
THE IMPORTANCE OF VALUE REPORTING IN MODERN BUSINESS CONDITIONS

Miloš Pavlović

Belgrade business school – Higher education institution for applied studies, Belgrade, Republic of Serbia milos.pavlovic@bbs.edu.rs

Olivera Đurić

High business school for applied studies, Blace, Republic of Serbia

olivera.djuric@vpskp.edu.rs

Gordana Stojmenović

Belgrade business school – Higher education institution for applied studies, Belgrade, Republic of Serbia

gordana.stojmenovic@bbs.edu.rs

Abstract: In modern business conditions, the central category of business has become a value. It can be said that the company's business in modern conditions is reduced to the creation and rejection of value. The role of financial reporting is to properly display a faithful image of the business of a company. However, traditional financial reports are not able to fully reflect all aspects of the business of the company, in particular those related to value.

Namely, to present the business of a company in the way it is done using traditional financial statements, in modern business conditions it is not enough because of the need to display information that will link each decision, activity or plan with value (by creating or rejecting value). In order to be able to achieve the above, it is necessary to develop a concept or reporting model that will include performance that shows the created and rejected (destroyed) value.

Traditional financial statements are not able to demonstrate the process of creating and rejecting values as a whole, and in this connection there is a need for a new model that will be able to demonstrate the process of creating and rejecting values that all stakeholders in the company are interested in.

The paper first explains the process of creating and rejecting values in an enterprise, and then discussing the key things that need to be reported in order to present that process, which in itself is complex, to the users of the report in the best possible way.

Keywords: traditional financial reporting, value, value reporting.

ЗНАЧАЈ ИЗВЕШТАВАЊА О ВРЕДНОСТИ У САВРЕМЕНИМ УСЛОВИМА ПОСЛОВАЊА

Милош Павловић

Београдска пословна школа – Висока школа струковних студија, Београд, Република Србија

milos.pavlovic@bbs.edu.rs

Оливера Ђурић

Висока пословна школа, Блаце, Република Србија

olivera.djuric@bbs.edu.rs

Гордана Стојменовић

Београдска пословна школа – Висока школа струковних студија, Београд, Република Србија

gordana.stojmenovic@bbs.edu.rs

Резиме: У савременим условима пословања, централна категорија пословања предузећа постала је вредност. Може се рећи да се пословање предузећа у савременим условима своди на стварање и одбацивање вредности. Улога финансијског извештавања је да на прави начин прикаже верну слику о пословању предузећа. Међутим, традиционални финансијски извештаји нису у могућности да у потпуности прикажу све аспекте пословања предузећа, а посебно оне који се односе на вредност.

Наиме, приказати пословање предузећа на начин како је то рађено помоћу традиционалних финансијских извештаја, у савременим условима пословања није довољно већ се јавља потреба да се прикажу информације које ће сваку одлуку, активност или план повезати са вредношћу (стварањем или одбацивањем вредности). Како би претходно било могуће остварити, потребно је развити концепт или модел извештавања којим ће бити обухваћене перформансе које показују створену и одбачену (уништenu) вредност.

Традиционални финансијски извештаји нису у могућности да процес стварања и одбацивања вредности у целисти прикажу па се с тим у вези јавља потреба за новим моделом, који ће бити у могућности да прикаже процес стварања и одбацивања вредности, за који су заинтересовани сви стејхолдери предузећа.

У раду се најпре објашњава сам процес стварања и одбацивања вредности у предузећу, а затим се разматрају кључне ствари о којима је потребно извештавати како би се тај процес, који је сам по себи сложен, могао на најбољи могући начин представити корисницима извештаја.

Кључне речи: традиционално финансијско извештавање, вредност, извештавање о вредности.

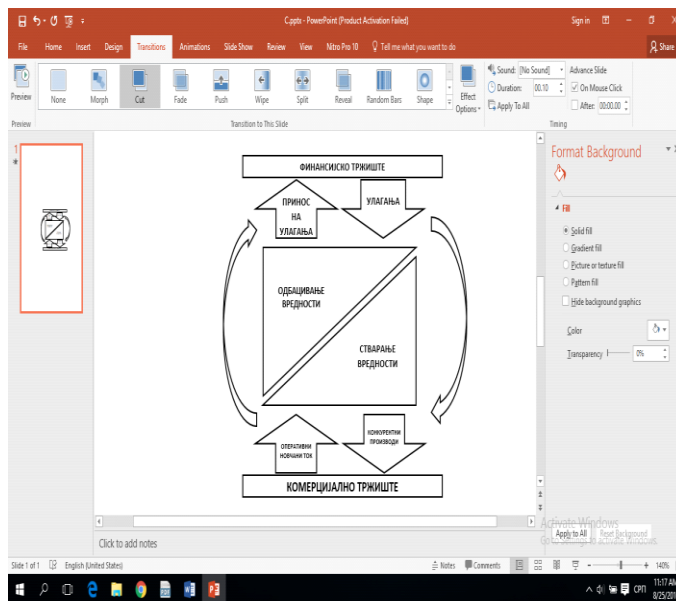
1. УВОД

Савремени услови пословања диктирају начин рада предузећа у циљу његовог опстанка, пре свега, али и раста и развоја. Стварање и испоручивање вредности за све стејкхолдере, како купце, тако и инвеститоре, акционаре, добављаче и др. постала је централна категорија пословања предузећа у савременим условима. У таквим условима, јавља се и потреба за извештавањем о вредности, а то за собом носи и дефинисање самог предмета извештавања, а све у циљу адекватног информисања заинтересованих интересних група (стејкхолдера).

2. ВРЕДНОСТ КАО ЦЕНТРАЛНА КАТЕГОРИЈА ПОСЛОВАЊА ПРЕДУЗЕЋА

У савременим условима пословања, централна категорија пословања предузећа постала је вредност. Може се рећи да се пословање предузећа у савременим условима своди на стварање и одбацивање вредности. Бројни аутори бавили су се овим процесима и дошло је до закључка да предузеће у овом процесу конкурише на два тржишта: комерцијалном и финансијском (Слика 1). Према тој теорији, предузеће перманентно „ствара“ вредност на комерцијалном тржишту и „одбацује“ вредност на финансијском тржишту. Стварање вредности зависи од способности предузећа да задовољи потребе купаца/клијената на бољи начин од конкурената. Одбацивање вредности зависи од способности предузећа да на тржишту капитала инвеститорима обезбеди супериоран принос на улагања. Кроз менаџмент вредности предузеће се оспособљава да одговори на оба изазова. Све то указује на то да менаџмент, приликом формулисања стратегије предузећа и његових делова, уместо профита и на њему заснованих мерила перформанси, користи мерила перформанси која одражавају створену/уништену вредност. Такође, на бази ових мерила перформанси, могуће је вршити контролу и награђивање менаџмента.

Према томе, приказати пословање предузећа на начин како је то рађено помоћу традиционалних финансијских извештаја, у савременим условима пословања није довољно већ се јавља потреба да се прикажу информације које ће сваку одлуку, активност или план повезати са вредношћу (стварањем или одбацивањем вредности). Како би претходно било могуће остварити, потребно је развити концепт или модел извештавања којим ће бити обухваћене перформансе које показују створену и одбачену (уништену) вредност.



Слика 1. Стварање и одбацивање вредности у предузећу
Извор: Ђуричин, Д., Лончар, Н. (2010). Менаџмент помоћу пројеката, треће, прерађено и допуњено издање, ЦИД, Београд, стр. 14.

3. ЗНАЧАЈ ИЗВЕШТАВАЊА О ВРЕДНОСТИ

Традиционални финансијски извештаји нису у могућности да процес стварања и одбацивања вредности у целости прикажу па се с тим у вези јавља потреба за новим моделом, који ће бити у могућности да прикаже процес стварања и одбацивања вредности, за који су заинтересовани сви стејкхолдери предузећа. Интегрисано извештавање представља основу за решавањем питања извештавања којим ће се активности предузећа повезати са вредношћу. Поставља се Шта је све потребно приказати како би се објаснила вредност? Гледајући уопштено, постоје три елемента које је потребно објаснити, а подела је извршена у односу на период који се посматра:

1.Извештавање о текућој пословној години – кратак рок (енгл. *Business as usual*). Овде се објашњава тренутно пословање и финансијске и пословне перформансе предузећа засноване на подацима из текуће године;

2.Извештавање о плановима менаџмента и анализи окружења – средњи рок. Корисницима је потребно дати информације на основу којих би на прави начин разумели планове менаџмента али и ризике и неизвесност који долазе из окружења а који прате остварење тих планова и како ће се све то одразити на вредност и

3.Дугорочна вредност – дуги рок. На овом нивоу, будући да се ради о дугом року, сви фактори су променљиви. Овде се дају информације о стратешком развоју предузећа, шансама и опасностима по предузеће и његове активности на дуги рок и како све то може утицати на будућу вредност.

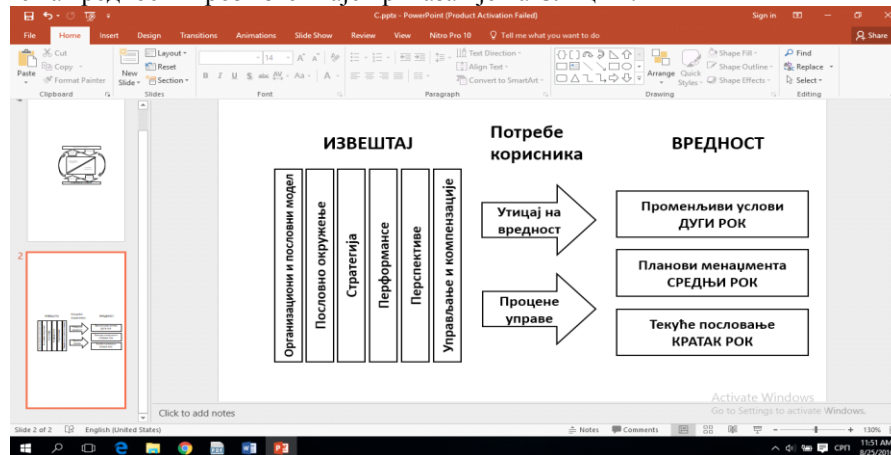
Након тога намеће се питање на који начин је могуће да се Интегрисаним извештавањем прикажу претходни елементи? Наиме, Интегрисани извештаји комбинују финансијске и нефинансијске информације са прогнозама које се праве како би корисницима тих извештаја омогућиле да разумеју све компоненте вредности предузећа и како на њу могу да утичу будуће шансе и претње. Посматрајући их збирно, ови показатељи на потпунији начин дају увид на перформансе предузећа и његову вредност.

Интегрисано извештавање требало би, ако не да уклони, онда бар да смањи јаз између онога што предузећа тренутно, уз помоћ постојећих извештаја, приказују и онога што би требало да приказују. Интегрисано извештавање представља својеврсну „културолошку промену“ у начину извештавања и води ка извештавању о пословним активностима на начин на који то захтевају корисници извештаја. Овоме посебно доприносе следећа два елемента:

1.Извештавање о пословном моделу предузећа, његовом окружењу и стратегији у циљу идентификовања могућности и изазова са којима се предузеће сусреће;

2.Примена „Интегрисаног размишљања“ у доношењу одлука. Проблеми идентификовани на почетку извештаја који се односе на пословни модел и окружење у коме предузеће послује морају бити предмет пословне стратегије а у крајњем и предмет извештавања и управљања.

Овај след је битан и централан у објашњењу активности менаџмента. Такође, помоћу оваквог следа активности обезбеђује се да извештај остане фокусиран на питања која су битна за пословање предузећа. Сам процес објашњења вредности кроз извештаје приказан је на Слици 2.



Слика 2. Објашњење вредности

Извор: KPMG (2012): Integrated Reporting: Performance insight through Better Business Reporting, Issue 2, p. 5.

Јаз између традиционалног извештавања и информација о вредности постао је све очигледнији последњих година, а посебно у догађајима који су 2008. године довели до финансијске кризе светских размера. Фокус на извештавање о текућој пословној години може, донекле, да корисницима извештаја помогне да стекну јаснију слику о пословању предузећа али то није довољно информација за пројектовање вредности на дуги рок. Идентификовање онога што би требало да објасни претње и могућности пословања које утичу на вредност зависи од конкретне ситуације предузећа, међутим, у свакој ситуацији неопходно је:

- Разумети како извештавање о пословању предузећа (извештајног ентитета) и његовим могућностима и опасностима утиче на процену вредности тог предузећа од стране инвеститора и пружити им неопходне информације како би процена била што реалнија;

- Приказати информације о окружењу (укључујући и мерила перформанси и ризика) тако да корисници могу да формирају личне ставове о факторима који могу утицати на вредност у будућности. Такође, уколико се стратегијом предузећа подразумева освајање нових тржишта, у извештају би требало дати податке на основу којих ће корисници стећи слику о тренутном и потенцијалном тржишном учешћу, а не само објаснити стратегију.

Мали број стејкхолдера може имати кључни утицај на процес стварања и одбацивања вредности у предузећу. Они могу да представљају претњу, као нпр. могући губитак лиценце, или могу представљати шансу, нпр. отварање нових тржишта. Извештаји, како би пружили комплетну слику пословања, морају да покрију и ова питања, будући да се ради о кључним факторима, тзв. покретачима вредности.

Понекад, а посебно приликом извештавања о питањима везаним за друштвену одговорност, истиче цену доласка до појединих информација и њиховог објављивања, занемарујући при том користи које од тих информација може да има и само предузеће али и њихови корисници. Међутим, чињеница је да би се приликом извештавања требало, углавном, руководити следећим:

- Околности и фактори који су од великог значаја на пословање предузећа и стварање и одбацивање вредности морају да буду саставни део пословног извештавања као и друге материјално значајне ставке;

- За околности и факторе који немају значајан утицај, корисници могу да се информишу и на основу релевантног индикатора ризика.

Променљивост фактора на дуги рок, за многа предузећа, представљаће велики део њихове вредности, па би недостатак информација о томе могао да доведе инвеститоре у заблуду.

На основу свега овога, процес стварања и одбацивања вредности у предузећу, као и извештавања о томе заузима кључно место у Интегрисаним извештајима и веома је битно да сви запослени у предузећу своје активности могу повезати (директно или индиректно) са тим процесима како би се на прави начин могло извештавати о томе.

4. ЗАКЉУЧАК

Будући да традиционални систем финансијског извештавања није у могућности да у довољној мери одговори потребама извештавања предузећа о вредности и да на тај начин стејкхолдерима да жељене информације, намеће се потреба да предузећа изврше проширење традиционалног сета финансијских извештаја извештавањем о вредности. То је могуће или простим додатком одређених извештаја уз већ постојећи сет финансијских извештаја или креирањем новог модела извештавања. Овим радом истакнута је потреба за увођење категорије вредности у извештавање и истакнути су одређени елементи који би морали да се нађу као предмет извештавања.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] GRI (2011): Sustainability Reporting Guidelines, version 3.1.
- [2] Kaplan, S. R., Norton, P. D. (1996). The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action, Boston: Harvard Business School Press
- [3] Kimmel, P., Weygandt, J. and D. Kieso (2011), Financial Accounting: Tools for Business decision making, 6th ed., John Wiley & Sons Inc
- [4] KPMG (2012): Integrated Reporting: Performance insight through Better Business Reporting, Issue 2.
- [5] Krzus, P. M. (2011). Integrated reporting: if not now, when? IRZ–Zeitschrift für Internationale Rechnungslegung, Issue 6, June 2011
- [6] Meigs, R. F., Bettner, M., Whittington, R. and M.A. Meigs (1996). Accounting: The Basis for Business Decisions, McGraw-Hill
- [7] Philips, D. (2009). Recasting the reporting model – a G20 priority', Corporate Reporting blog, www.pwc.blogs.com, 20 february, 2009.
- [8] Ђукић, Т., Павловић, М. (2014). Квалитет финансијског извештавања у Републици Србији,

Економске теме, 52 (1)

- [9] Ђуричин, Д., Лончар, Н. (2010). Менаџмент помоћу пројеката, треће, прерађено и допуњено издање, ЦИД, Београд
- [10] Павловић, М., Ђукић, Т., Ђурић, О. (2016). Извештавање о друштвено одговорном пословању – интегрисано извештавање и глобална иницијатива за извештавањем о одрживости, Теме, вол. XL, No2.
- [11] www.globalreporting.org
- [12] www.iasplus.com
- [13] www.ifrs.org