstwa*, Difin, Warszawa.
15. Roos G., Roos J. [1997], *Measuring Your Company's Intellectual Performance*, „Long Range Planning”, vol. 30.
16. Roos J., Roos G., Edvinsson L., Dragonetti N.C. [1997], *Intellectual Capital. Navigating in the New Business Landscape*, Macmillan Business, London.
17. Saint-Onge H. [1996], *Tacit Knowledge. The Key to the Strategic Alignment of Intellectual Capital*, „Strategy & Leadership”, March/April.
18. Skrzypek E. [2011], *Gospodarka oparta na wiedzy i jej wyznaczniki*, „Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy”, 23.
19. Sopińska A. [2007], *Kapitał intelektualny w zarządzaniu od teorii do praktyki – wizja przyszłości*, „Studia i Prace Kolegium Zarządzania i Finansów”, 76.
20. Surowiec A., Skowron-Grabowska B. [2022], *Procesy raportowania kapitału intelektualnego polskich spółek giełdowych*, „Zeszyty Naukowe Wydziału Zarządzania GWSH”, 18.
21. Szczepankiewicz E.I. [2012], *Bilans wartości niematerialnych jako narzędzie pomiaru, raportowania i doskonalenia kapitału intelektualnego w organizacji opartej na wiedzy*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu”, 262.
22. Szczepankiewicz E.I. [2013], *Concept of Using the InCaS Model to Identification, Measuring and Presenting Relational Capital of a Network Enterprises*, „Management”, vol. 17, no. 1.
23. Ujwary-Gil A. [2009], *Kapitał intelektualny a wartość przedsiębiorstwa*, C.H.Beck, Warszawa.
24. Walecka A., Zelek A. [2017], *Kapitał relacyjny firm w prewencji i interwencji antykryzysowej*, „Organizacja i Kierowanie”, 2(176).
25. Walecka A., Zelek A. [2018], *Kapitał relacyjny jako determinanta kryzysu w przedsiębiorstwie w świetle badań eksperckich*, „Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach”, 351.
26. Wiig K.M. [1997], *Integrating Intellectual Capital and Knowledge Management*, „Long Range Planning”, vol. 30, no. 3.

Materiały internetowe

1. *Dobre praktyki spółek notowanych na GPW 2021*, https://www.gpw.pl/pub/GPW/files/PDF/dobre_praktyki/DPSN21_BROSZURA.pdf
2. *International Integrated Reporting Framework* [2021], <https://www.integratedreporting.org/resource/international-ir-framework/>

Disclosures of information on relational capital on the example of pharmaceutical companies listed on the Warsaw Stock Exchange

Summary

The article is a summary of the audit of financial statements and activity reports prepared by pharmaceutical companies for the years 2017–2021 listed on the Warsaw Stock Exchange in terms of disclosure of information on relational capital. The aim of the article is to present the diversity of information disclosures in this area and to indicate the need for further standardization of non-financial reporting. The article was prepared on the basis of literature analysis – legal acts, scientific articles, and studies of state institutions and industry associations. The findings of the research indicate that in the examined sample, disclosure in almost all information scopes concerning the attributes of relational capital is characterized by high diversity – both in terms of the fact of disclosing information and the quality of the disclosed information. Therefore, the direction of the EU legislation, aiming at standardizing this area, seems justified.

Keywords: relational capital, intellectual capital, annual activity report, pharmaceutical industry
