

PRIMJENA INTEGRIRANOG IZVJEŠTAVANJA U KVALITETNIJEM INFORMIRANJU INTERESNIH GRUPA

APPLICATION OF INTEGRATED REPORTING IN PROVIDING HIGHER QUALITY INFORMATION TO STAKEHOLDERS

DR. SC. AJLA MURATOVIĆ – DEDIĆ, VANREDNI PROFESOR

Ekonomski fakultet Univerziteta u Zenici

DR. SC. AMELA PIRALIĆ, DOCENT

Ekonomski fakultet Univerziteta “Džemal Bijedić” u Mostaru

DR. SC. GORAN ĆURIĆ, VANREDNI PROFESOR

Ekonomski fakultet Univerziteta “Džemal Bijedić” u Mostaru

OMER HUJDUR, MA

Euro-Metali d.o.o.

***Sažetak:** Ovaj rad nastojati prepoznati značaj korištenja integriranog izvještavanja u praksi, uočiti sve njegove prednosti, nedostatke i ograničenja, te to iskoristiti u donošenju budućih poslovnih odluka kompanije koja svoje poslovanje želi prilagoditi stvarnim tržišnim uvjetima, u cilju održivog razvoja. Glavni cilj ovog rada jeste utvrditi da li i na koji način integrirano izvještavanje unapređuje informacijsku vrijednost i povećava kvalitet informiranja za ključne interesne grupe. Pri tome polazi se od pretpostavki da integrirano izvještavanje unapređuje informacijsku vrijednost i povećava kvalitet informiranja za ključne interesne grupe, da primjena integriranog izvještavanja daje doprinos kvalitetnijem odlučivanju ključnih interesnih grupa, pri čemu integrirani izveštaji imaju pozitivno djelovanje na sve interesne grupe, te da se masovnijom upotrebom integriranog izvještavanja podiže nivo društveno odgovornog poslovanja.*

***Ključne riječi:** Integrirano izvještavanje, poslovne odluke, interesne grupe, informacijska vrijednost, društveno odgovorno poslovanje*

***Abstract:** This paper aims to recognize the importance of using integrated reporting in practice, to identify all its advantages, disadvantages and limitations, and to use this in making future business decisions of a company that wants to adapt its business to real market conditions, with the aim of sustainable development. The main objective of this paper is to determine whether and how*

integrated reporting improves the information value and increases the quality of information for key stakeholders. The starting point is the assumption that integrated reporting improves the information value and increases the quality of information for key stakeholders, that the application of integrated reporting contributes to better decision-making by key stakeholders, where integrated reports have a positive effect on all stakeholders, and that the more widespread use of integrated reporting raises the level of socially responsible business.

Key words: *Integrated reporting, business decisions, interest groups, information value, socially responsible business*

UVOD

Integrirano izvještavanje je oblik izvještavanja koji pored klasičnih informacija o finansijama nudi i informacije nefinancijskog karaktera. Iako se spominje i ranije, današnji oblik je rezultat Međunarodnog odbora za izvještavanje (engl. International Integrated Reporting Council – IIRC) koji je osnovan 2010. godine i koji okuplja predstavnike iz investicijskih, računovodstvenih, regulatornih, akademskih i drugih sektora kao i pripadnike civilnog društva, te nastoji stvoriti globalizirano prihvaćeni okvir za izvještavanje o stvaranju vrijednosti preduzeća.¹ S obzirom da je ovaj tip izvještavanja relativno novijeg datuma, njegova primjena je u stalnom porastu, pogotovo u razvijenim zemljama, a puna ekspanzija u primjeni se očekuje u skorijoj budućnosti. Rezultati istraživanja koje je provelo Međunarodno vijeće za integrirano izvještavanje pokazali su da je tijekom posljednjih nekoliko godina na globalnom nivou značajno povećan broj preduzeća koja su započela s objavljivanjem integriranih izvještaja, te da usvajanje integriranog izvještavanja dovodi do boljeg razumijevanja načina na koji preduzeća stvaraju vrijednost.² U radu će se nastojati prepoznati značaj korištenja integriranog izvještavanja u praksi, uočiti sve njegove prednosti, nedostatke i ograničenja, te to iskoristiti u donošenju budućih poslovnih odluka kompanije koja svoje poslovanje želi prilagoditi stvarnim tržišnim uvjetima, u cilju održivog razvoja. Glavni cilj ovog rada jeste utvrditi da li i na koji način integrirano izvještavanje unapređuje informacijsku vrijednost i povećava kvalitet informiranja za ključne interesne grupe. Pri tome polazi se od pretpostavki da integrirano izvještavanje unapređuje informacijsku vrijednost i povećava kvalitet informiranja za ključne interesne grupe, da primjena integriranog izvještavanja daje doprinos kvalitetnijem odlučivanju ključnih interesnih grupa, pri čemu integrirani izveštaji imaju pozitivno djelovanje na sve interesne grupe,

1 Krivačić D, Antunović M, (2018). Nefinancijsko izvještavanje: novi izazov za korporativne računovodstvene sustave, Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku, No. 3-4, str. 83-98

2 International Integrated Reporting Council (IIRC) (2014), The International Integrated Reporting Framework Dostupno na: <http://integratedreporting.org/wp-content/uploads/2013/12/13-12-08-THE-INTERNATIONAL-IRFRAMEWORK-2-1.pdf> (02.07.2023.)

te da se masovnijom upotrebom integriranog izvještavanja podiže nivo društveno odgovornog poslovanja.

INTEGRIRANO IZVJEŠTAVANJE I INTERESNE GRUPE

Korporativna komunikacija se može okarakterizirati kao funkcija upravljanja koja je odgovorna za nadzor i koordinaciju rada kojeg obavljaju komunikacijski stručnjaci, vrlo često komunikolozi, u različitim stručnim područjima kao što su odnosi s medijima, odnosi s javnošću i interna komunikacija. Korporativna komunikacija uključuje širok spektar upravljačkih funkcija kao što su planiranje, koordinacija i savjetovanje izvršnih direktora i vrhovnog menadžmenta preduzeća, ali također i taktičke vještine potrebne za proizvodnju i diseminaciju poruke stakeholderima.³ Obuhvata sve značajne komunikacijske procese kojima se realizira doprinos prema zadanim ciljevima tržišno orijentiranim subjektima. Takvi procesi posebno doprinose kvaliteti interne i eksterne koordinacije djelovanja, te saradnji po pitanju usklađivanja interesa između preduzeća i njegovih interesnih grupa.⁴

Analizirajući date definicije korporativne komunikacije, može se istaći sljedeće:⁵

- Korporativna komunikacija je funkcija upravljanja koja se u skladu sa korporativnom strategijom bavi aktivnostima organizacije poslovne komunikacije,
- Integrira unutarnje i vanjske komunikacijske aktivnosti vezane za rad na korporativnom imidžu i reputaciji,
- Sve spomenute aktivnosti odvijaju se u odnosu s unutarnjim i vanjskim interesno značajnim grupama.

Interna komunikacija podrazumijeva komunikaciju s internim utjecajno interesnim grupama (zaposlenici, suradnici, vlasnici), dok eksternu korporativnu komunikaciju čine tržišne komunikacije i odnosi s javnošću, odnosno one komunikacijske aktivnosti prema svim interesno utjecajnim grupama koje su ekonomskim ili tržišnim razlozima povezane s organizacijom (kupci, dobavljači i konkurentske organizacije).⁶

3 Cornelissen J, (2004), *Corporate Communications: Theory and Practice*, SAGE Publications, Inc., London, str. 19

4 Zerfaß A, Huck S, (2007), *Innovation, Communication, and Leadership: New Developments in Strategic Communication*. *International Journal of Strategic Communication*, 1, str. 107-122

5 Mazzei A, (2014), *A multidisciplinary approach for a new understanding of corporate communication*. *Corporate Communications: An International Journal*, Vol. 51 No. 2, str. 216-230

6 Zerfaß, A. Huck, S. (2007). *op.cit.*, str. 107-122

Tabela 1. Funkcije komunikacije

KONTROLIRANJE (standardizirane kontrole nad zaposlenicima)=	MOTIVIRANJE (stimuliranje zaposlenika i feedback)
EMOCIONALNO IZRAŽAVANJE (omogućavanje izražavanja osjećaja zaposlenika u socijalnoj interakciji)	INFORMIRANJE (prijenos podataka nužan za odlučivanje)

Izvor: Jurković Z, (2012), *Važnost komunikacije u funkcioniranju organizacije*, *Ekonomski vjesnik: Review of Contemporary Entrepreneurship, Business, and Economic Issues*, Vol. 25, No. 2, str. 387-399

Interesne grupe

Interesne grupe se mogu definirati kao pojedinci, grupe pojedinaca ili organizacija koji utječu ili na koje utječu aktivnosti, proizvodi ili usluge organizacije i/ili s njima povezana učinkovitost vezana uz pitanja koja treba zajednički rješavati. Uključenost interesnih grupa temeljni je mehanizam odgovornosti, s obzirom da obavezuje organizacije na njihovo uključivanje u prepoznavanje, razumijevanje i rješavanje pitanja i problema održivosti, kao i na izvještavanje, objašnjavanje i odgovaranje interesnim grupama za odluke, akcije i ostvarene ishode.⁷ Interesne grupe s pravom očekuju da će preduzeća zaštititi sve oblike kapitala - finansijske, prirodne, ljudske, intelektualne i društvene. Samo usvajanjem ovakvog pristupa može se usaditi povjerenje javnosti i pouzdanost koje su jako bitne za zdravlje globalne ekonomije.⁸ Svaka interesna grupa zahtijeva informacije koje će im pomoći u odlučivanju ili im osigurati način za ostvarenje prava na informacije o korporativnim aktivnostima i utjecajima na okoliš.⁹ Interesne grupe se mogu promatrati kao primarne i sekundarne, odnosno interne i eksterne. Primarni su oni koji imaju direktan utjecaj i opipljive interese (to su vlasnici, menadžeri, zaposlenici, kupci, dobavljači i krajnji potrošači), te su presudni za postojanje i uspjeh, dok su sekundarni oni koji imaju indirektan

7 AccountAbility, (2015), AA1000 Stakeholder Engagement Standard, Dostupno na: https://www.accountability.org/wp-content/uploads/2016/10/AA1000SES_2015.pdf (01.08.2023.)

8 ACCA, (2017), Insights into Integrated Reporting, Dostupno na: http://www.accaglobal.com/content/dam/ACCA_Global/Technical/integrate/pi-insights-into-ir.pdf (29.07.2023.)

9 Schaltegger S, Burritt R, (2000), *Contemporary Environmental Accounting – Issues, Concepts and Practice*, Sheffield: Greenleaf Publishing, str. 65

utjecaj (konkurenti, javnost, mediji, javna uprava i društvo kao cjelina).¹⁰

Pri detektiranju relevantnih interesnih grupa u obzir je potrebno uzeti obim uključivanja, a prema Standardu AA1000SES (Account Ability) treba uzeti u obzir i sljedeće karakteristike interesnih grupa:¹¹

- Ovisnost o poslovnom subjektu (pojedinci ili grupe koje su direktno ili indirektno ovisne o aktivnostima, proizvodima ili uslugama poslovnog subjekta i s time povezanim performansama ili oni o kojima je poslovni subjekt ovisan u svom poslovanju),
- Odgovornost (pojedinci i grupe prema kojima poslovni subjekt ima ili bi u budućnosti mogao imati pravnu, trgovačku, operativnu ili etičku/moralnu odgovornost),
- Tenzije (pojedinci ili grupe kojima promptno treba obratiti pažnju s obzirom na finansijska, ekonomska, društvena i pitanja okoliša),
- Utjecaj (pojedinci i grupe koji imaju utjecaj na strateško i operativno odlučivanje),
- Različite perspektive (pojedinci ili grupe čija različita stajališta dovode do drugačijeg razumijevanja situacije i prilika za djelovanje).

Uključivanje interesnih grupa se sprovodi u fazama, odnosno razvija se kroz generacije. Prema Morris i Baddache, proces uključivanja interesnih grupa se sastoji od pet faza:¹²

- Donošenje strategije uključivanja (definiranje vizije i obima uključenosti),
- Mapiranje interesnih grupa (definiranje kriterija za utvrđivanje ključnih interesnih grupa, te odabir mehanizama uključivanja),
- Priprema,
- Uključivanje (omogućavanje izražavanja zahtjeva i zajedničko rješavanje uočenih problema),
- Donošenje akcijskog plana (temeljem povratnih informacija, revidiraju se postojeći planovi, provjeravaju ciljevi i osmišljavaju buduće akcije).

Uključivanje interesnih grupa potrebno je strateški osmisliti i sistemski provoditi, kako bi se generirala vrijednost poslovnim subjektima, ali i samim interesnim grupama. Preduzeća trebaju prihvatiti uključenost interesnih grupa kao poslovnu strategiju, ne kao samostalan proces, već kao filozofiju poslovanja.¹³

10 Bačun D, Matešić M, Omazić M. A, (2012), Leksikon održivog razvoja, Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj, Zagreb, str. 40

11 AccountAbility, (2015), AA1000 Stakeholder Engagement Standard, Dostupno na: https://www.accountability.org/wp-content/uploads/2016/10/AA1000SES_2015.pdf (28.07.2023.)

12 Morris J, Baddache F, (2012), Back to basics: How to make stakeholder engagement meaningful for your company, Business for Social Responsibility, str. 5

13 O'Neill R, (2018), Common threads – Designing impactful engagement, London, New York i San Francisco Sustain Ability, str. 81. Dostupno na: <https://sustainability.com/wp-content/uploads/2018/11/sa-common-threads-full-report.pdf> (01.08.2023.)

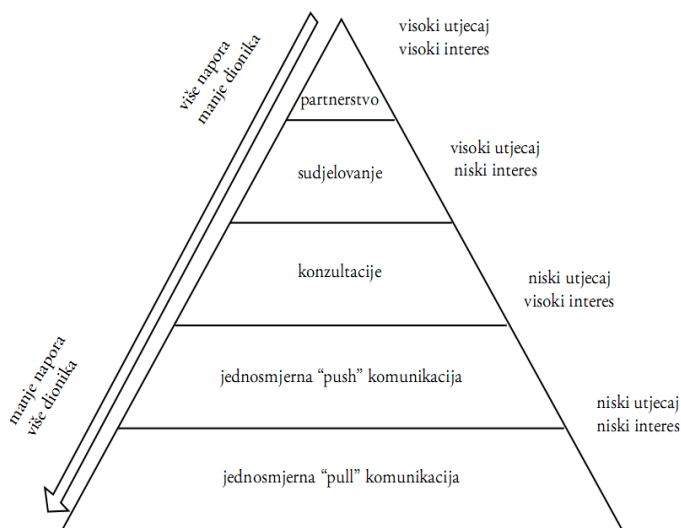
Tabela 2. Matrica interesnih grupa

Tablica 2. Matrica dionika (prema Department of Environment, Land, Water and Planning, 2015:120)

		Važnost dionika			
		Nepoznata važnost	Mala važnost ili je nema	Određena važnost	Značajna važnost
Utjecaj dionika	Značajan utjecaj	C		A	
	Određeni utjecaj				
	Mali utjecaj ili ga nema	D		B	
	Nepoznat utjecaj				

Izvor: Department of Enviroment, Land, Water and Planning (2015). str. 120

Slika 1. Odnos utjecaja interesnih grupa i pristupa njihove uključenosti



Izvor: Krivačić D, (2020), *Uključenost dionika u proces izvještavanja o održivosti*, Soc. ekol. Zagreb, Vol. 29, No. 2, str. 227-234

Komunikacija preduzeća i interesnih grupa

Kada se govori o interesnim grupama, bitno je pomenuti i korporativnu društvenu odgovornost kao koncept prema kojem preduzeće na dobrovoljnom principu integrira brigu o društvenim pitanjima zaštite okoliša u svoje poslovne aktivnosti i odnose s interesnim grupama. Komunikacija društveno odgovornog poslovanja ima pozitivan utjecaj na stavove i ponašanja interesno utjecajnih grupa. Na kredibilitet komunikacije i učinkovitosti, te na ponašanja i stavove

istih interesno utjecajnih grupa utječe izvor poruke. Kada se poruke promatraju kao interaktivne, tada se kredibilitet poruke i identifikacija s kompanijom povećavaju.¹⁴ Sažeto se može naglasiti da korporativna društvena odgovornost, njen razvoj i primjena doprinose:¹⁵

- Jačanju korporativnog imidža,
- Povećanju privlačnosti za ulaganje kapitala,
- Povećanju produktivnosti,
- Smanjenju troškova poslovanja,
- Pобољšavanju konkurentске pozicije na tržištu,
- Reputacijiodgovornog privrednog subjekta,
- Boljim rezultatima poslovanja,
- Lakše upošljavanje kvalitetnih kadrova čija je fluktuacija minimalna,
- Smanjivanju korupcije,
- Uspostavljanju dobrih odnosa sa lokalnim vlastima,
- Usavršavanju tržišne komunikacije.

ZNAČAJ INTEGRIRANOG IZVJEŠTAVANJA ZA INTERESNE GRUPE

Očekivanja i potrebe interesnih grupa svakako su u samoj osnovi sastavljanja izvještaja o održivosti. Kroz ove izvještaje potrebno je uravnotežiti potrebe i zahtjeve interesnih grupa za koje se zna da će koristiti izvještaje sa potrebama šireg kruga interesnih grupa, čiji interesi poslovnom subjektu nisu potpuno poznati. Pristup treba biti dovoljno učinkovit kako bi se osiguralo pravilno shvaćanje informacijskih potreba interesnih grupa, te što bolju iskoristivost inputa, odnosno potreba interesnih grupa. Veća uključenost interesnih grupa i njihovih sugestija u izradi izvještaja povećava njihovu vjerodostojnost i pozitivno utječe na njihovu korisnost, kao i na povjerenje istih prema poslovnom subjektu. Strategija korporativne komunikacije dio je funkcionalne strategije menadžmenta i osigurava poslovnom sistemu pravac daljeg rasta i razvoja. Zasniva se na temeljnim vrijednostima poslovnog sistema (viziji, misiji, korporativnoj kulturi, klimi, brendu, javnosti, komunikaciji, integraciji i dobroj poslovnoj praksi) sa akcentom na procjenu okruženja i mogućnostima koje ono pruža.¹⁶ Nefinansijsko izvještavanje, odnosno izvještavanje o održivosti povećava disciplinu i pomaže preduzeću u promišljanju o dugoročnoj viziji i njezinom definiranju, kao i u podizanju svijesti o praksi održivosti kroz čitavu organizaciju.¹⁷ Kako bi mogli

14 Božić B, (2019), Društveno odgovorno poslovanje uspješnih kompanija u Hrvatskoj, Sveučilište u Zagrebu, Studiji odsjek za komunikologiju, Diplomski rad, Sveučilište u Zagrebu, str. 22

15 Ciriković E, (2012), Značaj korporativne društvene odgovornosti za savremeno poslovanje, BH ekonomski forum, str. 139

16 Krivačić D, (2020), op. cit., str. 227-234

17 ACCA (2013), The Business Benefits of Sustainability Reporting in Singapore, Association of Chartered Certified Accountants, str. 6, <http://www.accaglobal.com/content/dam/acca/global/PDF-technical/other-PDFs/sustainability-roundtable.pdf> (08.08.2023.)

utjecati na ponašanje preduzeća, interesne grupe moraju biti svjesne vlastite moći i snage svog utjecaja. Opasnost može biti ako neke interesne grupe vlastite interese smatraju toliko važnima da svojim utjecajem ugrožavaju opravdane poslovne ciljeve preduzeća. Njihova snaga pritom je definirana odnosom i mogućnostima pritiska na preduzeće, pa su kod različitih interesnih grupa prisutne:¹⁸

- Snaga glasanja – podrazumijeva da dionik ima legitimno pravo da glasa unutar tijela društva tj. preduzeća,
- Ekonomska snaga - posjeduju je kupci, dobavljači i distributeri koji imaju direktan ekonomski utjecaj na poslovanje preduzeća,
- Politička snaga - oblikujući pravnu legislativu i provodeći regulaciju zakonskih odredbi, država definira okvir djelovanja društva i njegovih privrednih subjekata.

Zaštita na radu i sigurnost procesa

U cilju proučavanja i rješavanja problema rada i socijalne politike u međunarodnim razmjerama, te poboljšanja uvjeta rada i života, osnovana je Međunarodna organizacija rada. Kao pravni sljednik, odnosno država sukcesor bivše SFRJ, Bosna i Hercegovina je članica MOR-a od 1993. godine, kada je izvijestila Generalnog direktora Međunarodnog ureda rada o prihvatanju obaveza iz Ustava MOR-a. Bosna i Hercegovina je ratificirala ukupno 83 konvencije Međunarodne organizacije rada, od kojih je 65 na snazi, te jedan protokol MOR-a. Kao posebni ciljevi Međunarodne organizacije rada bi se mogli istaći sljedeći:¹⁹

- Puna zaposlenost, povećanje životnog standarda i pravična zarada;
- Proširivanje prava na kolektivno pregovaranje;
- Saradnja menadžmenta i zaposlenih u cilju povećanja produktivnosti;
- Saradnja radnika i poslodavaca u pripremi i primjeni socijalnih i ekonomskih mjera;
- Proširenje socijalne sigurnosti, itd.

Prema statističkim podacima Međunarodne organizacije rada iz 2017. godine, godišnje se desi 2,78 miliona nesreća sa smrtnim ishodom, odnosno svakoga dana skoro 7.700 ljudi umre od bolesti ili povreda koje su u vezi s radom. Također, svake godine se evidentira 374 miliona povreda i bolesti koje nemaju fatalan ishod, a koje su povezane s radom, što rezultira produženim odsustvom s posla.²⁰ Svaka radna organizacija mora imati kao imperativ brigu o zdravlju i zdravstvenim potrebama radnog kolektiva. Zdravlje, sigurnost i zaštita se

18 Frederick W. C, Post J. E, Davis K, (1992), Business and society: corporate strategy, public policy, ethics 7, izd. McGraw Hill, New York, str. 14

19 Ministarstvo civilnih poslova Bosne i Hercegovine, Dostupno na: <http://mcp.gov.ba/publication/read/kolektivno-pregovaranje-i-medjunarodna-organizacija-rada?pageId=0&lang=bs> (18.07.2023.)

20 Institut za standardizaciju Bosne i Hercegovine, Dostupno na: <https://isbih.gov.ba/hr/p/vijesti/objavljen-je-standard-iso-45001> (15.07.2023.)

smatraju značajnim faktorima pri radu, te je neophodna aktivna saradnja zaposlenih sa menadžmentom kroz formulirane mjere i politike, u cilju osiguranja i unapređenja zdravlja i sigurnosti radne snage. Uvjeti pod kojima se obavlja rad vrlo su važan faktor zaostvarivanje optimalnih rezultata u proizvodnji. Vrlo često u Bosni i Hercegovini briga o radnim uvjetima nije na onom nivou na kojem bi trebalo da budu, često ne poštujući ni zakonske minimume, tako da izazov pred poslodavcima treba da bude ispunjavanje propisanih standarda i približavanje uvjeta rada onim koji imaju radnici u visokorazvijenim zemljama svijeta.

Klimatske promjene

Prije više od 120 godina Arrhenius je prvi izračunao učinak povećanja koncentracije ugljičnog dioksida (CO₂) u atmosferi i predvidio da će udvostručenje CO₂ dovesti do povećanja prosječnih globalnih temperatura od 5°C do 6°C, što je prilično blisko trenutnim projekcijama, međutim, procijenio je „da će trebati još tri hiljade godina izgaranja fosilnih goriva kako bi se postiglo udvostručenje CO₂“.²¹ Brojni autori ukazuju da klimatske promjene potiču iz prirode, „ali svoje uzroke imaju u ekonomskom, kulturnom i političkom sistemu koji se širi svijetom“.²² Šokovi uzrokovani klimatskim promjenama su po mnogo čemu specifični, te mogli bi se istaći sljedeći:²³

- Dalekosežan utjecaj širine i veličine - klimatske promjene će utjecati na sve sektore u privredi (kućanstva, preduzeća i države) i sve zemlje.
- Predvidljiva priroda - dok su tačan ishod, vrijeme, horizont neizvjesni, postoji visok stepen vjerovatnosti da će rizik ostvariti u budućnosti.
- Nepovratnost - utjecaj klimatskih promjena određen je koncentracijom stakleničkih plinova u atmosferi i trenutno nema tehnologije koja bi preokrenula taj proces.
- Zavisnost o kratkoročnim radnjama - veličina i priroda budućih utjecaja određena je akcijama koje su preduzete danas.

Bitno je pomenuti finansijske rizike povezane s klimatskim promjenama, te se odnose se na skup potencijalnih rizika koji mogu nastati uslijed klimatskih promjena i koji bi mogli potencijalno utjecati na sigurnost pojedinih finansijskih institucija i imati šire implikacije na finansijski i bankarski sistem.²⁴

21 Leiserowitz A, (2007), Communicating the risks of global warming: American risk perceptions, affective images, and interpretive communities, In S. C. Moser & L. Dilling (Eds.), Creating a climate for change: Communicating climate change and facilitating social change, str. 44-63

22 Ančić B, Puđak J, Domazet M, (2016), Vidimo li klimatske promjene u Hrvatskoj? Istraživanje stavova o nekim od aspekata klimatskih promjena u hrvatskom društvu, Hrvatski meteorološki časopis, Vol. 51, str. 27-45

23 NGFS, (2019), A call for action: Climate change as a source of financial risk, First comprehensive report, Network for Greening the Financial System, str. 12-13

24 BIS, (2020), Climate-related financial risks: a survey on current initiatives, Basel Committee on Banking Supervision, str. 1

Fizički rizici uzrokovani klimatskim promjenama su opisani kao oni rizici koji mogu utjecati na finansijsku stabilnost direktno kroz česte ili teže katastrofe, vremenske događaje i postupne klimatske promjene. Kad se fizički rizici materijaliziraju oni mogu uzrokovati imovinsku štetu, narušiti ekonomiju (npr. trgovinu) ili snažno uništiti kolateral i vrijednost imovine. Gubici vrijednosti mogu biti nagli, posebno u područjima osjetljivim na klimatske promjene.²⁵ Fizički rizici proizlaze iz direktnih utjecaja klimatskih promjena poput suša, poplava, oluja i porasta nivoa mora, tako da su tim poremećajima posebno izložene grane poput poljoprivrede, ribarstva, šumarstva, zdravstva, turizama, poslovanje nekretninama, osiguranja i sl.²⁶

Kaufland u svom poslovanju provodi različite mjere za zaštitu okoliša i klime. Neke od aktivnosti u Kauflandovom poslovanju usmjerene na očuvanje okoliša su:²⁷

- Energetski menadžment - cilj je potaknuti energetski osviješteno djelovanje zaposlenika, povećati energetsku učinkovitost nekretnina i održivo upravljanje poslovnica u najvećoj mogućoj mjeri. Pomoću softverskog menadžment sistema moguće je pratiti energetske tokove poslovnica, logističkog centra i zgrade uprave. Osim toga, moguće je identificirati potencijale za uštedu te kontinuirano pratiti uspješno uvedene mjere za uštedu energije.
- Praćenje emisije stakleničkih plinova i njihova analiza - mjeri se ugljični otisak Kauflanda.
- Praćenje potrošnje vode u Kauflandovim poslovnica, centrali i logistici kako bi se postiglo efikasno korištenje iste.
- Upravljanje otpadom - kroz dobro upravljanje otpadom, Kaufland smanjuje rizik opasnosti istoga po ljudsko zdravlje, rizik od onečišćenja tla, vode i zraka te rizike od različitih nezgoda.

Ljudski resursi

Važnost ljudskih resursa ogleda se i u nizu specifičnosti menadžmenta ljudskih resursa u odnosu prema drugim organizacijskim djelatnostima i funkcijama, i to su:²⁸

- Ljudi, njihove vještine, znanja, kreativne i druge sposobnosti, specifični odnosi, klima, te općenito praksa upravljanja ljudskim potencijalima,

25 Coleton A, Font Brucart M, Gutierrez P, Le Tennier F, Moor C, (2020). Sustainable Finance: Market Practices - EBA Staff Paper Series, European Banking Authority, str. 19

26 Labatt S, White R. R, (2007), Carbon Finance: The Financial Implications of Climate Change. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, str. 13

27 Kaufland, (2020), Izvještaj o održivosti, str. 48-56. Dostupno na: https://media.kaufland.com/images/PPIM/AP_MarketingDocument/hrv/35/98/Asset_8083598.pdf (10.12.2023.)

28 Bahtijarević-Šiber F, (1999), Menadžment ljudskih potencijala, Golden Marketing, Zagreb, str. 24-28

- Visoka ovisnost kvalitete obavljanja svih ostalih funkcija i ukupne organizacijske uspješnosti o kvaliteti ljudi i upravljanja ljudskim resursima,
- Menadžment ljudskim resursima specifičan je i po svojim dugoročnim (pozitivnim ili negativnim) učincima za razvoj i uspješnost organizacije,
- Neograničena unutrašnja sposobnost razvoja i sposobnost samoreprodukcije,
- Specifičnost ulaganja u razvoj i korištenje ljudskih resursa, gdje se razvoj više odnosi na socijalne nego ekonomske investicije,
- Veliki nesrazmjer ulaganja i efekata - postignuti ekonomski efekti uvelike premašuju vrijednost ulaganja, jer je ulaganje u ljude najrentabilnija investicija,
- Menadžment ljudskih resursa primarna je, a ne infrastrukturna menadžerska i poslovna funkcija, kao primjerice računovodstvo ili marketing,
- Djelatnost menadžmenta ljudskih resursa ne može se ograničiti na jednu poslovnu funkciju i organizacijsku jedinicu koja bi je vodila i realizirala,
- Činjenica je da je najteže i najsloženije rješavati „ljudske probleme“ - zbog individualnosti i jedinstvenosti svakog zaposlenika ne postoji mogućnost unificiranja i nalaženja jednog rješenja za sve, već se traži individualan i specifičan pristup,
- Presudni utjecaj top menadžmenta, njegovih uvjerenja i stavova na opšti pristup i kvalitetu djelatnosti.

Upravljanje ljudskim resursima

McCourt i Eldridge su definirali upravljanje ljudskim resursima kao “način na koji organizacije upravljaju svojim osobljem i utječu na njihov razvoj i usavršavanje.”²⁹ Može se reći da upravljanje ljudskim resursima ima svoje osnove u:³⁰

- Psihologiji - kada se govori o čovjeku, njegovoj ličnosti, ponašanju, motivaciji, ambicijama, procesima učenja, odnosima u grupi, međusobnim odnosima među zaposlenicima, međusobnim odnosima zaposlenika i nadređenih, međusobnim odnosima između službenika u javnom sektoru i građanima i sl.

- Teoriji upravljanja i organizaciji - predstavljaju okvir i oslonac za razvoj upravljanja ljudskim resursima, pogotovo što se tiče pitanja sistema, strukture i vodstva.

- Ergonomiji - kao nauka o odnosima čovjeka i rada, te prilagođavanju rada čovjeku.

29 McCourt W, Eldridge D, (2003), Global Human Resource Management, UK: Edward Elgar, Cheltenham, str. 2

30 Pržulj Ž, (2002), Menadžment ljudskih resursa, Institut za razvoj malih i srednjih preduzeća, Beograd, str. 2

- Ekonomiji - koncept upravljanja ljudskim resursima, nastao je u okviru ekonomskih teorija, sa svrhom povećanja učinkovitosti, efektivnosti i konkurentnosti organizacija.

- Sociologiji – organizacija predstavlja “društvo u malom”, tako u razumijevanju mnogih oblika bitnih za upravljanje ljudskim resursima koriste se spoznaje koje pruža sociologija.

- Antropologiji –kao nauci koja proučava fizičke osobine čovjeka, njezine su spoznaje posebno aktualne u zadnje vrijeme u okviru usredotočenosti organizacione teorije na kulturu organizacije.

- Andragogiji - u konceptu organizacije koja se stalno razvija, svaki pojedinac, odnosno zaposlenik ima potrebu za vlastitim razvojem kroz procese obrazovanja i obuke, pri čemu se spoznaje andragogije koriste u integraciji individualnog obrazovanja u procesu organizacionog učenja i razvoja.

- Medicini rada - za ostvarivanje ciljeva bilo koje organizacije potrebni su fizički i psihički zdravi ljudi. Utjecaj radne sredine i vanjskih faktora na fizičko i psihičko zdravlje ljudi, zaštita na radu i profesionalne bolesti predmet su medicine rada.

- Pravu - odnosi poslodavaca i zaposlenika regulirani su zakonskim propisima radnog prava, pa na taj način pravo i njegove odredbe predstavljaju polazište u mnogim procesima kao što su zapošljavanje, plaće, beneficije, a naposljetku i otpuštanje.

Žugaj navodi da je razvoj ljudskih resursa sastavljen od tri komponente i to:

- Individualni razvoj - odnosi se na usvajanje novih znanja, umijeća i sposobnosti pojedinca vezano uz posao koji obavlja,
- Profesionalno napredovanje i razvoj pojedinca - odnosi se na planirane napore i pojedinca i organizacije u cilju optimalizacije interesa pojedinca i organizacije,
- Razvoj organizacije - usmjereno je na razvoj novih rješenja za poboljšanje rezultata i zdravijih inter i intra-organizacijskih odnosa.³¹

Društvena zajednica

Sudjelovanjem u društveno odgovornim aktivnostima, preduzeća mogu ostvariti velike koristi ne samo za društvo već i za čitavu organizaciju kao cjelinu. Smatra se da se može prikupiti više sredstava za neku dobrotvornu svrhu, da se može snažnije informirati javnost i podići svijest građana o problemima zajednice unutar koje se nalazi, nego što se to moglo bez pomoći organizacije. Uz koristi koje zajednica dobiva od povezivanja organizacije s društvenim ciljem i sama organizacija profitira jačanjem pozicije brenda.³²

31 Žugaj M, (1991), O razvoju ljudskih resursa. Journal of Information and Organizational Sciences, Vol. 15, str. 247-261

32 Glavočević A, Radman Peša A, (2013), Društveno odgovorno poslovanje i CRM kao način integriranja društvene odgovornosti u marketinške aktivnosti, Oeconomica Jadertina, Vol. 2, Zadar,

Iz saradnje etike i ekonomije u dvadesetom stoljeću razvila se nova naučna disciplina pod nazivom poslovna etika i naglasak njezinog istraživanja leži na moralnoj dimenziji poslovanja.³³ Temeljna načela poslovne etike jesu:³⁴

- **Načelo korisnosti** - prema ovom načelu smatra se da je djelovanje moralno ili ispravno jedino ukoliko povećava količinu dobara,
- **Načelo prava** - ako postoje prava, postoje i dužnosti onih koji moraju ili poštivati ta prava (ne ugrožavati pravo na slobodu i život drugog pojedinca) ili omogućiti ta prava (pravo na edukaciju, zdravstvenu skrb i sl.),
- **Načelo pravednosti** - odnosi se na raspodjelu postignutih dobara ili raspodjelu količine posla koji netko mora obaviti kako bi se do tih dobara došlo ili raspodjelu rizika.

Etika kao pojam u savremenom poslovnom svijetu, vrlo je često predmet različitih istraživanja, a glavni razlog tome jest činjenica da je etika jedan od ključnih faktora za dugoročni uspjeh preduzeća.³⁵ Za poslovnu etiku može se reći kako je spona između ekonomskih (korist, dobit, trošak, cijena, konkurencija i sl.) i etičkih vrijednosti (poštenje, pravda, iskrenost, vrijednost, povjerenje i sl.).

Održivost

Koncepcija održivosti ili održivi razvoj je jedna od osnovnih koncepcija ekonomije prirodnih resursa i životne sredine. Grgić i Bilas održivi razvoj definiraju kao održavanje osjetljive ravnoteže između ljudske potrebe za poboljšanjem životnog standarda i ostvarivanja boljitka s jedne strane i očuvanja prirodnih resursa i ekosistema o kojima ovisimo mi i buduće generacije, s druge strane.³⁶

EMPIRIJSKA ANALIZA REZULTATA

Empirijsko istraživanje o učincima integriranog izvještavanja provedeno je putem dva online anketna upitnika, za pravna i fizička lica. Anketni upitnik za pravna lica su popunile 63 osobe, dok je anketni upitnik za fizička lica popunilo 157 osoba. Prikupljeni su podaci i informacije o stavovima i mišljenjima pojedinaca i preduzeća na području Hercegovačko-neretvanskog kantona. Obzirom da skupina ispitanika nije selektivno birana, istraživanje se provelo na bazi slučajnog uzorka. Analiza rezultata se prikazala u SPSS-u.

str. 28-49

33 Koprek I, (2016), Ima li u ekonomiji mjesta za milosrđe?, Munus, Zagreb, str. 147

34 Krkač K, (2007), Uvod u poslovnu etiku i korporacijsku društvenu odgovornost, MATE, Zagreb, str. 63

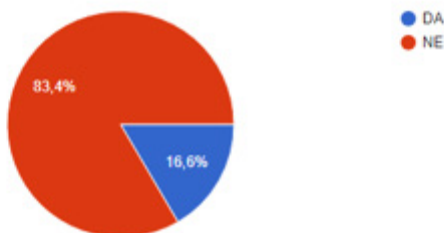
35 Marušić S, (1990), Motivacija za rad i profesionalni razvoj, Ekonomski institut Zagreb

36 Grgić M, Bilas V, (2008), Međunarodna ekonomija, Impressum, Zagreb, str. 256

U okviru ovog istraživanja provedene su dvije online ankete, jedna za pravna lica i jedna za fizička lica. Anketni upitnik za fizička lica sastojao se od 10 pitanja zatvorenog tipa sa unaprijed ponuđenim odgovorima. Anketni upitnik za pravna lica sadržavao 10 pitanja zatvorenog tipa i jedno pitanje otvorenog tipa gdje je ispitanik jasno mogao iskazati svoje mišljenje. Ispitana preduzeća su privredna i profitna. U nastavku će biti prikazani rezultati anketnog upitnika za određena pitanja koja cijenimo važnim za ovaj rad, budući da zbog propisanog obima rada sve rezultate nije moguće prikazati.

Slika 2. Pitanje br. 3 iz ankete za fizička lica

Da li znate šta je integrisano izvještavanje? Ukoliko je Vaš odgovor Ne, završili ste anketu!
157 odgovora



Izvor: Izrada autora

KOMENTAR: Na pitanje „Da li znate šta je integrirano izvještavanje?“ 131 ispitanik je odgovorio sa „Ne“, a 26 ispitanika je odgovorilo sa „Da“. Oni koji su se izjasnili da ne znaju šta je integrirano izvještavanje na ovom pitanju su završili anketu. Na ovome pitanju možemo zaključiti da veliki broj javnosti, preko 80% uzorka nije upoznato sa integriranim izvještavanjem, pa samim tim ni sa koristima i slabostima istih.

Slika 3. SPSS, Pitanje br. 4 iz ankete za fizička lica

Statistics					
Da li integrisano izvještavanje pomaže pri donošenju odluke?					
N	Valid	26			
	Missing	131			

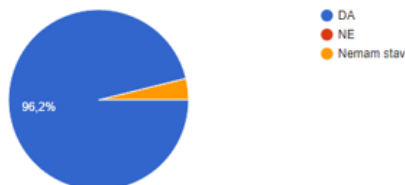
Da li integrisano izvještavanje pomaže pri donošenju odluke					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Da	25	15,9	96,2	
	Nemam stav	1	,6	3,8	
	Total	26	16,6	100,0	
Missing	System	131	83,4		

Izvor: Izrada autora

Slika 4. Pitanje br. 4 iz ankete za fizička lica

Ukoliko ste na prethodno pitanje odgovorili sa DA, da li integrirano izvještavanje pomaže pri donošenju odluka?

26 odgovora



Izvor: Izrada autora

KOMENTAR: 25 ispitanika je saglasno da integrirano izvještavanje pomaže pri donošenju odluka, dok se jedan ispitanik izjasnio da nema stav. Na osnovu ovoga možemo zaključiti da dio ispitanika koji je upoznat šta je integrirano izvještavanje, preko 80% upoznatih ispitanika, smatra da je korisno i pridaju važnost istom.

Slika 5. SPSS, Pitanje br. 5 iz ankete za fizička lica

Statistics

Da li integrirano izvještavanje za Vas daje pozitivnu sliku o poslovanju preduzeća?

N	Valid	Missing
	26	131

Da li integrirano izvještavanje za Vas daje pozitivnu sliku o poslovanju preduzeća?

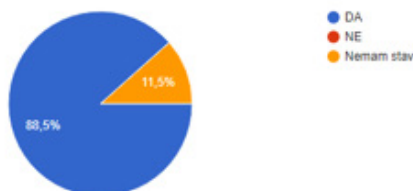
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Da	23	14,6	88,5	88,5
	Nemam stav	3	1,9	11,5	100,0
	Total	26	16,6	100,0	
Missing	System	131	83,4		
Total		157	100,0		

Izvor: Izrada autora

Slika 6. Pitanje br. 5 iz ankete za fizička lica

Da li integrirano izvještavanje za Vas daje pozitivnu sliku o poslovanju preduzeća?

26 odgovora



Izvor: Izrada autora

KOMENTAR: 23 ispitanika, odnosno 88,5% smatra da integrirano izvještavanje daje pozitivnu sliku o poslovanju preduzeća, dok 3 osob, odnosno 11,5 % nemaju stav.

Slika 7. SPSS, Pitanje br. 6 iz ankete za fizička lica

Statistics

Da li integrisano izvještavanje za Vas podiže nivo društveno odgovornog poslovanja?

N	Valid	26
	Missing	131

Da li integrisano izvještavanje za Vas podiže nivo društveno odgovornog poslovanja?

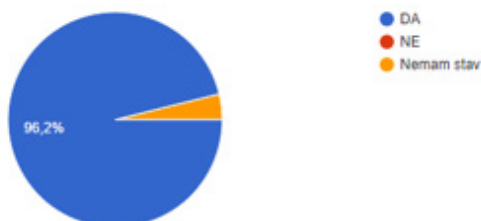
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Da	25	15,9	96,2	96,2
	Nemam stav	1	,6	3,8	100,0
	Total	26	16,6	100,0	
Missing	System	131	83,4		
Total		157	100,0		

Izvor: Izrada autora

Slika 8. Pitanje br. 6 iz ankete za fizička lica

Da li integrisano izvještavanje za Vas podiže nivo društveno odgovornog poslovanja?

26 odgovora



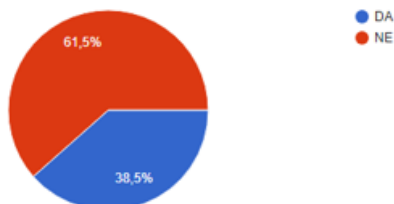
Izvor: Izrada autora

KOMENTAR: Na pitanje „Da li integrirano izvještavanje za Vas podiže nivo društveno odgovornog poslovanja?“, 96,2% ispitanika, odnosno njih 25 je odgovorilo sa „DA“, dok se jedan ispitanik izjasnio da nema stav.

Slika 9. Pitanje br. 7 iz ankete za fizička lica

Da li imate dostupne informacije o poslovnim subjektima koji egzistiraju u Vašem okruženju (planovi za proširenje djelatnosti, informaciju o uticaju na okoliš, planovi o zapošljavanju i sl)?

26 odgovora



Izvor: Izrada autora

Slika 10. Pitanje br. 7 iz ankete za fizička lica

Statistics

Da li imate dostupne informacije o poslovnim subjektima koji egzistiraju u Vašem okruženju?

N	Valid	26
	Missing	131

Da li imate dostupne informacije o poslovnim subjektima koji egzistiraju u Vašem okruženju?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Da	11	7,0	42,3	42,3
	Ne	15	9,6	57,7	100,0
	Total	26	16,6	100,0	
Missing	System	131	83,4		
Total		157	100,0		

Izvor: Izrada autora

KOMENTAR: Na osnovu odgovora na postavljeno pitanje, donosi se zaključak da 38,5% ispitanika, odnosno njih 10 imaju dostupne informacije o poslovnim subjektima koji egzistiraju u njihovom okruženju, dok 16 ispitanika koji čine 61,5% od ukupnog broja nemaju dostupne informacije. Ovim možemo doći do zaključka da veliki broj preduzeća nema dostupne adekvatne informacije o sebi koje su dostupne u javnom prostoru.

Slika 11. SPSS, pitanje br. 9 iz ankete za fizička lica

Statistics

Da li smatrate da takve informacije mogu doprinijeti boljem funkcionisanju Vašeg okruženja i sistemu općenito?

N	Valid	21
	Missing	136

Da li smatrate da takve informacije mogu doprinijeti boljem funkcionisanju Vašeg okruženja i sistemu općenito?

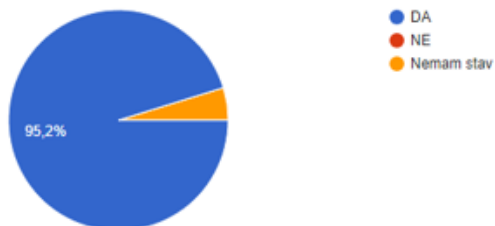
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Da	20	12,7	95,2	95,2
	Nemam stav	1	,6	4,8	100,0
	Total	21	13,4	100,0	
Missing	System	136	86,6		
Total		157	100,0		

Izvor: Izrada autora

Slika 12. Pitanje br. 9 iz ankete za fizička lica

Da li smatrate da takve informacije mogu doprinijeti boljem funkcionisanju Vašeg okruženja i sistemu općenito?

21 odgovor



Izvor: Izrada autora

KOMENTAR: Od ukupno 21 odgovora, 95,2% ispitanika, odnosno njih 20 smatra da informacije o poslovnim subjektima mogu doprinijeti boljem funkcionisanju okruženja, dok 1 ispitanik nema jasan stav na postavljeno pitanje.

Slika 13. SPSS, pitanje br. 10 iz ankete za fizička lica

Statistics		
Da li biste radije radili u preduzeću koje primjenjuje sistem integrisanog izvještavanja nego u preduzeću koje ima klasično standardno finansijsko izvještavanje?		
N	Valid	25
	Missing	132

Da li biste radije radili u preduzeću koje primjenjuje sistem integrisanog izvještavanja nego u preduzeću koje ima klasično standardno finansijsko izvještavanje?

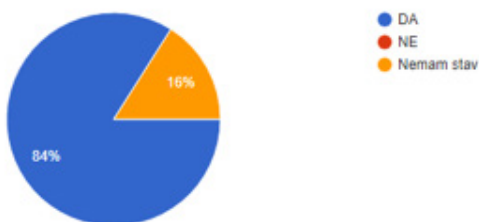
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Da	22	14,0	88,0	88,0
	Nemam stav	3	1,9	12,0	100,0
	Total	25	15,9	100,0	
Missing	System	132	84,1		
Total		157	100,0		

Izvor: Izrada autora

Slika 14. Pitanje br. 10 iz ankete za fizička lica

Da li biste radije radili u preduzeću koje primjenjuje sistem integrisanog izvještavanja nego u preduzeću koje ima klasično standardno finansijsko izvještavanje?

25 odgovora



Izvor: Izrada autora

KOMENTAR: Na deseto postavljeno pitanje odgovorilo je ukupno 25 ispitanika. 84% ispitanika, odnosno njih 21 se izjasnilo da bi radije radili u preduzeću koje primjenjuje sistem integriranog izvještavanja u odnosu na preduzeće koje ima klasično standardno finansijsko izvještavanje. Iz ovoga možemo zaključiti da preko 80% ispitanika koji su upoznati sa sistemom integriranog izvještavanja žele raditi u takvom preduzeću.

U nastavku su prikazani rezultati anketnog upitnika za pravna lica.

Slika 15. SPSS, pitanje br. 1 iz ankete za pravna lica

Statistics

U kojem sektoru djeluje Vaše preduzeće?

N	Valid	63
	Missing	0

U kojem sektoru djeluje Vaše preduzeće?

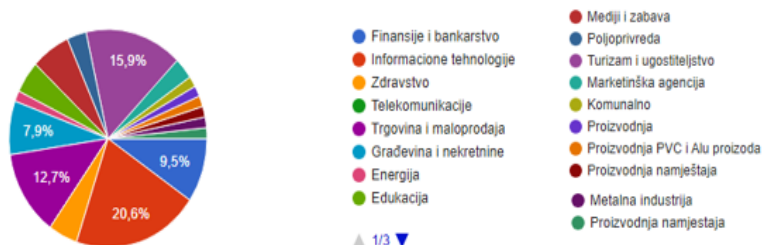
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Finansije i bankarstvo	6	9,5	9,5	9,5
	Informacione tehnologije	13	20,6	20,6	30,2
	Zdravstvo	3	4,8	4,8	34,9
	Trgovina i maloprodaja	8	12,7	12,7	47,6
	Građevina i nekretnine	5	7,9	7,9	55,6
	Energija	1	1,6	1,6	57,1
	Edukacija	3	4,8	4,8	61,9
	Mediji i zabava	4	6,3	6,3	68,3
	Poljoprivreda	2	3,2	3,2	71,4
	Turizam i ugostiteljstvo	10	15,9	15,9	87,3
	Komunalno	1	1,6	1,6	88,9
	Proizvodnja PVC i Alu proizvodi	1	1,6	1,6	90,5
	Proizvodnja	1	1,6	1,6	92,1
	Metalna industrija	1	1,6	1,6	93,7
	Proizvodnja namještaja	2	3,2	3,2	96,8
	Marketinška agencija	2	3,2	3,2	100,0
	Total	63	100,0	100,0	

Izvor: Izrada autora

Slika 16. Pitanje br. 1 iz ankete za pravna lica

U kojem sektoru djeluje Vaše preduzeće?

63 odgovora



Izvor: Izrada autora

KOMENTAR: Od ukupno 63 ispitanika u poljoprivrednom sektoru je zaposleno 2 ispitanika, 10 u turizmu, 2 radi u marketinškoj agenciji, 1 u komunalnom sektoru, 1 ispitanik je izabrao odgovor „PROIZVODNJA“, dok je jedan ispitanik odabrao „proizvodnja PVC i ALU proizvoda“, a dva ispitanika „proizvodnja namještaja“. Od preostalih ispitanika, najveći broj njih radi u trgovini i maloprodaji (8), informacionim tehnologijama (13), finansijama i bankarstvu (6), dok nešto manji broj ispitanika je izabrao metalnu industriju (1), zdravstvo (3), građevina i nekretnine (5), energija (1), edukacija (3) i mediji i zabava (4).

Slika 17. SPSS, pitanje br. 2 iz ankete za pravna lica

Statistics

Koliko je ukupan broj zaposlenih u Vašem preduzeću?

N	Valid	63
	Missing	0

Koliko je ukupan broj zaposlenih u Vašem preduzeću?

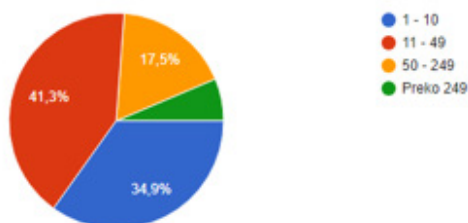
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-10	22	34,9	34,9	34,9
	11-49	26	41,3	41,3	76,2
	50-249	11	17,5	17,5	93,7
	Preko 249	4	6,3	6,3	100,0
	Total	63	100,0	100,0	

Izvor: Izrada autora

Slika 18. Pitanje br. 2 iz ankete za pravna lica

Koliko je ukupan broj zaposlenih u Vašem preduzeću?

63 odgovora



Izvor: Izrada autora

KOMENTAR: Najveći broj ispitanika, odnosno njih 26, je odgovorio da je u njihovom preduzeću ukupan broj zaposlenih u intervalu od 11-49. 22 ispitanika su izabrao odgovor „1-10“, a 11 ispitanika odgovor „50-249“, dok su četiri ispitanika odgovorila da je ukupan broj zaposlenika u njihovom preduzeću preko 249. Iz ovoga možemo zaključiti da preko 75% ispitanih preduzeća ima do 49 radnika odnosno da spadaju u mala i srednja preduzeća.

Slika 19. SPSS, pitanje br. 3 iz ankete za pravna lica

Statistics

Da li Vaše preduzeće primjenjuje sistem integrisanog izvještavanja?

N	Valid	63
	Missing	0

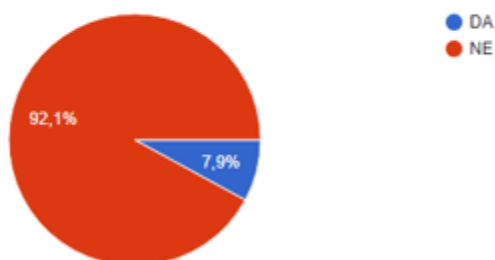
Da li Vaše preduzeće primjenjuje sistem integrisanog izvještavanja?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Da	5	7,9	7,9	7,9
	Ne	58	92,1	92,1	100,0
Total		63	100,0	100,0	

Izvor: Izrada autora

Slika 20. Pitanje br. 3 iz ankete za pravna lica
 Da li Vaše preduzeće primjenjuje sistem integrisanog izvještavanja? Ako je Vaš odgovor Ne, završili ste anketu!

63 odgovora



Izvor: Izrada autora

KOMENTAR: Na postavljeno pitanje „Da li Vaše preduzeće primjenjuje sistem integriranog izvještavanja?“ 5 ispitanika je izabralo odgovor „Da“, a 58 ispitanika odgovor „Ne“. Ispitanici čije preduzeće ne primjenjuje sistem integriranog izvještavanja završili su anketni upitnik na ovom pitanju. Iz ovoga možemo zaključiti da jako mali broj anketiranih preduzeća, manje od 10%, koristi sistem integriranog izvještavanja, odnosno da se on jako slabo koristi u Bosni i Hercegovini.

Slika 21. SPSS, pitanje br. 5 iz ankete za pravna lica

Statistics

Koji su glavni razlozi za primjenu sistema integriranog izvještavanja?

N	Valid	5
	Missing	58

Koji su glavni razlozi za primjenu sistema integriranog izvještavanja?

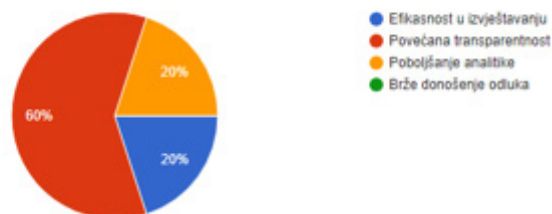
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Efikasnost u izvještavanju	1	1,6	20,0	20,0
	Povećana transparentnost	3	4,8	60,0	80,0
	Poboljšane analitike	1	1,6	20,0	100,0
	Total	5	7,9	100,0	
Missing	System	58	92,1		
Total		63	100,0		

Izvor: Izrada autora

Slika 22. Pitanje br. 5 iz ankete za pravna lica

Koji su glavni razlozi za primjenu sistema integriranog izvještavanja?

5 odgovora



Izvor: Izrada autora

KOMENTAR: Na pitanje „Koji su glavni razlozi za primjenu integriranog izvještavanja?“ odgovorilo je 5 ispitanika. Prema mišljenju 3 ispitanika glavni razlog za primjenu sistema integriranog izvještavanja je povećanje transparentnosti. Jedan ispitanik se izjasnio da je glavni razlog primjene poboljšanje analitike, dok jedan ispitanik smatra da je efikasnost u izvještavanju glavni razlog.

Slika 23. SPSS, pitanje br. 7 iz ankete za pravna lica

Statistics

Na koji način integrirani izvještaj doprinosi boljem razumijevanju stanja Vašeg preduzeća?

N	Valid	5
	Missing	58

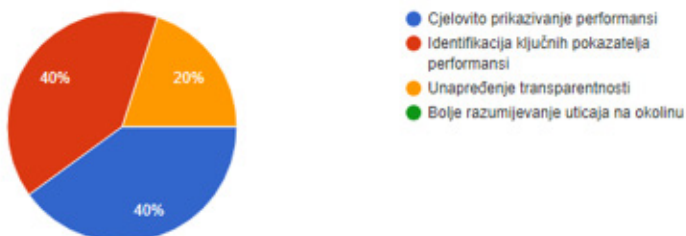
Na koji način integrirani izvještaj doprinosi boljem razumijevanju stanja Vašeg preduzeća?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cjelovito prikazivanje performansi	2	3,2	40,0	40,0
	Identifikacija ključnih pokazatelja performansi	2	3,2	40,0	80,0
	Unapređenje transparentnosti	1	1,6	20,0	100,0
	Total	5	7,9	100,0	
Missing	System	58	92,1		
Total		63	100,0		

Izvor: Izrada autora

Slika 24. Pitanje br. 7 iz ankete za pravna lica
Na koji način integrirani izvještaj doprinosi boljem razumijevanju stanja Vašeg preduzeća?

5 odgovora



Izvor: Izrada autora

KOMENTAR: 2 ispitanika smatraju da identifikacijom ključnih pokazatelja performansi integrirani izvještaji doprinose boljem razumijevanju stanja preduzeća. Jedan ispitanik je kao način boljeg razumijevanja izabrao odgovor „Unapređenje transparentnosti“, a dva ispitanika su se izjasnila odgovorom „cjelovito prikazivanje performansi“.

Slika 25. SPSS, pitanje br. 8 iz ankete za pravna lica

Statistics

Na koji način Vaše preduzeće prikazuje integrirani izvještaj svojim interesnim skupinama?

N	Valid	Missing
	5	58

Na koji način Vaše preduzeće prikazuje integrirani izvještaj svojim interesnim skupinama?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Izrada sažetaka za izvršni menadžment	2	3,2	40,0	40,0
	Različite prezentacije za različite skupine	2	3,2	40,0	80,0
	Praćenje učinka izvještaja	1	1,6	20,0	100,0
	Total	5	7,9	100,0	
Missing	System	58	92,1		
Total		63	100,0		

Izvor: Izrada autora

Slika 26. Pitanje br. 8 iz ankete za pravna lica

Na koji način Vaše preduzeće prikazuje integrisani izvještaj svojim interesnim skupinama?

5 odgovora



Izvor: Izrada autora

KOMENTAR: dva ispitanika su se izjasnila da njihovo preduzeće integrirani izvještaj svojim interesnim skupinama prikazuje putem različitih prezentacija za različite skupine. Jedan ispitanik je odabrao odgovor „Praćenje učinaka izvještavanja“, dok su dva ispitanika odabrala odgovor „Izrada sažetaka za izvršni menadžment“ kao način prikaza integriranih izvještaja.

Slika 27. SPSS, pitanje br. 9 iz ankete za pravna lica

Statistics

Koje je prednosti Vaše preduzeće steklo primjenom sistema integrisanog izvještavanja?

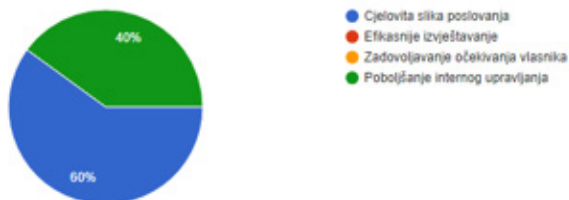
N	Valid	Missing
	5	58

Koje je prednosti Vaše preduzeće steklo primjenom sistema integrisanog izvještavanja?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cjelovita slika poslovanja	3	4,8	60,0	60,0
	Poboljšanje internog upravljanja	2	3,2	40,0	100,0
	Total	5	7,9	100,0	
Missing	System	58	92,1		
Total		63	100,0		

Izvor: Izrada autora

Slika 28. Pitanje br. 9 iz ankete za pravna lica
Koje je prednosti Vaše preduzeće steklo primjenom sistema integriranog izvještavanja?
5 odgovora



Izvor: Izrada autora

KOMENTAR: Na pitanje „Koje je prednosti Vaše preduzeće steklo primjenom sistema integriranog izvještavanja?“ 2 ispitanika je odabralo odgovor „Poboljšanje internog upravljanja“, dok su 3 ispitanika odabrala odgovor „Cjelovita slika poslovanja“.

Slika 29. SPSS, pitanje br. 10 iz ankete za pravna lica

Statistics

Koje je nedostatke Vaše preduzeće steklo primjenom sistema integrisanog izvještavanja?

N	Valid	5
	Missing	58

Koje je nedostatke Vaše preduzeće steklo primjenom sistema integrisanog izvještavanja?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kompleksnost implementacije	1	1,6	20,0	20,0
	Potreba za dodatnom radnom snagom	1	1,6	20,0	40,0
	Prilagodba poslovnih procesa	3	4,8	60,0	100,0
	Total	5	7,9	100,0	
Missing	System	58	92,1		
Total		63	100,0		

Izvor: Izrada autora

Za testiranje hipoteza koristit će se hi kvadrat test, jer su varijable kvalitativnog tipa. Rezultat se promatra iz druge tabele, u Pearson Chi-Square, odnosno Asymptotic Significance koji mora biti manji od 0,05 da bi se hipoteza prihvatila.

Slika 30. Hi kvadrat test za H1

Da li integrirano izvještavanje pomaže pri donošenju odluke? * Da li biste radije radili u preduzeću koje primjenjuje sistem integriranog izvještavanja nego u preduzeću koje ima klasično standardno finansijsko izvještavanje? Crosstabulation

Count		Da li biste radije radili u preduzeću koje primjenjuje sistem integriranog izvještavanja nego u preduzeću koje ima klasično standardno finansijsko izvještavanje?		
		Da	Nemam stav	Total
Da li integrirano izvještavanje pomaže pri donošenju odluke?	Da	21	3	24
	Nemam stav	1	0	1
Total		22	3	25

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,142 ^a	1	,706		
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,261	1	,609		
Fisher's Exact Test				1,000	,880
Linear-by-Linear Association	,136	1	,712		
N of Valid Cases	25				

a. 3 cells (75,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,12.
b. Computed only for a 2x2 table

Izvor: Izrada autora

Nivo signifikantnosti iznosi 0,706, što je veće od 0,05, odnosno to znači da se primjenom integriranog izvještavanja ne daje doprinos kvalitetnijem odlučivanju ključnih interesnih grupa. Hipoteza se ne prihvata.

Slika 31. Hi kvadrat test za H4

Na koji način integrirani izvještaj doprinosi boljem razumijevanju stanja Vašeg preduzeća? * Koji su glavni razlozi za primjenu sistema integriranog izvještavanja? Crosstabulation

Count		Koji su glavni razlozi za primjenu sistema integriranog izvještavanja?			Total
		Efikasnost u izvještavanju	Povećana transparentnost	Poboljšane analize	
Na koji način integrirani izvještaj doprinosi boljem razumijevanju stanja Vašeg preduzeća?	Cjelovito prikazivanje performansi	0	2	0	2
	Identifikacija ključnih pokazatelja performansi	1	0	1	2
	Unapređenje transparentnosti	0	1	0	1
Total		1	3	1	5

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,000 ^a	4	,287
Likelihood Ratio	6,730	4	,151
Linear-by-Linear Association	,000	1	1,000
N of Valid Cases	5		

a. 9 cells (100,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,20.

Izvor: Izrada autora

Nivo signifikantnosti četvrte hipoteze je manji od nivoa signifikantnosti prethodne tri hipoteze, ali bez obzira na to on iznosi 0,287, što je veće od 0,05. Pretpostavka da integrirani izvještaji doprinose boljem razumijevanju stanja preduzeća i povećanju efikasnosti izvještavanja nije tačna. Hipoteza se ne prihvata.

Iz ovoga možemo zaključiti da se niti jedna od hipoteza ne prihvata. Razlog tome je činjenica da je jako mali broj preduzeća upoznat sa sistemom integriranog izvještavanja, a još manji broj preduzeća ga koristi što je otežalo potvrdu hipoteza. Činjenica je da u našoj državi je primjena ovakvog sistema integriranog izvještavanja u samom povoju što nije omogućilo u konačnici statističko prihvatanje hipoteza. Na osnovu ankete došli smo do zaključka da anketirani kao i šira javnost nisu dovoljno upoznati sa prednostima ovog sistema, što je i uticalo na njihove odgovore. Ovaj nedostatak informiranosti je doprinijeo tome da se sistem ne prepozna kao koristan ili primenljiv, što je otežalo potvrdu hipoteza. Bez obzira na postignute rezultate istraživanja, istraživanja vezana za novije i bolje prakse se trebaju provoditi da bi se široj javnosti, a prije svega poslovnoj zajednici, skrenula pažnja na prednosti kontinuiranog razvijanja izvještavanja, koji treba da prati razvoj civilizacije baziran na održivosti i očuvanju životne sredine, a što je i u cilju boljeg odnosa sa korisnicima informacija. Što se tiče ograničenja istraživanja, anketa pati od nekoliko slabosti, uključujući mali uzorak i teškoće u prikupljanju podataka. Niska stopa korištenja sistema među ispitanicima je otežala generalizaciju rezultata. S obzirom na to da su sve hipoteze zasnovane na teorijskom okviru nisu prihvaćene zbog malog broja korisnika naprednog sistema integriranog izvještavanja, zaključak istraživanja je da sistem trenutno nije dovoljno rasprostranjen da bi se mogle izvući značajne statističke implikacije. Ovaj rezultat ukazuje na ograničenu upotrebu sistema u praksi, što je važan zaključak sam po sebi.

ZAKLJUČAK

U ovom istraživanju je analizirano integrirano izvještavanje kao faktor unapređenja vrijednosti za ključne interesne grupe. Iako je postavljena hipoteza da integrirano izvještavanje značajno doprinosi kvaliteti i transparentnosti poslovnih informacija, rezultati istraživanja nisu potvrdili ovu tezu. Jedan od ključnih razloga za ovakav ishod istraživanja jeste neinformiranost i ograničen uzorak ispitanika. Pokazalo se da je relativno mali broj ispitanika bio adekvatno upoznat sa konceptom integriranog izvještavanja, što je značajno uticalo na validnost zaključaka. U kontekstu istraživanja, ovo se tumači kao rezultat činjenice da integrirano izvještavanje još uvijek nije dovoljno prihvaćeno niti široko implementirano u praksi. Ovaj nedostatak primjene dovodi do slabijeg prepoznavanja značaja i potencijala koji ovaj oblik izvještavanja može donijeti. Iako rezultati ovog istraživanja nisu potvrdili početnu hipotezu o značajnom

doprinosu integriranog izvještavanja kvalitetu i transparentnosti poslovnih informacija, istraživanje je pružilo važne uvide u prepreke sa kojima se suočava implementacija ovog koncepta. Ključne prepreke uključuju ograničen uzorak ispitanika, nedostatak svijesti i edukacije o integriranom izvještavanju, kao i slabo poznavanje koristi koje ovaj koncept može donijeti. Ipak, ovi rezultati mogu poslužiti kao smjernica za buduća istraživanja, koja bi, uz širenje uzorka i bolje targetiranje profesionalaca iz relevantnih oblasti, mogla pružiti dublje razumijevanje o tome kako integrirano izvještavanje može unaprijediti vrijednost poslovnih informacija. Sa odgovarajućom podrškom i fokusiranom edukacijom, integrirano izvještavanje ima potencijal da postane bitan alat za unapređenje informacijske vrijednosti za ključne interesne grupe i dugoročnog održivog uspjeha preduzeća.

LITERATURA

1. ACCA (2013), The Business Benefits of Sustainability Reporting in Singapore, Association of Chartered Certified Accountants
2. ACCA, (2017), Insights into Integrated Reporting
3. AccountAbility, (2015), AA1000 Stakeholder Engagement Standard
4. Ančić B, Puđak J, Domazet M, (2016), Vidimo li klimatske promjene u Hrvatskoj? Istraživanje stavova o nekim od aspekata klimatskih promjena u hrvatskom društvu, Hrvatski meteorološki časopis, Vol. 51
5. Bačun D, Matešić M, Omazić M. A, (2012), Leksikon održivog razvoja, Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj, Zagreb
6. Bahtijarević-Šiber F, (1999), Menadžment ljudskih potencijala, Golden Marketing, Zagreb
7. BIS, (2020), Climate-related financial risks: a survey on current initiatives, Basel Committee on Banking Supervision
8. Božić B, (2019), Društveno odgovorno poslovanje uspješnih kompanija u Hrvatskoj, Sveučilište u Zagrebu, Studiji odsjek za komunikologiju, Diplomski rad, Sveučilište u Zagrebu
9. Ciriković E, (2012), Značaj korporativne društvene odgovornosti za savremeno poslovanje, BH ekonomski forum
10. Coletan A, Font Brucart M, Gutierrez P, Le Tennier F, Moor C, (2020). Sustainable Finance: Market Practices - EBA Staff Paper Series, European Banking Authority
11. Cornelissen J, (2004), Corporate Communications: Theory and Practice, SAGE Publications, Inc., London
12. Department of Environment, Land, Water and Planning (2015)
13. Frederick W. C, Post J. E, Davis K, (1992), Business and society: corporate strategy, public policy, ethics 7, izd. McGraw Hill, New York

14. Glavočević A, Radman Peša A, (2013), Društveno odgovorno poslovanje i CRM kao način integriranja društvene odgovornosti u marketinške aktivnosti, *Oeconomica Jadertina*, Vol. 2, Zadar
15. Grgić M, Bilas V, (2008), *Međunarodna ekonomija*, Impresum, Zagreb
16. <http://mcp.gov.ba/publication/read/kolektivno-pregovaranje-i-medjunarodna-organizacija-rada?pageId=0&lang=bs>
17. <https://isbih.gov.ba/hr/p/vijesti/objavljen-je-standard-iso-45001>
18. International Integrated Reporting Council (IIRC) (2014), *The International Integrated Reporting Framework*
19. Jurković Z, (2012), Važnost komunikacije u funkcioniranju organizacije, *Ekonomski vjesnik: Review of Contemporary Entrepreneurship, Business, and Economic Issues*, Vol. 25, No. 2
20. Kaufland, (2020), Izvještaj o održivosti
21. Koprek I, (2016), Ima li u ekonomiji mjesta za milosrđe?, *Munus*, Zagreb
22. Krivačić D, (2020), Uključenost dionika u proces izvještavanja o održivosti, *Soc. ekol. Zagreb*, Vol. 29, No. 2
23. Krivačić D, Antunović M, (2018). Nefinancijsko izvještavanje: novi izazov za korporativne računovodstvene sustave, *Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku*, No. 3-4
24. Krkač K, (2007), Uvod u poslovnu etiku i korporacijsku društvenu odgovornost, *MATE*, Zagreb
25. Labatt S, White R. R, (2007), *Carbon Finance: The Financial Implications of Climate Change*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons
26. Leiserowitz A, (2007), Communicating the risks of global warming: American risk perceptions, affective images, and interpretive communities, In S. C. Moser & L. Dilling (Eds.), *Creating a climate for change: Communicating climate change and facilitating social change*
27. Marušić S, (1990), *Motivacija za rad i profesionalni razvoj*, Ekonomski institut Zagreb
28. Mazzei A, (2014), A multidisciplinary approach for a new understanding of corporate communication. *Corporate Communications: An International Journal*, Vol. 51 No. 2
29. McCourt W, Eldridge D, (2003), *Global Human Resource Management*, UK: Edward Elgar, Cheltenham
30. Morris J, Baddache F, (2012), Back to basics: How to make stakeholder engagement meaningful for your company, *Business for Social Responsibility*
31. NGFS, (2019), A call for action: Climate change as a source of financial risk, First comprehensive report, Network for Greening the Financial System
32. O'Neill R, (2018), *Common threads – Designing impactful engagement*, London, New York i San Francisco Sustain Ability

33. Pržulj Ž, (2002), Menadžment ljudskih resursa, Institut za razvoj malih i srednjih preduzeća, Beograd
34. Schaltegger S, Burritt R, (2000), Contemporary Environmental Accounting – Issues, Concepts and Practice, Sheffield: Greenleaf Publishing
35. Zerfaß A, Huck S, (2007), Innovation, Communication, and Leadership: New Developments in Strategic Communication. International Journal of Strategic Communication, 1
36. Žugaj M, (1991), O razvoju ljudskih resursa. Journal of Information and Organizational Sciences, Vol. 15