

Justyna Fijałkowska

Uniwersytet Łódzki
e-mail: justyna.fijalkowska@uni.lodz.pl

Monika Sobczyk

Spółeczna Akademia Nauk
e-mail: msobczyk@san.edu.pl

ZASADA ISTOTNOŚCI W PROCESIE PRZYGOTOWYWANIA RAPORTU ZINTEGROWANEGO

MATERIALITY IN THE PROCESS OF INTEGRATED REPORTING PREPARATION

DOI: 10.15611/pn.2018.532.11

JEL Classification: M14, M41, Q56

Streszczenie: Koncepcja społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa (CSR) sprawiła, iż podmioty gospodarcze coraz częściej prezentują swoje dokonania w odniesieniu do kwestii społecznych i środowiskowych. Próba połączenia finansowych i pozafinansowych informacji o działalności przedsiębiorstw podejmowana jest w ramach raportu zintegrowanego (IR). Jednak aby taki raport spełniał cele wiarygodnego i użytecznego źródła informacji o przedsiębiorstwie, kluczowe jest, by informacje w nim zaprezentowane miały charakter istotnych. Celem artykułu jest podkreślenie znaczenia zasady istotności w procesie przygotowywania IR oraz wskazanie najważniejszych wytycznych odnoszących się do kwestii istotności, tj. zaproponowanych przez organizację IIRC oraz IFAC. W artykule wykorzystano metodę krytycznej analizy literatury, analizy dokumentów oraz metodę syntezy przy formułowaniu wniosków.

Słowa kluczowe: raportowanie zintegrowane, raport zintegrowany, istotność.

Summary: The concept of Corporate Social Responsibility (CSR) has led to the fact that business entities more and more often present their achievements in relation to social and environmental issues. An attempt to combine financial and non-financial information about the operations of enterprises is undertaken as part of integrated reporting (IR). However, in order for such a report to meet the goals of a reliable and useful source of information about the company, it is crucial that the information presented in it is material. The aim of the article is to emphasize the importance of materiality in the process of preparing IR and to indicate the most important guidelines related to the materiality issues proposed by IIRC and IFAC organization. The article uses the method of critical literature analysis, document analysis and the synthesis method for the formulation of conclusions.

Keywords: integrated reporting, integrated report, materiality.

1. Wstęp

W dzisiejszym świecie, pełnym wyzwań etycznych, społecznych i ekologicznych, idea społecznej odpowiedzialności biznesu¹ może mieć fundamentalne znaczenie w kreowaniu nowoczesnej koncepcji prowadzenia działalności gospodarczej [Dziawgo 2010, s. 15]. Zarządy przedsiębiorstw, mając świadomość, iż społeczeństwo rozlicza je nie tylko z osiągniętych wyników finansowych, ale również z oddziaływania tych przedsiębiorstw na otoczenie, środowisko, społeczność i pracowników [Fijałkowska 2013, s. 86], coraz częściej upubliczniają raporty obejmujące kwestie niefinansowe. Inwestorzy nie są już zainteresowani jedynie retrospektywnymi informacjami finansowymi, ale wymagają zwiększenia transparentności oraz ujawnień dotyczących całościowego modelu biznesowego przedsiębiorstwa [Śniezek 2009, s. 497; Roszkowska 2009]. Raportowanie wszystkich kluczowych obszarów działalności podmiotu czyni je bardziej transparentnym dla interesariuszy, którzy nie tylko chcą, aby podmiot był odpowiedzialny za swoje działania i ich wpływ na otoczenie, ale również są zainteresowani informacją na temat skali, rodzaju oraz efektywności podejmowanych działań w tym zakresie [Remlein 2016].

Sprawozdawczość dotycząca zagadnień społecznych i środowiskowych bazuje w znacznym stopniu na osądzie osoby ją przygotowującej, stąd obarczona jest dużym ryzykiem zniekształcenia. Ponadto, badania pokazują, że głównymi czynnikami, które znacznie utrudniają inwestorom i innym interesariuszom podejmowanie decyzji na podstawie raportów, jest ich wzrastająca objętość i złożoność, co zdecydowanie komplikuje znalezienie użytecznych (*relevant*) informacji [Matuszak 2016, s. 109]. Doprowadziła do tego, z jednej strony, chęć prezentacji zaangażowania społecznego, a z drugiej – liczne regulacje i rekomendacje odnoszące się do tego typu raportowania. Złożoność ta często staje potencjalnym inwestorom na przeszkodzie w jasnym zrozumieniu modelu biznesowego przedsiębiorstwa oraz określeniu, w jaki sposób kreuje ono swoją wartość. Należy więc ograniczyć zjawisko przeładowania informacjami, a jednocześnie dostarczyć informacje niezbędne dla potrzeb oceny i podejmowania decyzji [Eccles, Krzus 2010, s. 3]. Według J. Krasodomskiej [2012, s. 105] raport zintegrowany powinien być przejrzysty i ograniczony do istotnych informacji, tak by budować zaufanie do jednostki i kształtować jej dobrą reputację.

W tym kontekście potrzebne są rozważania nad modelem raportowania na miarę dzisiejszych wyzwań – ujawniania informacji o pełnym spektrum działalności przedsiębiorstwa, ale zarazem informacji istotnych z punktu widzenia zarządu i kierownictwa oraz interesariuszy. Wyzwaniu temu ma sprostać nowy paradygmat raportowania – raportowanie zintegrowane. Zgodnie z nim raport zintegrowany (*In-*

¹ Inne nazewnictwo to społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa (*Corporate Social Responsibility* – CSR).

egrated Report – IR) to holistyczny, strategiczny, dostosowujący się i istotny w różnych ramach czasowych [Adams, Simnett 2011] model ujawniania informacji o przedsiębiorstwie.

Celem artykułu jest podkreślenie znaczenia zasady istotności (*materiality*) w procesie przygotowywania raportów zintegrowanych oraz wskazanie najważniejszych wytycznych odnoszących się do kwestii istotności, tj. zaproponowanych wspólnie przez organizację IIRC oraz IFAC [2015]. Rozważania podjęte w artykule przybliżają kwestię istotności w raportowaniu zintegrowanym. W artykule wykorzystano metodę krytycznej analizy literatury, analizy dokumentów oraz metodę syntezy w formułowaniu wniosków.

2. Istotność w raportowaniu niefinansowym

„Istotność jest ważną koncepcją, jednym z fundamentów rachunkowości” [Frishkoff 1970, s. 116]. Wielu naukowców próbowało przedstawić definicję pojęcia materialności², ale jej rozumienie nadal jest dość intuicyjne [Lo 2010]. Materialność jest wieloaspektową koncepcją, która przenika cały obszar rachunkowości; ogólnie odnosi się do potrzeby dostarczania istotnych informacji użytkownikom raportów korporacyjnych [Bernstein 1967]. Istnieje wiele podejść i prób definiowania zasady istotności (np. [Brennan, Gray 2005; Messier i in. 2005]). Wszystkie definicje wskazują na związek między istotnością a procesami decyzyjnymi w organizacjach, podkreślając niezbędną „użyteczność decyzyjną” informacji istotnych [Moonitz 1961]. Poziom istotności przedmiotu mierzy się jego potencjalnością do zmiany oczekiwań decydenta, poza jego wymiarem absolutnym [Lo 2010].

Generalnie informacja jest istotna, jeśli jej pominięcie lub niewłaściwe przedstawienie może mieć wpływ na decyzję, jaką użytkownik podejmie na podstawie tej informacji. Oznacza to, że informacja, aby być uznana za istotną, musi mieć znaczący wpływ na sytuację finansową bądź ekonomiczną jednostki lub jej pozycję konkurencyjną, a co za tym idzie – na zdolność do tworzenia długoterminowej wartości dla inwestorów [CSRProfit 2017]. To z kolei implikuje konieczność dokonywania przez kierownictwo osądu, jakimi informacjami o działaniach organizacji użytkownicy raportu muszą dysponować, aby podejmować na ich podstawie uzasadnione decyzje [Bernstein 1967].

Rada Międzynarodowych Standardów Rachunkowości, poprzez Założenia koncepcyjne sprawozdawczości finansowej (*The Conceptual Framework for Financial Reporting*), wskazuje na cechy jakościowe, jakimi powinny charakteryzować się informacje finansowe. W Założeniach koncepcyjnych wyodrębniono tzw. fundamentalne cechy jakościowe użytecznej informacji finansowej, tj. przydatność (*relevance*) i wierność odzwierciedlenia (*faithful representation*), oraz dodatkowe cechy

² Materialność i istotność to pojęcia tożsame.

jakościowe wzmacniające [IASB 2018]. Istotność (*materiality*) uznano zaś za właściwy dla danej jednostki aspekt przydatności, uznając w ten sposób cechę istotności za podrzędną.

Dużą część raportów zintegrowanych stanowią informacje niefinansowe, przedstawiane w sposób narracyjny. Podobnie jak informacje finansowe, również one powinny charakteryzować się istotnością, tak by były przydatne zarówno użytkownikom wewnętrznym, jak i zewnętrznym, i aby nie prowadziły do przeładowania informacyjnego, zniechęcającego do sporządzania i czytania IR. Ze względu na formę opisową informacji pozafinansowych przyjmuje się więc, że kwestia ich istotności jest trudniejsza do zdefiniowania i aplikacji, niż w przypadku informacji finansowych [Guthrie, Parker 1990].

Jak podkreśla M. Szczepańska [2015, s. 188], „złożoność problematyki istotności w przypadku zintegrowanej sprawozdawczości bierze się przede wszystkim z tego, że pojęcie istotności należy odnieść do znacznie szerszego zakresu oddziaływania przedsiębiorstwa i kręgu interesariuszy niż w przypadku tradycyjnej sprawozdawczości finansowej”. Ponadto, czynniki dotyczące kwestii środowiskowych, społecznych oraz ładu korporacyjnego przedstawiają niematerialne oczekiwania szerokiego grona interesariuszy, które trudno jest oszacować z finansowego punktu widzenia, a nawet gdy wpływ danego elementu tworzenia wartości może być kwantyfikowany, często nie jest możliwe ustalenie całkowitego jego oddziaływania, gdyż może on jednocześnie dotyczyć kreowania różnych kapitałów [Lai i in. 2017] i może wiązać się z efektem synergii.

Pomimo wielu trudności zasadę istotności należy uznać za jedną z podstawowych zasad raportowania zintegrowanego. Zasada ta odnosi się w szczególności do kwestii definiowania zawartości IR – wymaga nie tylko wyodrębnienia i ujęcia tych zdarzeń, które są istotne dla oceny sytuacji majątkowej i finansowej oraz wyniku finansowego przedsiębiorstwa, ale również uwzględnienia zagadnień, które odzwierciedlają istotne oddziaływania przedsiębiorstwa na społeczeństwo i środowisko, i które jednocześnie mogą wpływać na dokonywane oceny i podejmowane przez interesariuszy decyzje.

Zasada istotności jest kluczowym elementem wiodących standardów raportowania niefinansowego³. Należą do nich m.in. standardy rachunkowości dotyczące kwestii społecznych i środowiskowych SASB (SASB), wytyczne GRI dotyczące raportów zrównoważonego rozwoju (GRI G4), Międzynarodowe Ramy Sprawozdawczości Zintegrowanej (IIRC). Zgodnie z nimi jednostki powinny dokonać oceny istotności (*materiality assessment*). W tabeli 1 zestawiono najważniejsze charakterystyki zasady istotności zgodnie z SASB, GRI G4 oraz IIRC.

³ Przez standardy raportowania (sprawozdawczości) niefinansowego (pozafinansowego, w tym IR) rozumie się wszelkie opracowania eksperckie mające na celu udoskonalanie procesu tego raportowania.

Tabela 1. Zasada istotności zgodnie z SASB, GRI G4 oraz IIRC

	Standard/rekomendacja		
	SASB	GRI G4	IIRC
Definicja	„Informacja jest istotna, jeśli istnieje spore prawdopodobieństwo, że jej pominięcie mogłoby znacząco zmienić całościowy kształt informacji dostępnych dla inwestora”.	Istotność zdefiniowana w kontekście raportu CSR: „Raport powinien zawierać te aspekty, które: • odzwierciedlają istotny wpływ ekonomiczny, społeczny i środowiskowy organizacji, lub • mogą znacząco wpłynąć na oceny i decyzje interesariuszy”.	„Informacja jest istotna, jeśli jest na tyle ważna, aby znacząco wpłynąć na ocenę dostawców kapitału dotyczącą jej zdolności do tworzenia wartości w krótkim, średnim i długim terminie”.
Do kogo skierowana?	głównie spółki notowane w Stanach Zjednoczonych	przedsiębiorstwa, instytucje edukacji, organizacje non profit, agendy rządowe	przedsiębiorstwa
Czyja perspektywa jest brana pod uwagę?	inwestorzy	różne grupy interesariuszy	inwestorzy
Na jakie decyzje ma ona wpływ?	decyzja o kupnie, sprzedaży lub zachowaniu papierów wartościowych bądź głosowaniu w sprawach spółki	nie sprecyzowano	decyzja o kupnie, sprzedaży lub zachowaniu papierów wartościowych bądź głosowaniu w sprawach spółki
Próg istotności czy informacja powinna zostać ujawniona	czy informacja byłaby uznana za istotną przez szerokie grono interesariuszy?	czy informacja byłaby uznana za istotną przez szerokie grono interesariuszy?	czy informacja byłaby uznana za istotną przez szerokie grono interesariuszy?
Zasięg	Stany Zjednoczone	międzynarodowy	międzynarodowy

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [CSRProfit 2017].

Należy jednocześnie zgodzić się z CSRProfit [2017], że „zidentyfikowanie istotnych z punktu widzenia przedsiębiorstwa kwestii z obszaru społecznej odpowiedzialności jest konieczne nie tylko po to, aby raport był zgodny z danym standardem. To również ważny krok w kierunku budowania skutecznej, długoterminowej strategii zrównoważonego rozwoju”.

3. Istotność w kontekście wytycznych IIRC oraz IFAC

Międzynarodowa Rada Sprawozdawczości Zintegrowanej (The International Integrated Reporting Council – IIRC) i Międzynarodowa Federacja Księgowych (The International Federation of Accountants – IFAC) opracowały wspólnie wytyczne w kwestii istotności [IIRC&IFAC 2015]. Wyjaśniają one pojęcie istotności i proces jej określania w kontekście przygotowywania raportu zintegrowanego. Zgodnie z nimi

IR powinien wskazywać i tłumaczyć czynniki, które wpływają na zdolność organizacji do tworzenia wartości w czasie oraz koncentrować się i upubliczniać te fakty i zagadnienia, które są przesłanką podejmowania decyzji przez użytkowników raportów. Raporty IR mają wspierać decyzje. W Wytycznych zdefiniowano, że istotne zagadnienie, które powinno być ujęte w IR to takie, które „może mieć istotny wpływ na zdolność organizacji do tworzenia wartości w krótkim, średnim lub długim okresie czasu” [IIRC&IFAC 2015, s. 4]. Decyzja o tym, które zagadnienie jest istotne, leży w gestii organizacji i uzależnione jest od wielu czynników, m.in. od specyfiki branży.

Przyjęcie zasady istotności daje możliwość „poprawy procesu podejmowania decyzji zarówno w kontekście wewnętrznym, jak i zewnętrznym, poprzez ograniczenie nieistotnych informacji i skoncentrowanie ujawnień na kluczowych kwestiach zarządzanych przez organizację” [IIRC&IFAC 2015, s. 4].

Przy ustalaniu, czy dana sprawa jest istotna, należy rozważyć, czy sprawa ta ma istotny wpływ na strategię organizacji, jej model biznesowy lub czy wpływa ona na tworzenie lub wykorzystanie co najmniej jednego z kapitałów (np. finansowego, produkcyjnego, ludzkiego, intelektualnego, naturalnego, społecznego i relacyjnego).

W wymienionych wytycznych [IIRC&IFAC 2015, s. 4] wyjaśniono, że istotność odgrywa kluczową rolę w określaniu kwestii, które należy uwzględnić w IR, a jednocześnie w zapewnieniu spójności, zwięzłości i kompletności raportu. Istotność jest więc kwestią priorytetową, ponieważ zrozumienie pojęcia istotności pomaga jednostkom dowiedzieć się, które kwestie stanowią o zdolności do tworzenia i utrzymania wartości.

Zgodnie z wytycznymi IIRC&IFAC [2015, s. 13], przygotowując IR, należy najpierw przejść przez proces oceny istotności, przy czym nie istnieje żadna reguła określająca częstotliwość tego procesu. Zaleca się jednak, aby poprzednio zidentyfikowane kwestie były weryfikowane w każdym cyklu sprawozdawczym – co najmniej raz w roku, ale dobrą praktyką jest sprawdzanie istotności w sposób ciągły, w ramach codziennego podejmowania decyzji przez kierownictwo wyższego szczebla i osoby odpowiedzialne za zarządzanie organizacją. Kwestie istotne mogą obejmować sprawy finansowe i pozafinansowe, o pozytywnym i negatywnym znaczeniu, w tym ryzyko i szanse, oraz korzystne i niekorzystne wyniki.

Proces oceny istotności przebiega etapowo, w następujący sposób:

- 1) ustalenie parametrów procesu oceny istotności, w tym podmiotów, działań i interesariuszy, których należy wziąć pod uwagę;
- 2) filtrowanie kluczowych tematów, poprzez identyfikację, ewaluację i priorytetyzację kwestii według ich znaczenia;
- 3) określenie granic raportowania;
- 4) ustalenie ujawnień, które tłumaczą proces oceny istotności.

Proces oceny istotności przedstawia tab. 2.

Tabela 2. Proces oceny istotności zgodnie z IIRC&IFAC

Kluczowe determinanty	Określenie istotności	Opis
Ustalenie parametrów procesu oceny	Punktem wyjścia jest identyfikacja nakładów, działań i wyników (produktów) jednostki.	<ul style="list-style-type: none"> • Ustalenie parametrów procesu oceny istotności nie tylko pomaga zidentyfikować nakłady, działania biznesowe i produkty niezbędne do tworzenia wartości, ale także ujawnia kluczowe relacje z, na przykład, dostawcami, partnerami strategicznymi, społecznościami i klientami. Chociaż zaangażowanie w działania z interesariuszami powinno być już osadzone w zwykłym toku działalności, ważne jest zrozumienie względnego priorytetu interesariuszy związanych z procesem określania istotności. • Wymaga od jednostki myślenia poza granicami sprawozdawczości finansowej, w celu rozważenia sposobów, w jakie działania i produkty wpływają na tworzenie wartości. Wartość powinna odzwierciedlać szersze implikacje działań i produktów, na przykład dla klientów, społeczności i środowiska naturalnego. Przesuwa to uwagę na sposób, w jaki jednostka przeprowadza proces oceny istotności.
Identyfikacja	<p>Należy rozważyć tematy lub problemy, które:</p> <ul style="list-style-type: none"> • mogą mieć istotny wpływ na tworzenie wartości, • powiązane są ze strategią, zarządzaniem, dokonaniem lub perspektywami, • są ważne dla kluczowych interesariuszy, • tworzą podstawę do dyskusji, • mogą zintensyfikować lub doprowadzić do strat, jeśli zostaną zignorowane. 	<ul style="list-style-type: none"> • Istotne kwestie to te, które mają lub mogą mieć wpływ na zdolność jednostki do tworzenia wartości. Jest to określane na podstawie ich wpływu na strategię, zarządzanie, wyniki lub perspektywy jednostki. • Za istotne uznawane są kwestie związane z tworzeniem wartości; omawiane są podczas spotkań osób sprawujących nadzór w jednostce. Podstawowe znaczenie ma też zrozumienie perspektywy kluczowych interesariuszy. • W ogóle kwestii istotnych należy uwzględnić te, które mogą być stosunkowo łatwe do rozwiązania w krótkim czasie, ale które, jeśli zostaną pozostawione bez kontroli, stają się szkodliwe lub trudne do rozwiązania w perspektywie średnio- lub długoterminowej. O braku istotności danej kwestii nie powinien decydować fakt, że organizacja w stosunku do danej kwestii czy problemu nie wie, jak się zachować, jak go rozwiązać lub sobie z nim nie radzi.
Ewaluacja	<p>Ocena znaczenia istotnych kwestii pod względem ich znanego lub potencjalnego wpływu na tworzenie wartości w oparciu o:</p> <ul style="list-style-type: none"> • charakter efektów – ilościowy lub/i jakościowy. • naturę, zakres i ramy czasowe efektów, • wielkość skutków i prawdopodobieństwo ich wystąpienia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tylko kwestie mające znaczenie w procesie tworzenia wartości zostaną uznane za istotne i opublikowane w IR. Konieczne jest więc określenie wielkości i znaczenia danej kwestii, a w sytuacji braku pewności jej wystąpienia, konieczne jest określenie prawdopodobieństwa zdarzenia. • Wielkość i znaczenie danej kwestii są oceniane poprzez rozważenie, czy wpływ tej kwestii na strategię, zarządzanie, wyniki lub perspektywy jest taki, że może znacząco wpłynąć na tworzenie wartości w czasie. Wymaga to osądu i będzie zależał od charakteru danej sprawy. Kwestie mogą być uznane za istotne zarówno pojedynczo, jak i zbiorczo. • Oceniając wielkość i znaczenie danego efektu (wpływu), organizacja bierze pod uwagę: czynniki ilościowe i jakościowe; perspektywy finansowe, operacyjne, strategiczne, dotyczące reputacji i regulacyjne; obszar efektu, czy to wewnętrzny, czy zewnętrzny; ramy czasowe.

Priorytetyzacja	Ustalanie priorytetów na podstawie względnego znaczenia poszczególnych kwestii i tematów.	Po zidentyfikowaniu ogółu kwestii istotnych, ustalane są priorytety według ich znaczenia i wpływu. Pomaga to w skoncentrowaniu się na kwestiach najważniejszych przy ustalaniu sposobu i kolejności ich raportowania.
Określenie granic raportu	Dla określenia granic raportu znaczenie mają dwa zakresy informacji: <ul style="list-style-type: none"> • finansowy, w postaci sprawozdania finansowego, • o ryzyku, szansach i wynikach. 	Zakres finansowy informacji ma kluczowe znaczenie, ponieważ: <ul style="list-style-type: none"> • dostawcy kapitału finansowego potrzebują informacji finansowych, • informacje zawarte w sprawozdaniu finansowym służą za punkt odniesienia dla innych informacji zawartych w raporcie. Celem wykraczania poza granice sprawozdawczości finansowej jest identyfikacja ryzyka, szans i wyników, przypisywanych lub powiązanych z interesariuszami, które w istotny sposób wpływają na zdolność jednostki do tworzenia wartości. Interesariusze nie są związani z jednostką na zasadzie sprawowania nad nią kontroli lub wywierania na nią znaczącego wpływu, ale raczej ze względu na charakter i bliskość ryzyka, szans i wyników.
Ustalenie ujawnień	Ustalenie ujawnień, które tłumaczą odbiorcom zewnętrznym istotne kwestie i ich powiązania z tworzeniem wartości.	Wgląd w proces oceny istotności może być równie ważny, jak same istotne sprawy, ponieważ obrazuje jakość zarządzania i stopień, w jakim działania, takie jak zaangażowanie interesariuszy, są wbudowane w biznes. <p>Ujawnienia polegają na:</p> <ul style="list-style-type: none"> • podsumowaniu procesu oceny istotności i kluczowych osądów, • wskazaniu rezultatów procesu oceny istotności w postaci istotnych kwestii, • określeniu roli osób sprawujących nadzór i kluczowego personelu w identyfikacji i ustalaniu priorytetów istotnych kwestii.

Źródło: opracowanie własne na podstawie IIRC&IFAC [2015].

Proces oceny istotności, wskazany w wytycznych, ma kluczowe znaczenie dla opracowywania treści raportu. Należy przy tym mieć na uwadze, iż opracowanie to stanowi uzupełnienie (uszczegółowienie) zapisów Międzynarodowych Ram Sprawozdawczości Zintegrowanej.

4. Zakończenie

W dzisiejszych czasach silna pozycja konkurencyjna przedsiębiorstwa i zdolność do jego rozwoju determinowane są nie tyle ilością, ile jakością informacji pozostających w jego dyspozycji. Z kolei dla otoczenia zewnętrznego informacja o przedsiębiorstwie jest podstawą podejmowania decyzji względem niego. Priorytetem polityki informacyjnej powinno być więc dążenie do doskonałości informacji. Jest to trudne ze względu na opisowy charakter informacji niefinansowych, mnogość tematów, których mogą one dotyczyć i różnorodność potrzeb informacyjnych interesariuszy [Sobczyk 2017, s. 265].

Wyniki badań wskazują, iż inwestorzy niezadowoleni z procesu wykorzystywanego do identyfikacji istotnych kwestii zrównoważonego rozwoju przeważają nad inwestorami zadowolonymi z tego aspektu raportowania (57% do 43%) [PwC 2014, s. 8].

Ze względu na to należy skoncentrować się na kluczowej z cech jakościowych informacji, jaką jest istotność. Rzetelny i systematyczny proces analizowania i definiowania aspektów istotnych jest więc nie tylko jednym z najważniejszych etapów przygotowania raportu oraz zarządzania CSR, ale to również jeden z wymogów wiodących standardów raportowania informacji niefinansowych.

W tym świetle kwestia identyfikacji istotności powinna stanowić centralny temat przyszłych badań naukowych [De Villiers i in. 2014].

Literatura

- Adams S., Simnett R., 2011, *Integrated reporting: An opportunity for Australia's not-for-profit sector*, Australian Accounting Review, vol. 21, no. 3, s. 292–301.
- Bernstein L.A., 1967, *The concept of materiality*, The Accounting Review, vol. 42, no. 1, s. 86–95.
- Brennan N., Gray S., 2005, *The impact of materiality: Accounting's best kept secret*, Asian Academy of Management Journal of Accounting and Finance, vol. 1, s. 1–31.
- CSRProfit, 2017, *Raportowanie informacji niefinansowych w kluczowych obszarach ESG*, <http://csr-profit.com/wp-content/uploads/2017/06/Raportowanie-informacji-niefinansowych-w-kluczowych-obszarach-ESG.pdf> (4.05.2018).
- De Villiers C., Rinaldi L., Unerman J., 2014, *Integrated reporting: Insights, gaps and an agenda for future research*, Accounting, Auditing & Accountability Journal, vol. 27, no. 7, s. 1042–1067.
- Dziawgo L., 2010, *Zielony rynek finansowy. Ekologiczna ewolucja rynku finansowego*, PWE, Warszawa.
- Eccles R.G., Krzus M.P., 2010, *One Report: Integrated Reporting for a Sustainable Strategy*, John Wiley & Sons, Hoboken, NJ.

- Fijałkowska J., 2013, *Zakres ujawnień w raportach społecznej odpowiedzialności i zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstw*, [w:] Borys G., Janusz A. (red.), *Rola instytucji i rynku finansowego w świetle celów oraz zasad zrównoważonego rozwoju*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław, s. 85–94.
- Frishkoff P., 1970, *An empirical investigation of the concept of materiality in accounting*, *Journal of Accounting Research*, vol. 8, s. 116–129.
- Guthrie J., Parker L.D., 1990, *Corporate social disclosure practice: A comparative international analysis*, *Advances in Public Interest Accounting*, vol. 3, s. 159–175.
- IASB, 2018, *The Conceptual Framework for Financial Reporting*, IFRS Foundation, London.
- IIRC&IFAC, 2015, *Materiality in <IR>. Guidance for the preparation of integrated reports*, integratedreporting.org/wpcontent/uploads/2015/11/1315_MaterialityinIR_Doc_4a_Interactive.pdf (4.05.2018).
- Krasodomska J., 2012, *Zintegrowana sprawozdawczość spółek w 2020 roku*, *Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości*, nr 66(122), s. 101–110.
- Lai A., Melloni G., Stacchezzini R., 2017, *What does materiality mean to integrated reporting preparers? An empirical exploration*, *Meditari Accountancy Research*, vol. 25, no. 4, s. 533–552.
- Lo K., 2010, *Materiality and voluntary disclosures*, *Journal of Accounting and Economics*, vol. 49, no. 1-2, s. 133–135.
- Matuszak Ł., 2016, *Czy sprawozdawczość zintegrowana stanie się nowym modelem sprawozdawczym przedsiębiorstwa?*, *Studia Ekonomiczne, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, nr 284, s. 108–116.
- Messier W.F. Jr., Martinov-Bennie N., Eilifsen A., 2005, *A review and integration of empirical research on materiality: Two decades later*, *Auditing: A Journal of Practice and Theory*, vol. 24, no. 2, s. 153–204.
- Moonitz M., 1961, *The Basic Postulates of Accounting*, American Institute of CPA's, New York.
- PwC, 2014, *Sustainability goes mainstream: Insights into investor views*, <http://www.truevaluemetrics.org/DBpdfs/Sustainability/PwC/pwc-sustainability-goes-mainstream-investor-views.pdf> (14.05.2018).
- Remlein M., 2016, *Koszty i korzyści prezentowania dokonań przedsiębiorstwa społecznie odpowiedzialnego w zintegrowanym sprawozdaniu*, *Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej, Zarządzanie*, nr 23, t. 2, s. 51–59.
- Roszkowska P., 2009, *Rewolucja w raportowaniu biznesowym. Interesariusze, konkurencyjność, społeczna odpowiedzialność*, Difin, Warszawa.
- Sobczyk M., 2017, *Jakość informacji niefinansowych wobec oczekiwań interesariuszy przedsiębiorstwa*, [w:] Skrzypek E., Piasecka A., Sagan S. (red.), *Nowa jakość a zadowolenie interesariuszy*, Wydawnictwo UMCS w Lublinie, Lublin, s. 259–269.
- Szczepańska M., 2015, *Istotność jako podstawowa zasada zintegrowanej sprawozdawczości przedsiębiorstwa społecznie odpowiedzialnego*, *Studia Oeconomica Posnaniensia*, vol. 3, no. 1, s. 178–190.
- Śniezek E., 2009, *Raport biznesowy jako odzwierciedlenie współczesnych tendencji rozwojowych sprawozdawczości finansowej*, [w:] Pracownicy Katedry Rachunkowości SGH (red.), *Problemy współczesnej rachunkowości*, Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, s. 497–514.