

Przydatność – podstawowa cecha informacji finansowej?

Małgorzata Rówińska*

Streszczenie: *Cel* – w artykule scharakteryzowano atrybut przydatności informacji finansowych, stanowiący jedną z fundamentalnych cech jakościowych. Celem artykułu jest krytyczna ocena cechy przydatności w kontekście jej zgodności z zasadą wiernego i rzetelnego obrazu, z uwzględnieniem asymetrii informacji. *Metodologia badania* – analiza literatury, regulacji rachunkowości - ustawy o rachunkowości, MSSF – w kontekście zgodności cechy przydatności informacji finansowych z zasadą *true and fair view*. *Wynik* – przydatność to subiektywna cecha informacji finansowych. Jej określenie i ocena zależy od potrzeb informacyjnych poszczególnych grup użytkowników informacji sprawozdawczych. *Oryginalność/Wartość* – artykuł stanowi głos w dyskusji nad cechami informacji sprawozdawczych generowanych przez rachunkowość. Zdaniem autora cecha przydatności, eksponowana w regulacjach MSSF jako powszechna i podstawowa cecha informacji finansowych, pozostaje w sprzeczności z naczelną zasadą rachunkowości *true and fair view*.

Słowa kluczowe: przydatność, informacja finansowa, cechy jakościowe

Wprowadzenie

Jednostki, prowadząc działalność gospodarczą, komunikują się ze swoim otoczeniem m.in. poprzez informacje finansowe prezentowane w sprawozdaniach. Sprawozdanie finansowe postrzegane jest więc jako narzędzie komunikacji podmiotu z otoczeniem. W ostatnich latach zauważyć można wzmożone dyskusje – z jednej strony - nad jakością prezentowanych informacji finansowych, drugiej zaś strony – nad poprawą efektywności komunikacji jednostek gospodarczych z odbiorcami sprawozdań.

Atrybuty jakościowe informacji finansowych powinny wynikać bezpośrednio z fundamentalnych zasad rachunkowości, które obowiązują od lat. A zatem produkt rachunkowości, jakim jest sprawozdanie finansowe, powinno charakteryzować się m. in. rzetelnością i prawdziwością informacji, ich neutralnością (bezzstronnością), porównywalnością.

Założenia koncepcyjne MSSF wskazują w sposób bezpośredni cechy użytecznych informacji finansowych: dwie fundamentalne (przydatność i wierna prezentacja) oraz cztery cechy wzbogacające (porównywalność, sprawdzalność, terminowość, zrozumiałość). Literatura ostatnich lat z zakresu sprawozdawczości, toczące się polemiki i dyskusje naukowe świadczą o tym, że problem cech jakościowych informacji finansowych istnieje, coraz więcej prowadzonych badań naukowych wskazuje na występowanie rozbieżności (często sprzeczności) pomiędzy zasadami rachunkowości i fundamentalnymi cechami jakościowymi informacji finansowych. Niniejszy artykuł, podejmujący problem przydatności informacji finansowych, stanowi głos w dyskusji nad istotą i hierarchią cech jakościowych.

* dr hab. Małgorzata Rówińska, prof. UE, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Katedra Rachunkowości, ul. Bogucicka 3a, 40–226 Katowice, e-mail: małgorzata.rowinska@ue.katowice.pl

Celem niniejszego artykułu jest krytyczna analiza przydatności postrzeganej jako jeden z głównych atrybutów informacji prezentowanej w sprawozdaniu finansowym. Obok wiernej prezentacji, przydatność wskazywana jest w założeniach koncepcyjnych MSSF jako fundamentalna cecha jakościowa, decydująca o użyteczności informacji finansowych. W artykule podjęto również próbę oceny cechy przydatności w kontekście zasady wiernego i rzetelnego obrazu (*true and fair view*) oraz teorii agencji. Dla realizacji wskazanego celu wykorzystano metodę analizy regulacji rachunkowości (w szczególności ustawy o rachunkowości oraz założeń koncepcyjnych MSSF), analizę literatury, a także metodę porównań i syntezy.

1. Cel i użytkownicy sprawozdań finansowych

Podstawową funkcją, jaką pełni rachunkowości, w tym sprawozdawczość finansowa, jest funkcja informacyjna. Dzięki informacjom prezentowanym w sprawozdaniach finansowych interesariuszom przekazywane są wiadomości o stanie majątku jednostki gospodarczej, jej sytuacji finansowej. Na konieczność realizacji informacyjnej funkcji rachunkowości wskazują także regulacje: ustawa o rachunkowości (art. 4), MSR 1 (par. 9). Funkcja informacyjna przejawia się nie tylko w prezentowaniu informacji o podmiocie w postaci sprawozdania sporządzonego według zasad wynikających z regulacji prawnych, ale także w możliwości wykorzystania tych informacji w procesie podejmowania różnorodnych decyzji.

Od wielu lat podkreśla się, że celem sprawozdań finansowych jest prezentowanie takich informacji o podmiocie, które zaspokoiłyby potrzeby informacyjne użytkowników sprawozdań (Gabrusewicz, Cieślak, Kuśnierek, 2001, s. 15). Sprawozdania finansowe przedstawiają bowiem efekty zarządzania przez kierownictwo powierzonymi mu zasobami, stanowią syntetyczną reprezentację zdarzeń wpływających na podmiot gospodarczy, prezentowaną w celu przekazywania informacji finansowych w strukturze i zakresie, jakich oczekuje szeroki krąg odbiorców (Jarugowa, Walińska, 1997, s. 12).

Cel sprawozdania finansowego został wprost wskazany w MSR 1: „dostarczanie informacji na temat sytuacji finansowej, wyników finansowych i przepływów pieniężnych jednostki, które są użyteczne dla szerokiego kręgu użytkowników przy podejmowaniu przez nich decyzji gospodarczych” (MSR1, par. 9). Jak widać, MSR 1 odwołuje się do potrzeb szerokiego kręgu odbiorców informacji sprawozdawczych (nie wskazując jakiejś szczególnej grupy). Natomiast w założeniach koncepcyjnych MSSF cel sprawozdawczości finansowej zdefiniowany został jako dostarczanie informacji użytecznych dla potencjalnych inwestorów, pożyczkodawców i innych wierzycieli (Założenia koncepcyjne MSSF, par. C2). W tym miejscu należy podkreślić, że ukierunkowanie sprawozdawczości finansowej na potrzeby niektórych tylko grup użytkowników (czyli dawców kapitału) wynika wyłącznie z założeń koncepcyjnych MSSF. Ani w MSR 1, prezentującym cel i zasady prezentacji sprawozdań finansowych, ani w Dyrektywie PE dotyczącej rocznych sprawozdań finansowych, ani też w ustawie o rachunkowości nie wskazano grupy interesariuszy, którym szczególnie dedykowane są informacje sprawozdawcze. Te trzy regulacje podkreślają natomiast istotę sprawozdawczości finansowej, jaką od lat jest konieczność prezentowania rzetelnych i prawdziwych informacji (MSR 1, par. 15, Dyrektywa, art. 4, Ustawa o rachunkowości, art. 4.1).

Generalnie, szeroki krąg odbiorców informacji finansowych obejmuje obok interesariuszy wymienionych w założeniach koncepcyjnych także agendy rządowe, potencjalnych

i obecnych klientów, konkurencję, społeczeństwo. Nie można zapominać także o odbiorcach wewnętrznych, czyli kierownictwie jednostki, jej właścicielach, pracownikach. Istotną grupę użytkowników stanowią także audytorzy (zewnątrzni i wewnętrzni)¹. Każda grupa odbiorców informacji finansowych ma różne (czasem nawet sprzeczne) potrzeby informacyjne (Śniezek, Wiatr, 2011, s. 22). Zapewnienie niezbędnych informacji jednocześnie wszystkim odbiorcom jest niemożliwe, dlatego też trudno określić sprawozdania finansowe mianem powszechnie użytecznych, czyli niemal idealnych (Rówińska, Zadora, 2013, s. 166).

Sprawozdanie finansowe powinno dostarczać rzetelnych informacji wszystkim użytkownikom, a dopiero dzięki ich odpowiedniej interpretacji, przekształceniu, interesariusze będą mogli wykorzystać je stosownie do własnych preferencji.

Rozpatrując użyteczność informacji finansowych należy także pamiętać, że oczekiwania użytkowników sprawozdań finansowych są zróżnicowane i szerokie. Mimo dużej zawartości informacyjnej tych sprawozdań nie wszystkie potrzeby użytkowników mogą być w pełni zaspokojone. Wynika to z faktu, że sprawozdania finansowe emitowane przez rachunkowość prezentują przeszłą i bieżącą sytuację finansową jednostki, są to więc sprawozdania *ex post* (Gabrusewicz, Remlein, 2011, s. 24).

2. Przydatność jako atrybut informacji sprawozdawczej

Zgodnie z regulacjami MSSF informacja finansowa jest użyteczna, jeżeli jest przydatna i wiernie prezentuje to, co ma zaprezentować (Założenia koncepcyjne MSSF, par. CJ4). W ten sposób w MSSF wskazano dwie zasadnicze cechy jakościowe użytecznych informacji finansowych, a wśród nich jako pierwszą wymienia się przydatność. Jak więc wynika z zapisów założeń koncepcyjnych przydatność warunkuje użyteczność informacji. Jaka informacja jest przydatna? Kiedy informacja jest przydatna? Komu informacja jest przydatna? Na te pytania nie znajdziemy jednoznacznej odpowiedzi w tekście Założeń koncepcyjnych, a – zdaniem autora - wynika to z faktu, że przydatność to cecha mająca charakter subiektywny.

Wedle zapisów Założeń koncepcyjnych MSSF (par. CJ6), przydatna informacja to taka, która może wpłynąć na zmianę decyzji podejmowanych przez użytkowników. Nie pozostawia zatem wątpliwości fakt, że cechę tę należy rozpatrywać subiektywnie, z punktu widzenia konkretnego odbiorcy, czy grupy odbiorców. Trudno bowiem określić (ale też ocenić) przydatność informacji skierowanej do wielu (albo nawet wszystkich) odbiorców.

Mnogość grup odbiorców informacji, odmienne ich potrzeby informacyjne sprawiają, że sprawozdanie finansowe ogólnego przeznaczenia nie jest w stanie zapewnić każdej grupie takich informacji, które wszyscy uznaliby za przydatne i jednakowo przydatne. Kluczowe wydaje się więc zidentyfikowanie potrzeb użytkowników informacji. To właśnie analiza potrzeb odbiorców powinna stanowić punkt wyjścia do tworzenia sprawozdania finansowego². Dobór narzędzi polityki bilansowej, w tym np. modeli wyceny bilansowej,

¹ Szerzej na temat potrzeb informacyjnych różnych grup użytkowników sprawozdań finansowych, zakresu oczekiwanych przez nich informacji można przeczytać np. w: Eierle, Schultze (2013, s. 158); Kuzior, Pfaff, Poniatowska, Rówińska (2014, s. 14–16), Walińska (2010, s. 28), Pfaff (2007, s. 66–69).

² Problematyką oczekiwań informacyjnych użytkowników sprawozdań finansowych zajęli się np.: Z. Wierzińska (2014), J. Błażyńska (2015), J. Gad (2014).

powinien odbywać z perspektywy potrzeb informacyjnych (interesów) odbiorców, bo to oni mają uznać informacje za przydatne dla podejmowania decyzji. Teoretycznie wszystko to wydaje się oczywiste, ale w praktyce nie jest możliwe przedstawienie w sprawozdaniu tak uniwersalnych informacji (ponadto obiektywnych i rzetelnych), by spełniły oczekiwania wszystkich odbiorców.

Przydatna informacja zdeterminowana jest jej dostosowaniem do potrzeb jednostki i otoczenia (Liang, 2001), a z tego wynika konieczność ciągłego monitorowania potrzeb informacyjnych interesariuszy oraz dostosowywania do nich zakresu i sposobu prezentowanych informacji. Wydaje się to znowu oczywiste teoretycznie, niemniej jednak trudne do realizacji w praktyce. Przydatność informacji określają i oceniają bowiem sami użytkownicy, i jest zróżnicowana w zależności od celu, w jakim dana informacja może być wykorzystywana przez interesariuszy. Inne cele wskazują właściciele podmiotu gospodarczego, inwestorzy, inne wierzyciele, jeszcze inne klienci czy dostawcy³. Wydawać mogłoby się, na tle regulacji MSSF, że każda informacja prezentowana w sprawozdaniu finansowym charakteryzuje się przydatnością. Z perspektywy różnych użytkowników wygląda to jednak różnie, a zatem nie można uznać tej cechy za powszechną i uniwersalną. O przydatności informacji decyduje jej percepcja, obejmująca zdolność użytkownika do wykorzystania informacji dla własnych potrzeb. Przydatność stanowi więc wyraźnie cechę zindywidualizowaną z punktu widzenia interesariuszy (Dobja, 2014, s. 71).

W odróżnieniu od przydatności postrzeganej subiektywnie, cechami, którymi powinna charakteryzować się każda informacja finansowa są – zdaniem autora – rzetelność i prawdziwość informacji (łącznie z cechą wiernej prezentacji). Te dwa atrybuty czynią informację uniwersalną, bezstronną, czyli obiektywną. Zdaniem autora, subiektywnie postrzegana cecha przydatności i charakteryzująca się obiektywizmem wierna prezentacja, wykluczają się i łącznie nie powinny być traktowane jako atrybuty użytecznej informacji sprawozdawczej.

Jak wynika z regulacji MSSF specyficznym przejawem przydatności informacji jest ich istotność. „Informacja jest istotna, jeżeli jej pominięcie lub zniekształcenie mogłoby wpłynąć na podejmowane decyzje użytkowników” (Założenia koncepcyjne MSSF, CJ11). Podobnie jak o przydatności, tak i o istotności informacji można mówić wyłącznie z perspektywy konkretnego odbiorcy informacji. Jest to kolejna (wskazywana w założeniach koncepcyjnych MSSF) cecha informacji finansowych, która ma wyraźnie subiektywny wydźwięk.

3. Teoria agencji a przydatność informacji

Cechę przydatności informacji finansowych można rozpatrywać także w kontekście teorii agencji, której podstawowym założeniem jest nierówny dostęp interesariuszy do informacji, czyli tzw. asymetria informacji⁴. Nie ulega wątpliwości, że zarządzający podmiotem dysponują większym zakresem informacji niż właściciele. Menedżerowie mają zatem

³ Potrzeby informacyjne różnych grup użytkowników sprawozdań finansowych, zakres oczekiwanych przez nich informacji został opisany np. w: Eierle, Schultze (2013, s. 158), Kuzior, Pfaff, Poniatowska, Rówińska (2014, s. 14–16), Walińska (2010, s. 28), Pfaff (2007, s. 66–69).

⁴ Z uwagi na ograniczoną objętość, w artykule pominięto charakterystykę teorii agencji. Szerzej problematyką teorii agencji w kontekście rachunkowości zajmuje się m.in. Gad (2014, 2013).

przewagę informacyjną nad właścicielami, akcjonariuszami, którzy wskutek rozdzielenia własności od zarządzania nie mają bezpośredniego dostępu do informacji o spółce. Z kolei niepełne informacje mogą prowadzić do podjęcia niewłaściwych decyzji (Gad, 2013). Można zatem uznać za prawdziwe stwierdzenie, że menedżerowie mają wpływ na rodzaj i jakość informacji o podmiocie, w tym także informacji dotyczącej sytuacji majątkowej i finansowej. W określonych sytuacjach mogą oni – w granicach przyjętej polityki rachunkowości – „ulepszać” bądź „pogarszać” obraz przedsiębiorstwa postrzegany przez pryzmat danych finansowych, w szczególności sprawozdań finansowych (Remlein, 2008, s. 27).

Zgodnie z teorią agencji menedżerów cechuje skłonność do zatrzymywania zysku w podmiocie, tworzenia rezerw bilansowych i ograniczania rozmiarów dywidendy podlegającej wypłacie akcjonariuszom (Gad, 2014). Oczywiście wielkości prezentowane sprawozdaniu finansowym tylko w części wynikają z aktywności menedżerów, ale menedżerowie poprzez dobór odpowiednich procedur rachunkowości, narzędzi polityki bilansowej, zasad wyceny mogą wpływać np. na prezentowany w sprawozdaniu finansowym wynik finansowy, bilansową wartość aktywów, zobowiązań. Generalnie menedżerowie są zainteresowani doborem takich mierników (modeli) wyceny, które dadzą im możliwość bardziej subiektywnego wpływania na wyniki ujawniane ostatecznie w sprawozdaniu finansowym (Gad, 2013). Działania menedżerów mają umożliwić im przede wszystkim realizację ich własnych celów, pośrednio tylko realizując cele podmiotu i akcjonariuszy. Menedżerowie bowiem rozliczani i oceniani są często z efektów zarządzania jednostką, które to efekty odzwierciedlone są w informacjach prezentowanych w sprawozdaniu finansowym. Jak wynika z badań przeprowadzonych na zlecenie Europejskiej Grupy Doradczej ds. Sprawozdawczości Finansowej, akcjonariusze nawet częściej wykorzystują prezentowane informacje finansowe do oceny działań menedżerów aniżeli do podejmowania decyzji o płatności inwestowania (Gad, 2013).

W ramach sprawozdawczości finansowej jednostki gospodarcze ujawniają informacje finansowe w takim zakresie, jakie chcą ujawnić odbiorcom, próbując tym samym realizować swoje interesy wynikające np. z przyjętych założeń zarządzania zyskami. Czy jednak takie informacje można uznać za przydatne dla użytkownika? Nawet, biorąc pod uwagę jedną grupę interesariuszy, mianowicie właścicieli kapitału. Zdaniem autora, wykorzystywane narzędzia polityki bilansowej jednostki są tak dobierane, by przede wszystkim zapewnić jej interesy. Inwestor zaś nie zawsze w pełni uzna te informacje za przydatne z punktu widzenia podejmowania przez niego decyzji (interesy jednostki gospodarczej nie zawsze są zbieżne z interesami potencjalnego inwestora).

Na asymetrię informacji można także spojrzeć z perspektywy czasu. Oczywiście wydaje się stwierdzenie, że przydatna informacja to informacja aktualna. Sprawozdanie finansowe ujmuje informacje aktualne wyłącznie w momencie sporządzenia sprawozdania. W chwili, kiedy te informacje zostają ujawnione użytkownikom z pewnością nie są już informacjami aktualnymi, zwłaszcza, jeżeli wziąć pod uwagę perspektywę odbiorców zewnętrznych. Rachunkowość, od lat opierająca się na zasadzie transakcyjnej, powinna nade wszystko dostarczać rzetelnych informacji (nawet, jeśli są to dane historyczne), a sposób, w jaki zostaną one wykorzystane przez odbiorców zależy od ich preferencji co do wykorzystania informacji sprawozdawczych w procesie decyzyjnym. Problem upływu czasu (od sporządzenia do ujawnienia informacji) dotyczy w szczególności informacji, które w sprawozdaniu finansowym wyrażone zostały w wartościach szacunkowych (których poziom wynika z subiektywnie przyjętych metod), czy też w wartości godziwej wyznaczonej na dzień bilansowy. Ich obliczenie wiązało się z przyjęciem przez jednostkę pewnych założeń

(często subiektywnie dobranych), które uwzględniały rzeczywistość w momencie tworzenia sprawozdania finansowego. W chwili ujawnienia sprawozdania finansowego odbiorcom zewnętrznym rzeczywistość jest inna, a zatem i prezentowane wartości nie zawsze są wartościami realnymi. W kontekście analizowanej cechy przydatności informacji finansowych, problem asymetrii informacji również wskazuje na istotne ograniczenie w pojmowaniu przydatności jako podstawowego atrybutu informacji finansowej.

Uwagi końcowe

Przydatność informacji finansowych, w obecnych czasach, stanowi fundamentalny atrybut, decydujący o ich użyteczności i jakości. To stwierdzenie wynika z założeń koncepcyjnych MSSF, które od 2011 r. wprowadziły zmianę hierarchii cech jakościowych. Wcześniej podkreślano konieczność zapewnienia w sprawozdaniu finansowym wiernego, bezstronnego i rzetelnego obrazu jednostki.

Jak starano się wykazać w niniejszym artykule, przydatności nie można rozpatrywać jako obiektywnej cechy jakościowej informacji sprawozdawczej. Zdaniem autora, informacje prezentowane w sprawozdaniu finansowym, czyli informacje pochodzące z systemu rachunkowości, powinny być rzetelne i obiektywne, a potencjalny interesariusz tych informacji może je wykorzystać. Zarysowuje się zatem sprzeczność pomiędzy istotą naczelną zasady rachunkowości (*true and fair view*) a cechą jakościową informacji finansowych, jaką jest przydatność. Do fundamentalnej zasady *true and fair view* niezmiennie odwołuje się ustawa o rachunkowości, dyrektywa unijna dotycząca sprawozdawczości finansowej, MSR 1. Zdaniem autora niniejszego artykułu, opisana w założeniach koncepcyjnych cecha przydatności informacji finansowych w pełni nie realizuje tej zasady *true and fair view*. O rzetelności informacji nie decyduje konkretna grupa jej odbiorców, ma charakter obiektywny, natomiast przydatność informacji może być inaczej postrzegana przez różne grupy interesariuszy.

Podsumowując, atrybut przydatności nie stanowi uniwersalnej cechy, charakteryzującej każdą informację finansową. Przydatność ocenia użytkownik, ponieważ to właśnie on ma ją wykorzystać do podejmowania decyzji. Szerokie grono odbiorców informacji prezentowanych w sprawozdaniach finansowych, różnorodne potrzeby informacyjne poszczególnych grup odbiorców sprawiają, że cecha ta ma charakter subiektywny. Zdaniem autora, rachunkowość zaś jako system informacyjny powinna przede wszystkim zapewniać informacje obiektywne, bezstronne, neutralne. Ekspozowanie zaś cechy przydatności ukierunkowuje rachunkowość na system informacyjny dostarczający informacji jednej grupie użytkowników, a mianowicie potencjalnym dawcom kapitału.

Literatura

- Błażyńska, J. (2015). *Użyteczność informacji finansowych sprawozdań finansowych*. Poznań: Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu.
- Eierle, B., Schultze, W. (2013). The Role of Management as a User of Accounting Information. *Accounting and Management Information System*, 12.
- Dobjija, M. (red.). (2014). *Teoria rachunkowości podstawa nauk ekonomicznych*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie.
- Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2013/34/UE z dnia 26 czerwca 2013 r. w sprawie rocznych sprawozdań finansowych, skonsolidowanych sprawozdań finansowych i powiązanych sprawozdań niektórych ro-

- dziejów jednostek, zmieniająca dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2006/43/WE oraz uchylająca dyrektywę Rady 78/660/EWG i 83/349/EWG. Dz.Urz. L 182/19 z 29.6.2013.
- Gabrusewicz, W., Cieślak, M., Kuśnierek, K. (2001). *Sprawozdawczość finansowa jednostek gospodarczych*. Warszawa: Stowarzyszenie Księgowych w Polsce.
- Gabrusewicz, W., Remlein, M. (2011). *Sprawozdanie finansowe przedsiębiorstwa*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Międzynarodowe Standardy Sprawozdawczości Finansowej* (2013), Warszawa: Stowarzyszenie Księgowych w Polsce.
- Gad, J. (2013). *Sprawozdawczość biznesowa wobec założeń teorii agencji. Zarządzanie i Finanse*, 2, cz. 6.
- Gad, J. (2014). Atrybuty użytkowników wewnętrznych i wewnętrznych systemu informacyjnego rachunkowości – perspektywa asymetrii informacji. *Problemy Zarządzania*, 2, 12.
- Jarugowa, A., Walińska, E. (1997). *Roczne sprawozdanie finansowe – ujęcie księgowe i podatkowe*. Gdańsk: ODDK.
- Kuzior, A., Pfaff, J., Poniatowska, L., Rówińska, M. (2014). *Kierunki transformacji sprawozdawczości małych i średnich przedsiębiorstw na tle regulacji międzynarodowych*. Warszawa: CeDeWu.
- Liang, P.J. (2001). *Recognition: An information Content Perspective. Accounting Horizons*, 15, 3.
- Pfaff, J. (2007). *Wpływ rewizji finansowej na wiarygodność sprawozdania finansowego*. Katowice: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach.
- Remlein, M. (2008). *Investycje w polityce rachunkowości grupy kapitałowej*. Poznań: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu.
- Rówińska, M., Zadora, K. (2012). Rachunkowość w wartości godziwej a zasady rachunkowości. W: H. Buk, A. Kostur (red.), *Za i przeciw wartości godziwej w rachunkowości. Teoretyczne aspekty wartości godziwej. Studia Ekonomiczne, Zeszyty Naukowe Wydziałowe*, 125, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach.
- Śnieżek, E., Wiatr, M. (2011). *Raportowanie przepływów pieniężnych w kontekście zmian we współczesnej sprawozdawczości finansowej*. Warszawa: Wolters Kluwer.
- Ustawa z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości. Dz.U. 2013, poz. 330, z późn. zm.
- Walińska, E. (2010). *Rachunkowość finansowa. Ujęcie sprawozdawcze i ewidencyjne*. Warszawa: Wolters Kluwer.
- Wierzbńska, Z. (2014). Wycena aktywów i pasywów a oczekiwania informacyjne użytkowników sprawozdań finansowych. *Studia Oeconomica Posnaniensia*, 2, 4 (265).

RELEVANCE – FUNDAMENTAL CHARACTERISTIC OF FINANCIAL INFORMATION?

Abstract: *Purpose* – the aim of the article is to present the relevance of financial information, one of the fundamental qualitative characteristic. They made analysis of the relevance from the point of view of conformity with the true and fair view principle and the information asymmetry. *Design/Methodology/Approach* – the analysis of the accounting regulations, polish accounting law and IFRS in the context of the relevance financial information with the true and fair view principle. *Findings* – the relevant is the subjective feature of financial information. Its determining and evaluation depend on information requirements of financial information' user groups.

Keywords: relevance, financial information, qualitative characteristics

Cytowanie

- Rówińska, M. (2016). Przydatność – podstawowa cecha informacji finansowej? *Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia*, 2/2 (80), 517–523. DOI: 10.18276/irfu.2016.2.80/2-55; www.wneiz.pl/irfu.

