



Warszawa, 24 czerwca 2019 r.
Informacja prasowa

Wyższe cele i zysk nie muszą się wykluczać. 89 proc. kadry zarządzającej uważa, że firmy muszą spojrzeć ponad swoje podstawowe wyniki, aby zwiększyć wydajność

Zdaniem większości liderów biznesu (niemal 9-ciu na 10-ciu), organizacje muszą w większym stopniu skupić się na aspektach szeroko rozumianego tworzenia wartości, wykraczających poza czyste wyniki finansowe – wskazuje projekt Purpose and Profit, w ramach którego powstał raport „Value of Value: Board-level Insights”. Aspekty te obejmują wartość tworzoną dla społeczeństwa i współtworzoną poprzez relacje zewnętrzne.

Raport przygotowany przez Association of International Certified Professional Accountants (Międzynarodowe Stowarzyszenie Dyplomowanych Specjalistów ds. Rachunkowości) we współpracy z Black Sun oraz International Integrated Reporting Council (IIRC) ma na celu przeanalizowanie trendów i wyzwań w pomiarze i zrozumieniu pojęcia, jakim jest tworzenie wartości przez firmy.

Wyniki projektu *Purpose and Profit* wskazują, że zdaniem liderów biznesu, sukces można osiągnąć jedynie poprzez większe zaangażowanie w kwestie dotyczące interesariuszy i środowiska. Jednakże by to zrobić skutecznie, poza danymi finansowymi potrzebują oni więcej informacji zarządczych i sprawozdawczych, by móc zrozumieć i zinterpretować prawdziwe czynniki, które wpływają na tworzenie wartości.

Potrzebne jest przy tym – ich zdaniem – przyjęcie długofalowej perspektywy. Tymczasem w rzeczywistości tylko 30 proc. kadry kierowniczej korzysta z horyzontu strategicznego planowania przekraczającego trzy lata, mimo że 82 proc. badanych uważa, że uwzględnienie jeszcze dłuższej perspektywy poprawiłoby potencjał tworzenia wartości w ich organizacji.

– *Krótkoterminowy kapitalizm musi zmienić się w długoterminowy, zrównoważony wzrost, a przedsiębiorstwa muszą w tym procesie przodować* – powiedział **Dominic Barton**, przewodniczący, IIRC.

Dodatkowe wnioski, jakie płyną z raportu:

- Tylko 11 proc. ankietowanych kierowników wyższego szczebla uważa, że czynniki niefinansowe są szeroko badane i znacząco wpływają na podejmowanie decyzji strategicznych w ich organizacji. Dobrą wiadomością jest to, że prawie połowa z nich opracowuje obecnie narzędzia i techniki, aby lepiej zrozumieć niefinansowe lub szerzej rozumiane czynniki lub włączyć je do procesu podejmowania strategicznych decyzji.
- Trzy najważniejsze czynniki, które liderzy biznesu uznają za ważne dla sukcesu organizacji, to: spełnienie oczekiwań i potrzeb klientów (97 proc.), inspirowanie i angażowanie pracowników (90 proc.) oraz rentowność i zwrot finansowy dla inwestorów (89 proc.).
- Popularną koncepcją staje się zintegrowane myślenie (*integrated thinking*). Potrzebuje ono jednak wsparcia zarządu w celu dalszego rozwoju w organizacjach. Podczas gdy 74 proc. kadry kierowniczej uważa, że zintegrowane raportowanie pomoże w



promowaniu bardziej spójnego podejścia, tylko 35 proc. czuje, że otrzymuje niezbędne wsparcie na poziomie zarządu potrzebne do wdrożenia go.

– *Nic dziwnego, że oprócz spełniania zwiększonych wymogów regulacyjnych, coraz więcej firm stara się poprawić swoją komunikację, aby pokazać przejrzystość. Kluczową korzyścią płynącą z jasnej i przejrzystej komunikacji jest większe zaufanie interesariuszy, a co za tym idzie społeczna licencja do działania* – powiedział **David Christopherson**, CEO, Black Sun.

– *Wyższe cele i zysk nie muszą się wykluczać i mogą być wzajemnie osiągalne. Nasze badanie ilustruje jak dużą wagę dla liderów biznesu mają aspekty dotyczące wartości wykraczających poza przynoszenie czystego zysku dla akcjonariuszy. Takie zintegrowane myślenie jest konieczne w dzisiejszym środowisku biznesowym* – powiedział **Jakub Bejnarowicz**, dyrektor regionalny na Europę, Association of International Certified Professional Accountants.

– Dowody wskazują, że przejście na raportowanie zintegrowane to nie tylko właściwa rzecz, ale najlepsza rzecz, jaką organizacja może zrobić dla swojej długoterminowej rentowności. 72 proc. kierowników wysokiego szczebla uważa, że zmniejszy ono krótkoterminowe myślenie w organizacjach, wspierając podejmowanie decyzji i działania, które koncentrują się na zrównoważonym tworzeniu wartości w krótkim, średnim i długim okresie – powiedział **Richard Howitt**, CEO, IIRC.

Pełna treść raportu dostępna jest na stronie: <https://www.cgma.org/resources/reports/purpose-and-profit-value-of-value.html>

Dodatkowe informacje:

Purpose and Profit to projekt koordynowany przez Association of International Certified Professional Accountants, Black Sun Plc i International Integrated Reporting Council (IIRC). Raport „*Value of Value: Board-level Insights*” powstał na podstawie ankiety przeprowadzonej w marcu 2019 r. wśród niemal 100 członków AICPA i CIMA, zajmujących m.in. stanowiska CEO, CFO i COO. 78 proc. respondentów pełni funkcje finansowe w organizacjach, a 62 proc. pracuje w prywatnych firmach. Ankieta miała na celu zobrazowanie poglądów liderów biznesu, by móc przeanalizować, w jaki sposób informacje o tworzeniu wartości są mierzone i rozumiane. Jest to aktualizacja informacji o obecnym środowisku biznesowym, odwołująca się do wyników wcześniejszych edycji raportów „*Value for Value*”, by zilustrować zmiany w postrzeganiu tego zagadnienia, jakie nastąpiły z biegiem czasu.

Co ważne, raport zawiera także 10 pytań, które kadra zarządzająca może wykorzystać do oceny aktualnego stanu gotowości własnych organizacji do tworzenia wartości w przyszłości i wskazania obszarów wymagających większej uwagi. Pytania dotyczą zdolności i kompetencji organizacji, środowiska biznesowego, w którym organizacja operuje, mocnych i słabych stronach jej modelu biznesowego, kierunku rozwoju, strategicznych zasobów i relacji kluczowych dla przyszłego sukcesu, systemu motywacyjnego oraz zdolności do myślenia i podejmowania decyzji w zintegrowany sposób.

Założony w 1919 r. Chartered Institute of Management Accountants (Instytut Rachunkowości Zarządczej CIMA) jest czołową i jednocześnie największą światową organizacją zrzeszającą specjalistów z dziedziny rachunkowości zarządczej. CIMA zrzesza ponad 228 000 członków i studentów ze 179 krajów, którzy zajmują kluczowe stanowiska w świecie biznesu. Członkowie i studenci CIMA pracują w przemyśle, handlu, sektorze publicznym i organizacjach non-profit. CIMA ściśle współpracuje z pracodawcami i sponsoruje nowatorskie badania, nieustannie aktualizując swoją ofertę kwalifikacji profesjonalnych i ustawicznego kształcenia zawodowego oraz ustanawiane przez siebie wymogi doświadczenia zawodowego. Dzięki temu Instytut pozostaje najchętniej wybieranym przez pracodawców dostawcą usług edukacyjnych wspierających rekrutację liderów biznesu wykształconych w zakresie finansów liderów biznesu. Profesjonalizm i etyka to wartości leżące u podstaw działalności CIMA, a każdy członek i słuchacz Instytutu zobowiązany jest do przestrzegania niezawodnych standardów. Taki model działania łączy uczciwość, wiedzę i doświadczenie z przemyślaną wizją rozwoju.



**The Chartered
Institute of
Management
Accountants®**

CIMA i American Institute of CPAs (AICPA) wspólnie stworzyły kwalifikację Chartered Global Management Accountant (CGMA). Tytuł CGMA – Chartered Global Management Accountant – ma wzmocnić globalne znaczenie profesji specjalisty ds. rachunkowości zarządczej. Desygnacja ta przyznawana jest najbardziej utalentowanym i zaangażowanym specjalistom ds. rachunkowości zarządczej, którzy – dzięki dyscyplinie i umiejętnościom – przyczyniają się do osiągnięcia trwałego sukcesu w biznesie.

AICPA i CIMA utworzyły ponadto Association of International Certified Professional Accountants (Międzynarodowe Stowarzyszenie Dyplomowanych Specjalistów ds. Rachunkowości), organizację reprezentującą branżę rachunkowości publicznej i zarządczej na całym świecie. Stowarzyszenie działa na rzecz interesu publicznego oraz rozwoju umiejętności zawodowych, kompetencji i szans zatrudnienia posiadaczy tytułów CPA, CGMA oraz innych specjalistów w dziedzinie finansów i rachunkowości na całym świecie.
