

Mariusz Karwowski

Katedra Rachunkowości Menedżerskiej
Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

Propozycja struktury opisu modelu biznesu w sprawozdaniu z działalności

Streszczenie

W artykule zaproponowano strukturę opisu modelu biznesu przedsiębiorstwa. Dodatkowo oceniono dotychczas ujawniane informacje o modelu biznesu w sprawozdaniu z działalności w podziale na jego proponowaną strukturę, na przykładzie przedsiębiorstw sektora paliwowego, notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. W tym celu wykorzystano analizę zawartości. Indeks ujawnień informacji w zakresie elementów modelu biznesu został ustalony na poziomie 61%.

Słowa kluczowe: sprawozdanie z działalności, model biznesu, analiza zawartości

Kody klasyfikacji JEL: M40, M41

1. Wprowadzenie

Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/95/UE z dnia 22 października 2014 r. zobowiązała wybrane podmioty (m.in. banki, zakłady ubezpieczeń, emitentów papierów wartościowych, duże grupy kapitałowe) do ujawniania w sprawozdaniu z działalności zwięzłego

opisu modelu biznesu jednostki¹. Przyjęcie tej dyrektywy oznaczało konieczność wprowadzenia analogicznego ujawnienia do ustawy o rachunkowości², począwszy od sprawozdań sporządzonych za rok obrotowy rozpoczynający się 1 stycznia 2017 r. lub po tej dacie³. Jednak dyrektywa i ustawa o rachunkowości nie precyzowały struktury tego opisu.

Celem artykułu jest:

- przedstawienie propozycji struktury opisu modelu biznesu w oświadczeniu na temat informacji niefinansowych (wyodrębnionej części sprawozdania z działalności),
- ocena dotychczas ujawnianych w sprawozdaniu z działalności informacji o modelu biznesu według proponowanej struktury.

W celu oceny ujawnianych w sprawozdaniu z działalności informacji o modelu biznesu wykorzystano metodę analizy zawartości. Dotychczas nie były publikowane tak szczegółowe wyniki badań dotyczących struktury, jaką powinien posiadać opis modelu biznesu w oświadczeniu na temat informacji niefinansowych.

2. Model biznesu w oświadczeniu na temat informacji niefinansowych

Zgodnie z art. 49b ust. 1 ustawy o rachunkowości oświadczenie na temat informacji niefinansowych (wyodrębniona część sprawozdania z działalności) obejmuje:

- zwięzły opis modelu biznesu jednostki,
- kluczowe niefinansowe wskaźniki efektywności związane z działalnością jednostki,
- opis polityk stosowanych przez jednostkę w odniesieniu do zagadnień społecznych, pracowniczych, środowiska naturalnego, poszanowania praw człowieka i przeciwdziałania korupcji, a także opis rezultatów stosowania tych polityk, procedur należytej staranności i istotnych ryzyk związanych z działalnością jednostki, mogących wywierać niekorzystny wpływ na wymienione zagadnienia.

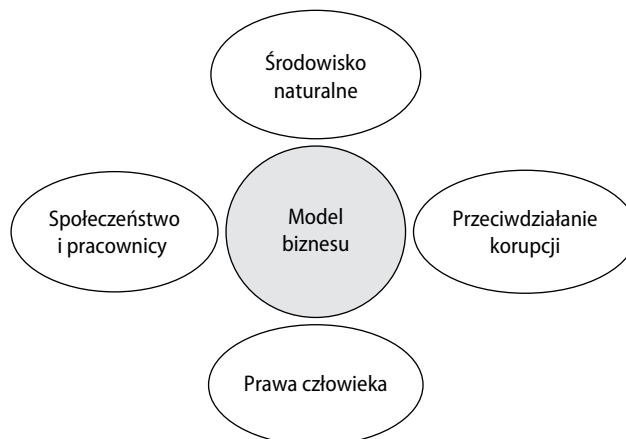
Mając na uwadze powyższe zapisy ustawy o rachunkowości można przyjąć, że model biznesu odgrywa istotną rolę w oświadczeniu na temat informacji niefinansowych, obok zagadnień społecznych, pracowniczych, środowiska naturalnego, poszanowania praw człowieka i przeciwdziałania korupcji, co zostało zilustrowane na rysunku 1.

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.U. UE, 15.11.2014.

² Ustawa z dnia 15 grudnia 2016 r. o zmianie ustawy o rachunkowości, Dz.U. z 2017 r., poz. 61.

³ Dyrektywa ta została transponowana również przez Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 25 maja 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. z 2016 r., poz. 860.

Rysunek 1. Model biznesu w oświadczeniu na temat informacji niefinansowych



Źródło: opracowanie własne.

W przepisach prawnych nie sprecyzowano struktury zwięzłego opisu modelu biznesu, w przeciwieństwie do kwestii środowiskowych, społecznych i pracowniczych, poszanowania praw człowieka, przeciwdziałania korupcji i łapownictwu, co wynika z tabeli 1.

Tabela 1. Wykaz informacji ujawnianych w oświadczeniu na temat informacji niefinansowych

Obszar informacji niefinansowych	Wykaz ujawnianych informacji
Kwestie środowiskowe	<p>Obecny i przewidywalny wpływ działalności jednostki na środowisko oraz, w stosownych przypadkach, zdrowie i bezpieczeństwo, wykorzystywanie energii odnawialnej lub nieodnawialnej, emisja gazów cieplarnianych, zużycie wody i zanieczyszczenie powietrza, np.</p> <ul style="list-style-type: none"> informacje o emisji dwutlenku węgla w procesach produkcyjnych i zmianach w tym zakresie spowodowanych działaniami na rzecz ochrony środowiska, dane o zużyciu i przywracaniu zdolności wody wykorzystywanej w produkcji, dane o wtórnym wykorzystaniu surowców i materiałów, dane o rekultywacji terenów przemysłowych
Sprawy społeczne i pracownicze	<p>Działania podejmowane w celu zapewnienia równouprawnienia płci, wdrożenie podstawowych konwencji Międzynarodowej Organizacji Pracy (MOP), warunki pracy, dialog społeczny, poszanowanie praw pracowników do informacji i do wyrażania opinii, poszanowanie praw związków zawodowych, bezpieczeństwo i higiena pracy oraz dialog ze społecznościami lokalnymi lub działania podejmowane w celu zapewnienia ochrony i rozwoju tych społeczności, np.</p> <ul style="list-style-type: none"> wolontariat pracowniczy oraz jego wsparcie przez przedsiębiorstwo, udział kobiet w personalu przedsiębiorstwa, w tym kadrze zarządzającej, struktura wynagrodzeń w podziale na płci, warunki do pracy stwarzane osobom niepełnosprawnym lub kobietom wracającym do pracy po urodzeniu dzieci
Prawa człowieka oraz walka z korupcją i łapownictwem	Zapobieganie naruszaniu praw człowieka lub dostępne instrumenty walki z korupcją i łapownictwem

Źródło: §7, Stanowisko Parlamentu Europejskiego przyjęte w pierwszym czytaniu w dniu 15 kwietnia 2014 r. w celu przyjęcia dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/.../UE zmieniającej dyrektywę 2013/34/UE w odniesieniu do ujawniania informacji niefinansowych i informacji dotyczących różnorodności przez niektóre duże jednostki oraz grupy.

Dodatkowo przyjęto, że przy sporządzaniu oświadczenia na temat informacji niefinansowych należy stosować zasadę *stosuj lub wyjaśnij* (ang. *comply or explain*), zgodnie z którą jeżeli jednostka nie stosuje żadnej polityki odnośnie do przynajmniej jednej z kwestii, w oświadczeniu należy podać dokładne wyjaśnienie uzasadniające taką decyzję. Ponadto umożliwiono niesporządzanie oświadczenia na temat informacji niefinansowych, jeżeli w terminie 6 miesięcy od dnia bilansowego zostanie zamieszczone na stronie internetowej jednostki odrębne sprawozdanie na temat informacji niefinansowych⁴. Warto również zwrócić uwagę, że już KSR 9 wskazywał celowość prezentacji, w przypadku niektórych jednostek, wyników działalności w poszczególnych sferach rozwoju: ekonomicznej (finansowej), środowiskowej (wpływu na środowisko naturalne) i społecznej⁵.

3. Propozycja struktury opisu modelu biznesu w oświadczeniu na temat informacji niefinansowych

M. Duczkowska-Piasecka et al. definiują model biznesu jako koncepcyjne narzędzie zawierające zestaw elementów, ich relacji z wyznaczonymi celami, stanowiące biznesową logikę każdej firmy⁶. Model biznesu jest newralgicznym elementem raportu zintegrowanego, który odgrywa kluczową rolę we właściwym rozumieniu całokształtu przedsiębiorstwa⁷. Informacje zawarte w tym raporcie powinny być przygotowane na podstawie tych samych zasad i za ten sam okres, co podobne zagadnienia publikowane w innych sprawozdaniach⁸.

Na podstawie badań literatury uznano, że zwięzły opis modelu biznesu powinien posiadać strukturę, która została przedstawiona na rysunku 2.

Model biznesu nie dotyczy wyłącznie kreowania wartości, ale także sposobu dostarczania wartości i podejmowania decyzji, które stanowią podstawę tworzenia wartości. Oznacza to konieczność wyodrębnienia trzech elementów modelu biznesu, na których powinien opierać się opis modelu biznesu w sprawozdaniu z działalności:

- zdefiniowanie wartości (propozycja wartości),
- tworzenie wartości (zasoby, działania),
- dostarczanie wartości (segmenty klientów, kanały dystrybucji).

⁴ To zwolnienie może dotyczyć grup kapitałowych z próby badawczej, które sporządzają raporty zintegrowane.

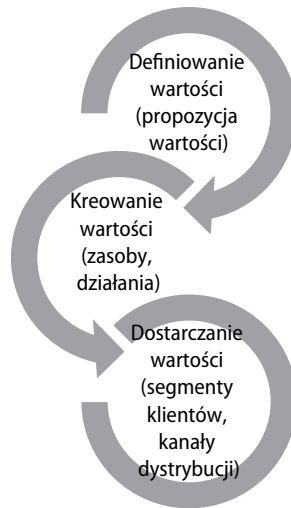
⁵ Par. 6.31, Komunikat nr 4 Ministra Finansów z dnia 30.04.2014 r. w sprawie ogłoszenia uchwały Komitetu Standardów Rachunkowości w sprawie przyjęcia Krajowego Standardu Rachunkowości nr 9 „Sprawozdanie z działalności”, Dz. Urz. Min. Fin. 2014, poz. 17.

⁶ M. Duczkowska-Piasecka (red.), M. Poniatowska-Jaksch, K. Duczkowska-Małysz, *Model biznesu. Nowe myślenie strategiczne*, Difin, Warszawa 2013, s. 133.

⁷ IIRC, *Business Model. Background Paper for <IR>*, The International Integrated Reporting Council, 2013, s. 1.

⁸ IIRC, *The International <IR> Framework*, The International Integrated Reporting Council, 2013, s. 4.48, s. 30.

Rysunek 2. Propozycja struktury opisu modelu biznesu w oświadczeniu na temat informacji niefinansowych



Źródło: opracowanie własne na podstawie M. Karwowski, *Model biznesu w sprawozdaniu finansowym. Ograniczenia informacyjne*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2018, s. 203.

Aby zdefiniować wartość, firmy sprawdzają, dla kogo tworzona jest wartość i co stanowi dla nich wartość. Aby tworzyć wartość, należy koncentrować się na sposobie pozyskiwania zasobów i przekształcaniu ich w dobra i usługi, których oczekują klienci. Dostarczanie wartości oznacza znalezienie sposobu na przekazanie wartości tym, dla których była przeznaczona. Ostatecznie przedsiębiorstwo uzyskuje wartość rezydualną, do podziału między dostawców kapitału, państwo, zarząd i do ponownego inwestowania⁹.

Propozycja wartości powstaje w ramach definiowania wartości. Jest ona oparta na dobrach i usługach, będących nośnikami wartości, oraz powinna odpowiadać potrzebom najbardziej priorytetowych interesariuszy. W praktyce firmy kształtują propozycje wartości dla swoich klientów. W tym celu identyfikują podmioty, które mogą wspierać realizację propozycji wartości i przyciągają ich do współpracy, aby tworzyć i dostarczać wartość klientowi. Propozycja wartości powinna być ekonomicznie atrakcyjna zarówno dla klientów, jak i sprzedającego, stwarzać jedną lub więcej zróżnicowanych korzyści dla sprzedającego i być skutecznie dostarczana klientom. Aby tworzyć wartość, firmy muszą zapewnić odpowiednią infrastrukturę (zasoby i działania), umożliwiającą im konwersję wkładów na rezultaty spełniające potrzeby klientów (kreowanie wartości). Wiele osób zrównuje model biznesu z tym elementem. Zasoby

⁹ CIMA, *Rethinking the business model*, Chartered Institute of Management Accountants, 2016, s. 5–6; M. Duczkowska-Piasecka (red.), M. Poniatowska-Jaksch, K. Duczkowska-Małysz, *Model...*, op.cit., s. 135, 300, 320; T. Gołębiowski, T.M. Dudzik, M. Lewandowska, M. Witek-Hajduk, *Modele biznesu polskich przedsiębiorstw*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2008, s. 57, 62; T. Falencikowski, *Spójność modeli biznesu. Koncepcja i pomiar*, CeDeWu, Warszawa 2013, s. 37, 48, A. Osterwalder, Y. Pigneur, *Tworzenie modeli biznesowych. Podręcznik wizjonera*, Helion, Gliwice 2012, s. 18, 22–23.

i działania powinny pozwolić odróżnić się firmie od konkurencji, dostarczając klientom dobra i usługi, których potrzebują. Firmy dostarczają klientom wartość, udostępniając im dobra i usługi, zaspokajające ich potrzeby. Jednak klienci stają się coraz bardziej wnikliwi oraz wymagający i oczekują, że otrzymają również odpowiednie informacje odnośnie do produktów i zadowolającą obsługę. Aby to osiągnąć, firmy muszą zrozumieć funkcjonowanie różnych segmentów klientów i kanałów dystrybucji (dostarczanie wartości), dzięki którym można dotrzeć do określonego segmentu¹⁰.

4. Badanie empiryczne nad dotychczas ujawnianymi w sprawozdaniu z działalności informacjami o modelu biznesu według proponowanej struktury

4.1. Metoda badawcza

Analiza zawartości jest metodą badawczą wykorzystywaną w rachunkowości przede wszystkim w badaniach dotyczących społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR)¹¹, jak również kapitału intelektualnego (IC)¹². Były również publikowane wyniki badań z wykorzystaniem analizy zawartości, dotyczące modelu biznesu w raporcie zintegrowanym¹³. Natomiast publikacje prezentujące wyniki badań empirycznych dotyczących modelu biznesu w sprawozdaniu z działalności i sprawozdaniu finansowym są nieliczne¹⁴. Dodatkowo takie badanie jest utrudnione, ponieważ:

¹⁰ M. Duczkowska-Piasecka (red.), *Model...*, op.cit., s. 136; T. Falencikowski, *Spójność...*, op.cit., s. 54; CIMA, *Rethinking...*, op.cit., s. 15, 18, 20; M. Karwowski, *Model biznesu w sprawozdaniu finansowym. Ograniczenia informacyjne*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2018, s. 49.

¹¹ C. Deegan, M. Rankin, *Do Australian Companies Report Environmental News Objectively?*, „Accounting, Auditing & Accountability Journal” 1996, vol. 9, iss. 2, doi: 10.1108/09513579610116358, s. 50–67; J. Unerman, *Methodological Issues – Reflections on Quantification in Corporate Social Reporting Content Analysis*, „Accounting, Auditing & Accountability Journal” 2000, vol. 13, iss. 5, doi: 10.1108/09513570010353756, s. 667–681; J. Hasseldine, A.I. Salama, J.S. Toms, *Quantity Versus Quality: The Impact of Environmental Disclosures on the Reputations of UK Plcs*, „The British Accounting Review” 2005, 37, doi:10.1016/j.bar.2004.10.003, s. 231–248.

¹² J. Guthrie, R. Petty, K. Yongvanich, F. Ricceri, *Using Content Analysis as a Research Method to Inquire into Intellectual Capital Reporting*, „Journal of Intellectual Capital” 2004, vol. 5, iss. 2, doi:10.1108/14691930410533704, s. 282–293; S. Bozzolan, P. O’Regan, F. Ricceri, *Intellectual Capital Disclosure (ICD)*, „Journal of Human Resource Costing & Accounting” 2006, vol. 10, iss. 2, doi:10.1108/14013380610703111, s. 92–113; V. Beattie, S.J. Thomson, *Lifting the Lid on the Use of Content Analysis to Investigate Intellectual Capital Disclosures*, „Accounting Forum” 2007, 31, s. 129–163; L.L. Lee, J. Guthrie, *Visualising and Measuring Intellectual Capital in Capital Markets: A Research Method*, „Journal of Intellectual Capital” 2010, vol. 11, iss. 1, doi: 10.1108/14691931011013307, s. 4–22.

¹³ A. Lai, G. Melloni, R. Stacchezzini, *Disclosing Business Model in the “Integrated Report”: Evidence from European Early Adopters*, AIDEA Bicentenary Conference 2013, Lecce, September; L. Bini, F. Dainelli, F. Giunta, *Business Model Disclosure in the Strategic Report*, „Journal of Intellectual Capital” 2016, vol. 17, iss. 1, s. 83–102; G.K. Świdzka, B. Bek-Gaik, *Dokąd zmierza raportowanie biznesowe?*, „Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach” 2016, nr 274.

¹⁴ M. Karwowski, *Model biznesu a zawartość obecnego sprawozdania finansowego i sprawozdania z działalności*, „Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości” 2016, t. 90(146); M. Karwowski, *Rola komentarza zarządu w ujawnianiu*

- obecnie ujawnianie informacji o modelu biznesu ma charakter dobrowolny,
- w przeciwieństwie do raportu zintegrowanego nie występuje on wprost, dlatego badanie musi koncentrować się na informacjach o elementach modelu biznesu.

K. Krippendorff definiuje analizę zawartości jako metodę badawczą polegającą na wyciąganiu wniosków na podstawie analizowanych tekstów, z uwzględnieniem kontekstu ich użycia¹⁵. Podobnie N. Steenkamp i D. Northcott definiują analizę zawartości jako systematyczną metodę analizowania i kategoryzacji tekstu, służącą do wyciągania uzasadnionych wniosków, przy uwzględnieniu kontekstu użycia danego tekstu¹⁶. Według V. Beattie, B. Mc Innesa i S. Fearnley ta kategoryzacja polega na klasyfikacji analizowanego tekstu do wcześniej zdefiniowanych kategorii i pozwala na ilościowy opis zawartości tekstu o różnym stopniu złożoności¹⁷. N. Steenkamp i D. Northcott uznali, że dane pochodzące z analizy zawartości są raczej tworzone, a nie obserwowane w trakcie badania¹⁸. Do podstawowych cech tej metody badania można zaliczyć systematyczność i możliwość powtórzenia. Niezbędnym elementem analizy zawartości jest konieczność oceny wiarygodności badania, która pozwala na rewizję kodowania i opracowanie zasad ujednoznaczniających¹⁹. Zakończenie analizy zawartości wymaga zatwierdzenia dowodów, które stanowią ostateczne uzasadnienie odpowiedzi na pytania badawcze²⁰.

Istnieją dwa odrębne podejścia do analizy zawartości²¹:

- obiektywne, zorientowane na formę, polegające na liczeniu każdego zdania, rysunku, wykresu, tabeli i ewentualnie zdjęcia,
- subiektywne, zorientowane na znaczenie, które skupia się na wnioskowaniu znaczenia badanego tekstu i wykorzystaniu indeksu jakości ujawnianych informacji.

Indeks ujawnień można zdefiniować jako jakościowy instrument przeznaczony do pomiaru szeregu elementów. Suma uzyskanych punktów wskazuje na poziom ujawnień informacji

modelu biznesu i sprawowaniu kontroli zarządczej, „Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia” 2016, nr 6/1(84); M. Karwowski, *Model biznesu w sprawozdaniu...*, op.cit.

¹⁵ K. Krippendorff, *Content Analysis: An Introduction to its Methodology*, 2nd ed., Sage Publications, London 2004, s. 18.

¹⁶ N. Steenkamp, D. Northcott, *Content Analysis in Accounting Research: The Practical Challenges*, „Australian Accounting Review” 2007, vol. 17, no. 3, s. 18; por. J. Hooks, C.J. van Staden, *Evaluating Environmental Disclosures: The Relationship Between Quality and Extent Measures*, „The British Accounting Review” 2011, 43, doi: 10.1016/j.bar.2011.06.005, s. 201.

¹⁷ V. Beattie, B. Mc Innes, S. Fearnley, *A Methodology for Analysing and Evaluating Narratives in Annual Reports: A Comprehensive Descriptive Profile and Metrics for Disclosure Quality Attributes*, „Accounting Forum” 2004, 28, doi:10.1016/j.accfor.2004.07.001, s. 214; por. F.W. Abbott, R.J. Monsen, *On the Measurement of Corporate Social Responsibility: Self-Reported Disclosures as a Method of Measuring Corporate Social Involvement*, „The Academy of Management Journal” 1979, vol. 22, no. 3, s. 504.

¹⁸ N. Steenkamp, D. Northcott, *Content...*, op.cit., s. 13.

¹⁹ V. Beattie, B. Mc Innes, S. Fearnley, *A Methodology...*, op.cit., s. 215; R.P. Weber, *Basic Content Analysis*, a Sage University Paper, Newbury Park, London, New Delhi 1990, s. 17.

²⁰ J. Dumay, L. Cai, *Using Content Analysis as a Research Methodology for Investigating Intellectual Capital Disclosure*, „Journal of Intellectual Capital” 2015, vol. 16, iss. 1, doi: 10.1108/JIC-04-2014-0043, s. 123.

²¹ J. Hooks, C.J. van Staden, *Evaluating...*, op.cit., s. 201; N. Steenkamp, D. Northcott, *Content...*, op.cit., s. 12–13.

na dany temat. Najprostszy indeks ujawnień wykorzystuje liczbę ujawnień, ignorując jakość prezentowanych informacji²². Jak wskazują N. Steenkamp i D. Northcott analiza zawartości nie powinna opierać się na prostym liczeniu słów, lecz na tworzeniu i gromadzeniu danych poprzez wnioskowanie informacji przekazywanych w tekstach, w tym wizualnych ujawnieniach informacji²³, ponieważ ilość uwzględnia tylko liczbę ujawnionych informacji, podczas gdy jakość bierze pod uwagę treść tych informacji²⁴. Jakość można odnieść do kompletności informacji, polegającej na dostarczeniu czytelnikowi poczucia, że żaden ważny aspekt nie został pominięty²⁵.

Uznając znaczenie informacji opisowych, liczb i rysunków, N.M. Husin et al. wprowadzili trzystopniową skalę pomiaru jakości ujawnień. Każdy temat został sklasyfikowany zgodnie z jego stopniem ujawnienia, całkowita jakość ujawnień była obliczona w sposób następujący: suma [stopień ujawnień × całkowita punktacja dla każdego tematu w danej kategorii]²⁶. J. Hooks i C.J. van Staden również uznali, że jakość ujawnień może być mierzona w skali trzypunktowej: 3 (pozycja opisana w kategoriach ilościowych), 2 (element opisany słownie), 1 (element omówiony ogólnie). Jakość ujawnień oceniana jest na podstawie punktowania każdego ujawnienia, przy zastosowaniu skali jakości ujawnień opracowanej na podstawie wskaźników ujawnień występujących w literaturze z zakresu rachunkowości. Wskaźnik ujawnień skonstruowany w taki sposób pozwala na zróżnicowanie jakości każdego ujawnienia²⁷.

Innym wymiarem jakości może być również rozpiętość ujawnień, do oceny której można wykorzystać²⁸:

- indeks Herfindahla, w którym wyższy indeks H oznacza mniejszą rozpiętość,
- liczbę niepustych podtematów, tj. w ilu podtematach firma ujawnia jakiegokolwiek informację.

Z kolei S. Beretta i S. Bozzolan zaproponowali cztery różne, ale uzupełniające się wymiary oceny ujawnień²⁹:

- 1) zawartość ujawnianych informacji (ang. *content*),
- 2) oczekiwane skutki ekonomiczne (ang. *economic sign*),
- 3) typ stosowanych miar do oceny oczekiwanych skutków (ang. *type of measures*),
- 4) orientacja perspektywiczna (ang. *outlook orientation*).

Na podstawie powyższej charakterystyki można uznać, że analiza zawartości jest metodą badawczą, którą można wykorzystać w badaniu informacji opisowych zawartych w sprawozdaniu finansowym i sprawozdaniu z działalności. Wynika to z definicji tych sprawozdań i ich

²² J. Hooks, C.J. van Staden, *Evaluating...*, op.cit., s. 202.

²³ N. Steenkamp, D. Northcott, *Content...*, op.cit., s. 20.

²⁴ N.M. Husin, K. Hooper, K. Olesen, *Analysis of Intellectual Capital Disclosure – An Illustrative Example*, „Journal of Intellectual Capital” 2012, vol. 13, iss. 2, doi:10.1108/14691931211225030, s. 204.

²⁵ J. Hooks, C.J. van Staden, *Evaluating...*, op.cit., s. 202.

²⁶ N.M. Husin, K. Hooper, K. Olesen, *Analysis...*, op.cit., s. 214.

²⁷ J. Hooks, C.J. van Staden, *Evaluating...*, op.cit., s. 202.

²⁸ V. Beattie, B. Mc Innes, S. Fearnley, *A Methodology...*, op.cit., s. 230.

²⁹ S. Beretta, S. Bozzolan, *A Framework for the Analysis of Firm Risk Communication*, „The International Journal of Accounting” 2004, 39, doi:10.1016/j.intacc.2004.06.006, s. 270.

uporządkowania. Zgodnie z MSR 1 (par. 9) sprawozdanie finansowe stanowi uporządkowane przedstawienie sytuacji i efektywności finansowej jednostki. Wraz z istotnymi zasadami (polityką) rachunkowości i innymi informacjami objaśniającymi zawartymi w informacji dodatkowej do sprawozdania finansowego, pomaga użytkownikom sprawozdań finansowych w przewidywaniu przyszłych przepływów pieniężnych jednostki, a w szczególności ich terminów oraz stopnia pewności³⁰. Sprawozdanie z działalności (komentarz zarządu) jest raportem opisowym (narracyjnym), umożliwiającym interpretację sytuacji finansowej, wyników działalności oraz przepływów pieniężnych jednostki sprawozdawczej³¹.

4.2. Wyniki badania

W tabeli 2 przedstawiono charakterystykę próby 4 grup kapitałowych sektora paliwowego, których sprawozdania z działalności i sprawozdania finansowe za 2015 r. podlegały badaniu metodą analizy zawartości. Akcje spółek dominujących tych grup notowane są na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Do badania wybrano grupy kapitałowe z sektora paliwowego, ponieważ charakteryzują się one sporządzaniem wysokiej jakości raportów rocznych, w skład których wchodzi badane sprawozdanie z działalności i sprawozdanie finansowe, co zostało potwierdzone zdobytymi nagrodami w tym zakresie³².

Tabela 2. Charakterystyka próby podmiotów sektora paliwowego

Badany podmiot	Liczba pracowników	Suma bilansowa (w tys. zł)	Przychody ze sprzedaży (w tys. zł)	Wynik netto (w tys. zł)
Grupa Kapitałowa Grupa Duon S.A.	b.d.	416 523	861 455	24 410
Grupa Kapitałowa Lotos S.A.	2 398	19 169 332	22 709 442	-263 300
Grupa Kapitałowa PGNiG S.A.	25 705	49 825 000	36 464 000	2 136 000
Grupa Kapitałowa PKN Orlen S.A.	19 932	48 137 000	88 336 000	3 233 000
Średnia	16 012	29 386 964	37 092 724	1 282 528

b.d. – brak danych.

Źródło: opracowanie własne.

³⁰ Rozporządzenie Komisji (WE) nr 1126/2008 z dnia 3 listopada 2008 r. przyjmujące określone międzynarodowe standardy rachunkowości zgodnie z rozporządzeniem (WE) nr 1606/2002 Parlamentu Europejskiego i Rady, Dz.U. UE, 29.11.2008, z późn. zm.

³¹ Par. IN3, *Management Commentary. A framework for presentation 2010*, IFRS Foundation.

³² http://www7.irip.pl/aktualnosci_czytaj?cmn_id=1189, dostęp 30.10.2017.

Z tabeli 2 wynika, że grupy kapitałowe sektora paliwowego charakteryzują się różną wielkością, mierzoną zarówno sumą bilansową, jak i przychodami ze sprzedaży. Jedna z badanych grup poniosła stratę, pozostałe trzy to firmy rentowne. W tabeli 3 zaprezentowano wyniki badania w zakresie występowania modelu biznesu i, dla porównania, strategii w sprawozdaniach z działalności i sprawozdaniach finansowych badanych grup kapitałowych sektora paliwowego.

Tabela 3. Występowanie modelu biznesu i strategii w sprawozdaniach z działalności i sprawozdaniach finansowych badanych grup kapitałowych sektora paliwowego

Nazwa sprawozdania	Informacje o modelu biznesu i strategii	Informacje wyłącznie o strategii	Razem
Sprawozdanie z działalności	1	3	4
Sprawozdanie finansowe	0	4	4

Źródło: opracowanie własne na podstawie M. Karwowski, *Model biznesu a zawartość obecnego sprawozdania finansowego i sprawozdania z działalności*, „Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości” 2016, t. 90(146), s. 146–147.

Informacje na temat strategii zidentyfikowano w sprawozdaniach z działalności i sprawozdaniach finansowych wszystkich badanych grup kapitałowych. Natomiast zaledwie jedna grupa, oprócz strategii, przedstawia w sprawozdaniu z działalności informacje o stosowanym modelu biznesu. Informacje o modelu biznesu nie występują w żadnym sprawozdaniu finansowym. Z badania sprawozdań z działalności i sprawozdań finansowych wynika, że zarządzający w badanych grupach kapitałowych rzadko odwołują się do modelu biznesu w sposób bezpośredni. Wynik tego badania spowodował konieczność identyfikacji informacji o modelu biznesu na podstawie proponowanych jego elementów, tj. definiowania wartości (propozycja wartości), tworzenia wartości (zasoby, działania) i dostarczania wartości (segmenty klientów, kanały dystrybucji), które są rozproszone w całym sprawozdaniu z działalności³³.

W tabeli 4 zaprezentowano wyniki badania w zakresie oceny dotychczasowego opisu modelu biznesu według proponowanej struktury w sprawozdaniach z działalności badanych grup kapitałowych sektora paliwowego.

Tabela 4. Ocena dotychczasowego opisu modelu biznesu w sprawozdaniach z działalności badanych grup kapitałowych sektora paliwowego według proponowanej struktury

Badany podmiot	Grupa Duon	Lotos
Definiowanie wartości	Opis propozycji wartości w podziale na segmenty infrastruktury i obrotu, obejmującej: <ul style="list-style-type: none"> dostawy gazu ziemnego sieciowego i skroplonego (LNG – Liquefied Natural Gas), sprzedaż gazu ziemnego i energii elektrycznej odbiorcom końcowym 	Opis działalności obejmującej poszukiwanie, wydobycie i sprzedaż węglowodorów. Głównymi produktami uzyskiwanymi w wyniku przerobu ropy naftowej w rafinerii są: paliwa (benzyna bezołowiowa, olej napędowy i lekki olej opałowy), ciężki olej opałowy, asfalty, paliwo lotnicze, benzyna surowa, gaz płynny propan-butan (LPG), oleje bazowe

³³ Por. M. Karwowski, *Model biznesu w sprawozdaniu...*, op.cit., s. 76–77.

Badany podmiot	Grupa Duon	Lotos
Kreowanie wartości	Opis zasobów obejmujących ponad 410 km własnych gazociągów w 9 lokalizacjach sieciowych przyłączonych do krajowego systemu gazowego i około 70 km gazociągów w miejscowościach zasilanych LNG, z 20 stacji regazyfikacji	Wskazanie na znaczenie optymalnego łańcucha logistycznego sprawnie funkcjonującego w zmieniającym się środowisku wewnętrznym i zewnętrznym
Dostarczanie wartości	Charakterystyka klientów, obejmujących ok. 4800 odbiorców, z czego 700 to odbiorcy instytucjonalni, a 4100 to gospodarstwa domowe, oraz kanałów dystrybucji, do których zaliczane są: <ul style="list-style-type: none"> własna infrastruktura, tj. sieci dystrybucyjne i stacje regazyfikacji gazu LNG, TPA (ang. Third Party Access), tj. sieci operatorów systemów przesyłowych i dystrybucyjnych 	Charakterystyka klientów i kanałów dystrybucji w sposób następujący: <ul style="list-style-type: none"> trzecia, co do wielkości, sieć stacji paliw w Polsce (476 obiektów), hurtowa sprzedaż paliw i innych produktów ropopochodnych, tj. asfaltów i olejów (koncerny międzynarodowe, klienci B2B, instytucje państwowe), firmy tradingowe w eksporcie
Badany podmiot	PGNiG	PKN Orlen
Definiowanie wartości	Opis propozycji wartości, w dwóch segmentach: <ul style="list-style-type: none"> produkcja ciepła i energii elektrycznej w kraju, poszukiwanie złóż, wydobycie gazu ziemnego i ropy naftowej, import, magazynowanie oraz obrót i dystrybucja paliw gazowych 	Działalność obejmuje: <ul style="list-style-type: none"> działalność produkcyjno-handlową (przerób ropy naftowej, wytwarzanie produktów i półproduktów rafineryjnych, petrochemicznych i chemicznych i ich hurtową i detaliczną sprzedaż), działalność usługową (magazynowanie ropy naftowej i paliw, transport, usługi konserwacyjno-remontowe, laboratoryjne, ochrony, projektowe, administracyjne oraz ubezpieczeniowe i finansowe), działalność związaną z poszukiwaniem i rozpoznawaniem złóż węglowodorów oraz wytwarzaniem, przesyłaniem, dystrybucją i handlem energią elektryczną
Kreowanie wartości	Opis procesu poszukiwania i wydobycia gazu ziemnego i ropy naftowej ze złóż, poczynając od przeprowadzenia analiz geologicznych, badań geofizycznych i wierceń, po zagospodarowanie i eksploatację złóż	Opis zasobów produkcyjnych i logistycznych
Dostarczanie wartości	Opis klientów, do których zaliczani są: odbiorcy przemysłowi (głównie przemysł chemiczny oraz rafineryjny i petrochemiczny) i odbiorcy domowi. Największy udział w wolumenie sprzedaży miała giełda (Towarowa Giełda Energii)	Opis klientów (odbiorcy instytucjonalni, gospodarstwa domowe) i kanałów dystrybucji (sieć 2679 stacji paliw działających w segmencie Premium i ekonomicznym)

Źródło: opracowanie własne na podstawie M. Karwowski, *Model biznesu a zawartość obecnego sprawozdania finansowego i sprawozdania z działalności*, „Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości” 2016, t. 90(146), s. 148–149.

W tabeli 5 przedstawiono ocenę punktową opisu elementów modelu biznesu w sprawozdaniach z działalności badanych grup kapitałowych sektora paliwowego. Za ujawnienie informacji na temat każdego z trzech wyżej wymienionych elementów modelu biznesu

w sprawozdaniu z działalności przyznawano od 0 do 3 punktów. Maksymalna liczba punktów wynosiła 9³⁴.

Tabela 5. Ocena punktowa opisu modelu biznesu w sprawozdaniach z działalności badanych grup kapitałowych sektora paliwowego według proponowanej struktury

Badany podmiot	Ocena definiowania wartości	Ocena kreowania wartości	Ocena dostarczania wartości	Razem
Grupa Kapitałowa Grupa Duon S.A.	3	1	2	6
Grupa Kapitałowa Lotos S.A.	2	1	3	6
Grupa Kapitałowa PGNiG S.A.	2	2	2	6
Grupa Kapitałowa PKN Orlen S.A.	2	1	1	4
Średnia (indeks ujawnień)	2,25 (75%)	1,25 (42%)	2,00 (67%)	5,50 (61%)

Źródło: opracowanie własne.

Wśród elementów modelu biznesu najlepiej opisane zostało definiowanie wartości – 2,25 (75%). Taki poziom wskaźnika wynika z tego, że badane grupy kapitałowe w sposób zazwyczaj umiarkowany opisują dobra i usługi w podziale na segmenty branżowe. Niższa ocena dostarczania wartości wynika przede wszystkim z niepełnego opisu obsługiwanych segmentów klientów i kanałów dystrybucji wykorzystywanych do różnego rodzaju oferowanych dóbr lub usług. Najniższy wynik osiągnął opis kreowania wartości – zaledwie 1,25 (42%).

5. Podsumowanie

Celem artykułu było przedstawienie propozycji struktury opisu modelu biznesu w oświadczeniu na temat informacji niefinansowych oraz ocena dotychczas ujawnianych w sprawozdaniu z działalności informacji o modelu biznesu według proponowanej struktury.

Na podstawie badania literatury zaproponowano następującą strukturę opisu modelu biznesu:

- definiowanie wartości (propozycja wartości),
- tworzenie wartości (zasoby, działania),
- dostarczanie wartości (segmenty klientów, kanały dystrybucji).

Stwierdzono, że aby zdefiniować wartość, należy określić odbiorcę wartości i co stanowi dla niego wartość. Aby tworzyć wartość, należy koncentrować się na pozyskiwaniu zasobów

³⁴ Por. J. Hooks, C.J. van Staden, *Evaluating...*, op.cit., s. 204; N.M. Husin, K. Hooper, K. Olesen, *Analysis...*, op.cit., s. 214; M. Karwowski, *Model biznesu w sprawozdaniu...*, op.cit., s. 204.

i przekształcaniu ich w dobra i usługi, których oczekują klienci. Dostarczanie wartości oznacza znalezienie sposobu na przekazanie wartości dla tych, dla których była przeznaczona. Ostatecznie przedsiębiorstwo uzyskuje wartość rezydualną, do podziału między dostawców kapitału, państwo, zarząd i do ponownego inwestowania.

W dalszej części artykułu przedstawiono wyniki badania sprawozdań z działalności z użyciem metody analizy zawartości, zanim pojawił się obowiązek zamieszczania zwięzłego opisu modelu biznesu. Ustalono, że model biznesu w badanych sprawozdaniach z działalności rzadko występuje w sposób bezpośredni. Wynik tego badania oznaczał konieczność identyfikacji informacji o modelu biznesu na podstawie proponowanych jego elementów, tj. definiowania wartości (propozycji wartości), tworzenia wartości (zasobów, działań) i dostarczania wartości (segmentów klientów, kanałów dystrybucji), które są rozproszone w sprawozdaniu z działalności. Jeśli uwzględni się dane na temat jego elementów, można uzyskać bardziej szczegółowy obraz badanych podmiotów. Najlepiej opisywana jest propozycja wartości. Taki poziom wskaźnika wynika z tego, że badane grupy kapitałowe w sposób zazwyczaj umiarkowany opisują dobra i usługi w podziale na segmenty branżowe. Niższa ocena dostarczania wartości wynika przede wszystkim z niepełnego opisu obsługiwanych segmentów klientów i kanałów dystrybucji wykorzystywanych do różnego rodzaju oferowanych dóbr lub usług. Najniższy indeks ujawnień wystąpił w przypadku działań i zasobów. Przeprowadzone badanie pozwoliło na weryfikację zaproponowanej struktury, jaką powinien posiadać opis modelu biznesu w oświadczeniu na temat informacji niefinansowych.

Bibliografia

Wydawnictwa zwarte, artykuły naukowe

1. Abbott F.W., Monsen R.J., *On the Measurement of Corporate Social Responsibility: Self-Reported Disclosures as a Method of Measuring Corporate Social Involvement*, „The Academy of Management Journal” 1979, vol. 22, no. 3.
2. Beattie V., Mc Innes B., Fearnley S., *A Methodology for Analysing and Evaluating Narratives in Annual Reports: A Comprehensive Descriptive Profile and Metrics for Disclosure Quality Attributes*, „Accounting Forum” 2004, 28, doi:10.1016/j.accfor.2004.07.001.
3. Beattie V., Thomson S.J., *Lifting the Lid on the Use of Content Analysis to Investigate Intellectual Capital Disclosures*, „Accounting Forum” 2007, 31.
4. Beretta S., Bozzolan S., *A Framework for the Analysis of Firm Risk Communication*, „The International Journal of Accounting” 2004, 39, doi:10.1016/j.intacc.2004.06.006.
5. Bini L., Dainelli F., Giunta F., *Business Model Disclosure in the Strategic Report*, „Journal of Intellectual Capital” 2016, vol. 17, iss. 1.
6. Bozzolan S., O'Regan P., Ricceri F., *Intellectual Capital Disclosure (ICD)*, „Journal of Human Resource Costing & Accounting” 2006, vol. 10, iss. 2, doi:10.1108/14013380610703111.

7. Deegan C., Rankin M., *Do Australian Companies Report Environmental News Objectively?*, „Accounting, Auditing & Accountability Journal” 1996, vol. 9, iss. 2, doi: 10.1108/09513579610116358.
8. Duczkowska-Piasecka M. (red.), Poniatowska-Jaksch M., Duczkowska-Małysz K., *Model biznesu. Nowe myślenie strategiczne*, Difin, Warszawa 2013.
9. Dumay J., Cai L., *Using Content Analysis as a Research Methodology for Investigating Intellectual Capital Disclosure*, „Journal of Intellectual Capital” 2015, vol. 16, iss. 1, doi: 10.1108/JIC-04-2014-0043.
10. Falencikowski T., *Spójność modeli biznesu. Koncepcja i pomiar*, CeDeWu, Warszawa 2013.
11. Gołębiowski T., Dudzik T.M., Lewandowska M., Witek-Hajduk M., *Modele biznesu polskich przedsiębiorstw*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2008.
12. Guthrie J., Petty R., Yongvanich K., Ricceri F., *Using Content Analysis as a Research Method to Inquire into Intellectual Capital Reporting*, „Journal of Intellectual Capital” 2004, vol. 5, iss. 2, doi:10.1108/14691930410533704.
13. Hasseldine J., Salama A.I., Toms J.S., *Quantity Versus Quality: The Impact of Environmental Disclosures on the Reputations of UK Plcs*, „The British Accounting Review” 2005, 37, doi:10.1016/j.bar.2004.10.003.
14. Hooks J., van Staden C.J., *Evaluating Environmental Disclosures: The Relationship Between Quality and Extent Measures*, „The British Accounting Review” 2011, 43, doi: 10.1016/j.bar.2011.06.005.
15. Husin N.M., Hooper K., Olesen K., *Analysis of Intellectual Capital Disclosure – an Illustrative Example*, „Journal of Intellectual Capital” 2012, vol. 13, iss. 2, doi:10.1108/14691931211225030.
16. Karwowski M., *Model biznesu a zawartość obecnego sprawozdania finansowego i sprawozdania z działalności*, „Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości” 2016, t. 90(146).
17. Karwowski M., *Rola komentarza zarządu w ujawnianiu modelu biznesu i sprawowaniu kontroli zarządczej*, „Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia” 2016, nr 6/1(84).
18. Karwowski M., *Model biznesu w sprawozdaniu finansowym. Ograniczenia informacyjne*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2018.
19. Krippendorff K., *Content Analysis: An Introduction to its Methodology*, 2nd ed., Sage Publications, London 2004.
20. Lai A., Melloni G., Stacchezzini R., *Disclosing Business Model in the “Integrated Report”: Evidence From European Early Adopters*, AIDEA Bicentenary Conference, Lecce, September 2013.
21. Lee L.L., Guthrie J., *Visualising and Measuring Intellectual Capital in Capital Markets: A Research Method*, „Journal of Intellectual Capital” 2010, vol. 11, iss. 1, doi: 10.1108/14691931011013307.
22. Osterwalder A., Pigneur Y., *Tworzenie modeli biznesowych. Podręcznik wizjonera*, Helion, Gliwice 2012.
23. Steenkamp N., Northcott D., *Content Analysis in Accounting Research: The Practical Challenges*, „Australian Accounting Review” 2007, vol. 17, no. 3.
24. Świdarska G.K., Bek-Gaik B., *Dokąd zmierza raportowanie biznesowe?*, „Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach” 2016, nr 274.
25. Unerman J., *Methodological Issues – Reflections on Quantification in Corporate Social Reporting Content Analysis*, „Accounting, Auditing & Accountability Journal” 2000, vol. 13, iss. 5, doi: 10.1108/09513570010353756.

26. Weber R.P., *Basic content analysis*, A Sage University Paper, Newbury Park, London, New Dehli 1990.

Dokumenty prawne i regulacje środowiskowe

1. *Business Model. Background Paper for <IR>*, The International Integrated Reporting Council, 2013.
2. 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.U. UE, 15.11.2014.
3. Komunikat nr 4 Ministra Finansów z dnia 30.04.2014 r. w sprawie ogłoszenia uchwały Komitetu Standardów Rachunkowości w sprawie przyjęcia Krajowego Standardu Rachunkowości nr 9 „Sprawozdanie z działalności”, Dz. Urz. Min. Fin. 2014, poz. 17.
4. *Management Commentary. A Framework for Presentation*, 2010, IFRS Foundation.
5. *Rethinking the Business Model*, Chartered Institute of Management Accountants, 2016.
6. Rozporządzenie Komisji (WE) nr 1126/2008 z dnia 3 listopada 2008 r. przyjmujące określone międzynarodowe standardy rachunkowości zgodnie z rozporządzeniem (WE) nr 1606/2002 Parlamentu Europejskiego i Rady, Dz.U. UE, 29.11.2008, z późn. zm.
7. Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 25 maja 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. z 2016 r., poz. 860.
8. Stanowisko Parlamentu Europejskiego przyjęte w pierwszym czytaniu w dniu 15 kwietnia 2014 r. w celu przyjęcia dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/.../UE zmieniającej dyrektywę 2013/34/UE w odniesieniu do ujawniania informacji niefinansowych i informacji dotyczących różnorodności przez niektóre duże jednostki oraz grupy.
9. *The International <IR> Framework*, The International Integrated Reporting Council, 2013.
10. Ustawa z dnia 15 grudnia 2016 r. o zmianie ustawy o rachunkowości, Dz.U. z 2017 r., poz. 61.
11. Ustawa z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości, Dz.U. z 2018 r., poz. 395.

Materiały internetowe

1. http://www.irip.pl/aktualnosci_czytaj?cmn_id=1189

Proposal of Structure of Business Model Description in Activity Reports

Summary

The article proposes the structure of corporate business model description. Additionally, it assesses the so-far revealed information about the business model in the activity report divided into its suggested structure, on the example of the fuel sector companies listed on the Warsaw Stock Exchange. In this connection, the content analysis was applied. The index of disclosures of business model elements was set at the level of 61%.

Keywords: activity report, business model, content analysis
