Poslovna komunikacija u kontekstu računovodstvene profesije

Rebić, Mladen

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:817081

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Image not found or type unknown

Repository / Repozitorij:

Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula

zir.nsk.hr

Image not found or type unknown

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
„Dr. Mijo Mirković“

MLADEN REBIĆ

POSLOVNA KOMUNIKACIJA U KONTEKSTU RAČUNOVODSTVENE PROFESIJE

Završni rad

Pula, 2018.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
„Dr. Mijo Mirković“

MLADEN REBIĆ

POSLOVNA KOMUNIKACIJA U KONTEKSTU RAČUNOVODSTVENE PROFESIJE

Završni rad

JMBAG: 0178014386, izvanredni student
Studijski smjer: Menadžment i poduzetništvo
Predmet: Poslovno računovodstvo
Znanstveno područje: Društvene znanosti
Znanstveno polje: Ekonomija
Znanstvena grana: Računovodstvo
Mentor: izv. prof. dr. sc. Ksenija Černe

Pula, prosinac 2018.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani Mladen Rebić, kandidat za prvostupnika ekonomije/poslovne ekonomije, smjera Menadžment i poduzetništvo ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student
Mladen Rebić

U Puli, 18.12.2018 godine

IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, Mladen Rebić dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom Poslovna komunikacija u kontekstu računovodstvene profesije, koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, 18.12.2018

Mladen Rebić

SADRŽAJ

1. Uvod 1
2. Računovodstvo i računovodstvena profesija 3
2.1. Računovodstvena profesija 3
2.2. Uloga računovodstva u poslovnom subjektu 4
2.3. Korisnici računovodstvenih informacija 7
3. Poslovna komunikacija 13
3.1. O komunikaciji i poslovnoj komunikaciji 13
3.2. Osnovna obilježja i vrste komunikacije 15
3.3. Struktura i funkcije poslovne komunikacije 17
4. Poslovna komunkacija u kontekstu računovodstvene profesije 21
4.1. Financijski izvještaji kao sredstva komunikacije 21
4.2. Međunarodni računovodstveni standardi 23
4.3. Računovodstvena pismenost 26
5. Zaključak 28
Literatura 30
Popis slika 32
Popis tablica 33
Sažetak 34
Summary 35

1. Uvod

Komunikacija je vodeće obilježje ljudi, a zasniva se na mogućnosti izražavanja osjećaja, potreba, želja, misli i ostaloga, kao i na razmjeni informacija između dva ili više sudionika ovog kompleksnog procesa. Riječ je o vodećem procesu u svakodnevnom životu, ali i u poslovnom svijetu.

Često se ističe da uspješna komunikacija generira uspjeh odlučivanja u organizacije, ali i ostale učinke, te kao takva utječe na konačni uspjeh poslovanja, neovisno o djelatnosti kojoj organizacija pripada kao i ostalim obilježjima. Poslovna komunikacija u kontekstu računovodstvene profesije ima niz funkcija. One se očituju prvenstveno u informiranju, objektivnom iskazivanju financijskih i ostalih stanja u svezi poduzeća, ali i ostalim funkcijama.

Iako se u praksi govori generalno o poslovnoj komunikaciji na razini svih poduzeća, djelatnosti i sektora, komunikacija u okviru račinovodstvene profesije nešto je formalnija, kompleksnija i zahtjevnija. Ona se temelji na nizu specifičnih elemenata, koji se podjednako integriraju u konačni komunikacijsko-izvještajni proces. Posebno je važno istaknuti kako komunikacija u okviru ove profesije izravno koristi i utječe na brojne dionike u istoj i izvan nje, te ne samo izvršitelje iste i s njom povezana poduzeća, već i na sve ostale skupine dionika koji se javljaju unutar užeg ili šireg poslovnog konteksta.

Cilj rada je istražiti osnovne značajke i obilježja računovodstvene profesije. Osim toga, cilje je spoznati i značenje poslovne komunikacije, ulogu iste u suvremeno doba i funkcije ovoga procesa u poslovnom svijetu. Svrha rada je povezati ova dva termina i objasniti specifični značaj poslovne komunikacije u okviru računovodstvene profesije.

Rad se sastoji od pet poglavlja. Nakon uvodnog dijela slijedi poglavlje posvećeno računovodstvenoj profesiji. Ono, pored uloge računovodstva u poslovnom subjektu, obrađuje i korisnike računovodstvenih informacija, kao i osnovna obilježja računovodstvene profesije. Sljedeće poglavlje istražuje problematiku komunikacije i

poslovne komunikacije. Posljednje poglavlje prije zaključnog poglavlja rada povezuje ove pojmove, te daje analizu poslovne komunikacije u računovostvenoj profesiji.

Za potrebe istraživanje korištene su metoda analize i sinteze, induktivna i deduktivna metoda, metoda komparacije i metoda apstrakcije te metoda deskripcije.

2. Računovodstvo i računovodstvena profesija

Računovodstvo se može pojmiti na niz načina, a danas o ovoj profesiji postoje brojna stručna i znanstvena djela, kako u domaćoj, tako i inozemnoj literaturi. Također, računovodstvo predstavlja aktualnu temu u okviru svake ekonomije ili nekog gospodarstva, a razmatra se kao proces ili djelatnost evidentiranja poslovnih procesa, organiziranja poslovanja, učinkovitog i efikasnog upravljanja i odlučivanja te slično. Koristi od uspješno provedivog računovodstva imaju različite skupine dionika, od samih poduzetnika, povezanih subjekata, investitora pa sve do šire javnosti i državnih tijela.

2.1. Računovodstvena profesija

Definiranje računovodstva otežan je pothvat, a to proizlazi iz kompleksnosti ovoga pojma i djelatnosti. U svrhu njegova cjelovitog razmatranja u nastavku se ističe nekoliko vodećih definicija (Kercan, 2009: 3):

- Računovodstvo kao vještina, tehnika ili umijeće jedna je od najstarijih definicija. Ona se odnosi na mogućnost bilježenja i evidentiranja poslovnog događaja;
- Računovodstvo je vještina evidentiranja, klasificiranja i sumiranja u novcu izraženih poslovnih transakcija, kao i interpretacija rezultata ove vještine;
- Računovodstvo se definira i kao poslovni jezik, odnosno jezik financijskog odlučivanja, kojega je važno kvalitetno poznavati, ali se i njime adekvatno služiti u praksi u svrhu mogućnosti upravljanja;
- Jedna od značajnijih definicija računovodstva je i ona koja ističe kako je riječ o znanstvenoj disciplini, odnosno logičnom zaključivanju na osnovu uspostavljenih načela koja pružaju neki okvirni koncept u kojem djeluju sinergijski računovodstvena teorija i praksa, te se razvijaju nove prakse i postupci.

Računovodstvo ima brojna obilježja, a ona se generaliziraju kroz pozitivna i normativna. U tom kontekstu, pozitivna obilježja odnose se na sva ona znanja u svezi računovodstvenih pojmova, metoda, instrumenata i ostali elemenata koja se tiču

sustava računovodstva. S druge strane, normativna obilježja obuhvaćaju načine primjene ovih znanja, kao i zakonskih odredbi te postupaka u praksi, kako bi se realizirali brojni ciljevi i interesi dionika (Štahan, 2017: 2).

Pri analizi obilježja računovodstva i računovodstvene profesije, vrlo je značajno istaknuti kako je najvažniji element računovodstva knjigovodstvo. Riječ je o specifičnom procesu evidencije, odnosno vođenja poslovnih knjiga, a koji je zadužen za prikaz, kontrolu i nadzor poslovanja nekog poslovnog subjekta. Računovodstvo se uz knjigovodstvo odnosi na (Štahan, 2017: 2):

- Likvidaturu ili kontrolu;
- Blagajničko poslovanje;
- Obračun plaća;
- Obračun proizvodnje;
- Kalkulacije;
- Planiranje i analizu poslovanja;
- Internu reviziju;
- Financijsko izvješćivanje;
- Statistiku i slično.

Daje se zaključiti kako je načelno riječ o funkcijama računovodstva i posebnim dijelovima funkcionalnosti računovodstvene profesije. Smatra se kako je računovodstvo takva djelatnost koja iskazuje realno poslovanje subjekata, a predstavlja osnovu za daljnje poslovanje, odlučivanje, upravljanje i razvoj. Bez postojanja računovodstvene podrške opće poslovanje poslovnih subjekata bilo bi višestruko otežano pa čak i neizvedivo na odgovarajući način. Stoga, ispravno je tvrditi kako je računovodstvo središnji element svakog poslovnog subjekta i poslovanja općenito.

2.2. Uloga računovodstva u poslovnom subjektu

Smatra se kako računovodstvo predstavlja jedno od najopsežnijih područja ekonomije s obzirom da zadire u poslovanje svakog poslovnog subjekta. Pri tome ono prati njegovo poslovanje, izvještava o svakom poslovnom događaju i daje

osnovu za niz upravljačkih, razvojnih i inih procesa na njihovoj razini. U tome se ujedno odražavaju i generalne funkcije ili uloga računovodstva.

U prethodnom tekstu, pri definiciji računovodstva generalno, dijelom je obuhvaćena problematika njegove uloge u poslovnom subjektu. Nastavno na navedeno, u ovome dijelu rada sistematizira se uloga istoga kroz četiri osnovna aspekta ili funkcije računovodstva. Misli se na (Tominić, 2017: 2):

- Računovodstvo kao vještinu, tehniku i umijeće;
- Računovodstvo kao znanstvenu disciplinu;
- Računovodstvo kao uslužnu funkciju poslovnog subjekta;
- Računovodstvo kao dio upravljačkog informacijskog sustava poslovnog subjekta.

U kontekstu prve od navedenih funkcija, računovodstvo predstavlja vještinu evidentiranja poslovnih događaja. Točnije, riječ je o vještini evidentiranja, klasificiranja i sumiranja u novcu izraženih poslovnih transakcija, kao i interpretaciji tih rezultata (Gulin, 2003: 10). Na temelju navedenoga, daje se zaključiti kako računovodstvo biva orijentirano prema objektivnom i kvantitativnom iskazivanju te objašnjavanju poslovanja nekog subjekta. Koristi od ovog pristupa su brojne. Osim što se na taj način daje osvrt na uspješnost poslovanja i učinkovitost realizacije poslovnih ciljeva, također se ukazuje na neke ključne nedostatke, neuspjehe i potencijalne probleme. Time računovodstvo daje osnovu ili temelj budućeg planiranja, odlučvanja i djelovanja.

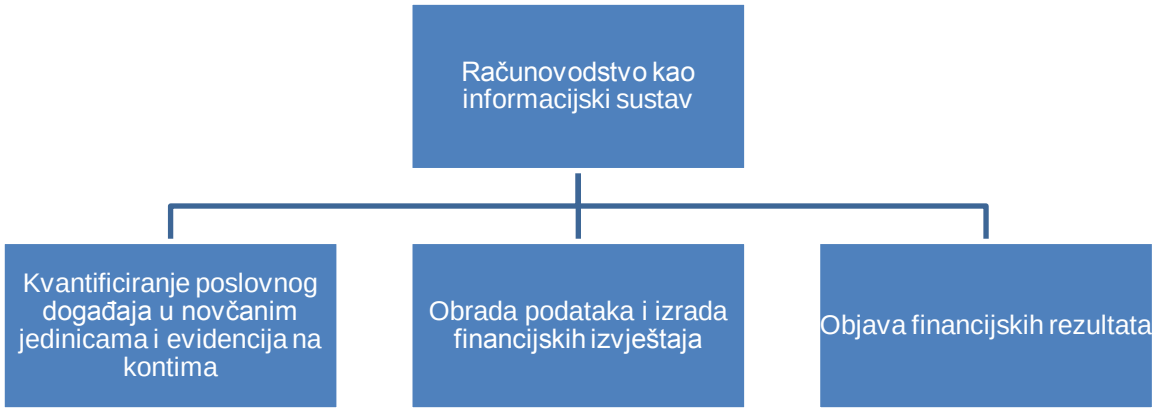
U svojim postupcima, računovodstvo integrira znanstvene elemente i tehnike za postizanje ciljeva, a u tome se očituje njegov znanstveni karakter. Ova uloga nadopunjuje prethodnu, no i one ostale, što će kasnije biti i potvrđeno. Naime, na temelju logičnog zaključivanja, predviđanja i povezivanja dobivenih rezultata, računovodstvo kao profesija procesuira vodeće strateške informacije (Gulin, 2003: 10).

Istraženim informacijama moguće je inducirati kako se računovodstvo kao uslužna funkcija javlja zapravo u kontekstu pružanja računovodstvenih informacija u svezi svih poslovnih informacija koje su korisne za donošenje raznih vrsta odluka. Pri tome,

te informacije trebaju biti vrlo jasne, usporedive, vremenski usklađene i pouzdane za korištenje različitim skupinama dionika (Gulin, 2010 : 10). Korisnici ovih informacija generalno su vanjski i unutarnji korisnici, no o njih analiziramo kasnije u radu.

Osim kao uslužna funkcija, računovodstvo se može razmatrati i kao dio upravljačkog informacijskog procesa, odnosno sustava koji mjeri poslovne događaje, ali i procesira informacije u izvještaje te na taj način pomoću njih komunicira s donositeljima odluka i poslovnom svijetu. U kontekstu navedenoga postoje tri osnovna elementa računovodstva kao informacijskog sustava, a koji su značajni i za razumijevanje uloge računovodstva u poslovnom subjektu. Njihov pregled slijedi (Slika 1.).

Slika 1. Elementi računovodstva kao informacijskog sustava



Izvor: Izrada auora prema: Tokić M. (2011) Značajke računovodstvenog informacijskog sustava poduzetnika Dostupno na: https://hrcak.srce.hr/file/112975 (09.09.2018.).

Daje se zaključiti kako se uloga računovodstva cjelovito i smisleno najjednostavnije objašnjava integriranjem svih navedenih pristupa i aspekta njegove funkcionalnosti. U tom kontekstu, važno je uzeti u obzir sve navedene informacije kako bi se spoznala uloga ovog upravljačkog, informativnog, kontrolnog procesa na razini nekog poslovnog subjekta.

2.3. Korisnici računovodstvenih informacija

Kada se govori o računovodstvenim informacijama i njihovim korisnicima, misli se zapravo na informacije u financijskim izvještajima. Oni predstavljaju nositelje ovih informacija, koje su nužne za racionalnizaciju procesa poslovanja i upravljanja poslovnim subjektom, kao što je i prethodno istaknuto.

S obzirom da je svaki poslovni proces vrlo neizvjesan, a mora biti zasnovan na objektivnim i kvalitetnim informacijama, poslovni se subjekti koriste raznim skupinama istih, no u praksi se najviše oslanjaju upravo na ove izvještaje, koji često bivaju i jedini izvori informacija. Načelno je riječ o (Tušek, 2010):

- Bilanci – informacije o financijskom položaju;
- Računu dobiti i gubitka - uspješnost poslovanja poduzeća;
- Izvještaju o novčanim tijekovima – izvori i korištenje novca i novčanih ekvivalenata;
- Izvještaju o promjenama u glavnici – promjene koje su nastupile u glavnici;
- Bilješkama uz financijske izvještaje – dodatna objašnjenja.

Iako su ovi izvještaji u praksi uglavnom ili prvenstveno usmjereni prema vanjskim korisnicima, značaj od ovih informacija imaju i oni unutarnji. Pri tome, ove informacije imaju značajne uloge za sve skupine dionika, a u tome se odražavaju i ciljevi financijskog izvještavanja. Kako bi bilo jasnije o čemu je zapravo riječ, u nastavku slijedi pregled ovih korisnika (Tablica 1.).

Tablica 1. Korisnici računovodstvenih informacija

INTERNI KORISNICI	EKSTERNI KORISNICI
• Zaposlenici i sindikati – ocjena stabilnosti i profitabilnosti poslodavca. Ako je poduzeće stabilno i profitabilno, djelatnik ima sigurnost glede socijalnog i mirovinskog osiguranja i stalne zarade; Menadžment poduzeća – postavlja zahtjeve računovodstvu za informacijama koje su potrebne pri planiranju i kontroli kao temeljnim funkcijama menadžmenta poduzeća.	• Sadašnji i potencijalni investitori i kreditori - uvid u poslovanje poduzeća i sigurnost ulaganja. Oni su zainteresirani za sadašnje stanje svog kapitala kao i informacije na osnovu kojih mogu predviđati poslovanje poduzeća u budućnosti. • Dobavljači i ostali vjerovnici – određuju hoće li iznosi koji im se duguju biti pravodobno plaćeni; • Kupci - fer i istinite informacije o nastavku poslovanja poduzeća, tj. o kontinuitetu njegove ponude, što je naročito izraženo u slučaju dugogodišnje poslovne suradnje; • Vlada i njene agencije - informacije koje se odnose na ostvarivanje porezne politike, a to znači visina ostvarene dobiti. Također su joj potrebne informacije o alokaciji resursa na razini države, te ostale informacije značajne za državu (statistika nacionalnog dohotka i slične statistike); • Cjelokupno društvo, javnost – poduzeća utječu na pojedince u javnosti na različite načine. Poduzeća mogu značajno pridonijeti lokalnom gospodarstvu kroz zapošljavanje većeg broja ljudi, te brigu nad lokalnim opskrbljivačima.

Izvor: Izrada autora prema: Tušek, B. (2010.) Financijski izvještaji: Temelj racionalne poslovne odluke. Dostupno na: https://www.posao.hr/clanci/karijera/na-radnom-mjestu/financijski-izvjestaji-temelj-racionalne-poslovne-odluke/382/ (09.09.2018.).

Iz navedenog se može zaključiti da se među korisnike financijskih izvještaja ubrajaju različite interesne skupine ili dionici. Informacije iz financijskih izvještaja pri tome se koriste u svrhu zadovoljenja različitih potreba i realizacije brojnih ciljeva. Uz odsustvo ovih informacija dionici ne bi bili u mogućnosti donositi racionalne poslovne odluke, a njihova egzistencija bila bi upitna.

U znanstvenoj i stručnoj literaturi, pri analizi vodećih korisnika računovodstvenih informacija, a time i uloge računovodstva u poslovnom subjektu, posebno se razmatraju računovodstvene informacije za upravljanje poduzećem, te računovodstvene informacije za ulagatelje i upravu poduzeća.

U prvom slučaju, to jest kod analize računovodstvenih informacija značajnih za vrhovni menadžment, naglašava se kako iste moraju biti namjenske. Točnije, kvalitetne dostavljene infomacije olakšavaju sve procese i aktivnosti vrhovnog menadžmenta, a generalno je riječ o poslovnom odlučivanju i provedbi kontrole (Miko, 2004: 26). U tom kontekstu, važno je procjeniti koje su računovodstvene informacije značajne ovim korisnicima, a pregled onih općenitih daje se u nastavku (Tablica 2.).

Tablica 2. Računovodstvene informacije značajne za vrhovne menadžere

Svrha	Područje cilja	Računovodstvene informacije za ostvarenje cilja
Maksimalizacija dobitka	Prodaja Dobitak Rentabilnost kapitala Investiranje Izvori financiranja Reinženjering	Kupci, vrsta prihoda, zalihe Troškovi i prihodi, porez Vlastiti kapital, dobitak poslije poreza Zamjena, proširenje, vrsta sredstava Vlastiti kapital, udjeli drugih, dugovi Proizvodnja u tijeku, stanje određene imovine
Financijska konsolidacija	Kreditna sposobnost Likvidnost Kapitalna struktura Tržišnost proizvoda i usluga	Ročnost potraživanja, ročnost obveza Stanje novca, zamjenjivost potraživanja i obveza Temeljni kapital, pričuve, zadržani dobitak Cijena proizvodnje, starost zaliha
Tržišni	Kakvoća proizvoda i usluga Proizvodne inovacije Servis potrošača Promidžba	Troškovi kontrole Troškovi istraživanja Vrste zalina Troškovi promidžbe, prihodi od prodaje
Položaj na tržištu	Prodaja Udio na tržištu Vrijednosni udio na tržištu Nova tržišta	Vrijednost prometa zaliha Podatci o količini prometa u grani Prihodi od prodaje te prihod grane Kupci u inozemstvu i vrijednost prodaje
Socijalni ciljevi	Dohodak Zadovoljstvo radnika Integracija	Bruto i neto plaće Troškovi zaštite na radu, troškovi prehrane, troškovi društvenih aktivnosti Broj zaposlenih po pogonima, naknade za otpremninu
Moć	Neovisnost Imidž Prestiž Utjecaj	Troškovi razvoja Troškovi promidžbe Položaj na rang-listi Troškovi honorara

Izvor: Miko, L. (2004.) Računovodstvene informacije kao podloga upravljanja društvom. Računovodstvo, revizija i financije. Br. 10. Listopad. Str. 26.-31.

Daje se zaključiti kako se ove vrste informacija uglavnom odnose na financijsko i menadžersko računovodstvo, te računovodstvo troškova. Sukladno tome, vrhovnom se menadžmentu dostavljaju informacije o temeljnim financijskim izvještajima, planovima i troškovima poslovnog subjekta. Zaključuje se kako one podržavaju

kvalitetno, učinkovito i efikasno strateško odlučivanje, a bez njih uspješnost i kvaliteta ovoga procesa bili bi višestruko upitni.

Osim ovih korisnika, svakako treba spomenuti i ulagatelje te upravu poduzeća. Informacije koje ovi subjekti ili dionici koriste nešto su raznovrsnije, a njihov pregled slijedi u Tablici 3.

Tablica 3. Računovodstvene informacije koje koriste ulagatelji i uprava poduzeća

Uprava	Vlasnici	Zajmodavci
Analiza poslovanja Bruto marža Profitna marža Analiza rashoda poslovanja Analiza kontribucije Poslovna poluga	**Profitabilnost** Profitabilnost ukupne neto vrijednosti Profitabilnost obične glavnice Zarada po dionici Novčani tijek po dionici Povišenje cijene dionice Ukupna dionička profitabilnost Analiza vrijednosti za dioničare	**Likvidnosti** Tekući odnos Opori test Vrijednost brze prodaje Model novčanog tijeka
Upravljanje resursima Obrtaj imovine Upravljanje obrtnim kapitalom Obrtaj zaliha Model potraživanja od kupaca Model obveza dobavljačima Efikasnost ljudskog resursa	**Raspored zarada** Dividende po dionici Prinos od dividendi Isplata i zadržavanje Pokriće dividendi	**Financijska poluga** Dug prema imovini Dug prema kapitalu Dug prema glavnici Međuovisnost rizika i nagrade
Profitabilnost Profitabilnost imovine Profitabilnost prije kamata i poreza Profitabilnost na temelju tekuće vrijednosti	**Tržišni pokazatelji** Omjer cijene i zarade te tržišne prema knjigovodstvenoj vrijednosti Relativno kretanje cijena Multiplikator novčanog tijeka	**Servisiranje duga** Pokriće kamata Pokriće kamata i glavnice Analiza novčanog tijeka

Izvor: Žic, I. (2002.) Računovodstvene informacije za potrebe ulagatelja i uprave. Računovodstvo, revizija i financije. Br. 8. Kolovoz. Str. 22.-26.

Osnovne skupine računovodstvenih informacija koje su namijenjene i koje se potražuju od strane uprave odnose se na analizu poslovanja, upravljanje resursima i ocjenu profitabilnosti poslovnog subjekta. Iz toga razloga u ovom su prikazu gotovo pa izjednačene sa pokazateljima analize financijskih izvještaja. Nadalje, vlasnicima su relevantne informacije u svezi profitabilnosti, rasporeda zarada i tržišnih pokazatelja, dok ulagatelji ili investitori potražuju informacije u svezi likvidnosti i dugovanja kako bi procjenili isplativost ulaganja u poslovni subjekt.

U kontekstu navedenoga treba istaknuti kako su informacije ove prirode, koje su namijenjene ulagačima, standardizirane. To zapravo znači da se temeljna financijska izvješća prilagođavaju funkcioniranju poslovnog sustava, odnosno izdvojeno se prikazuju rezultati poslovanja, financijsko poslovanje i ulaganja u financijsku imovinu. S druge strane, informacije namijenjene upravi nisu standardizirane, te se redovno revidiraju.

3. Poslovna komunikacija

Komunikacija se kao pojam i kao termin, odnosno kompleksni proces, može razmatrati na nekoliko različitih načina ili s nekoliko diferenciranih aspekata. Ona biva središnja tema u brojnim raspravama i istraživačkim pothvatima različite prirode, što ukazuje na njezinu interdisciplinarnost. Sukladno brojnim funkcijama ovoga procesa, moguće je govoriti i o multidimenzionalnosti komunikacije.

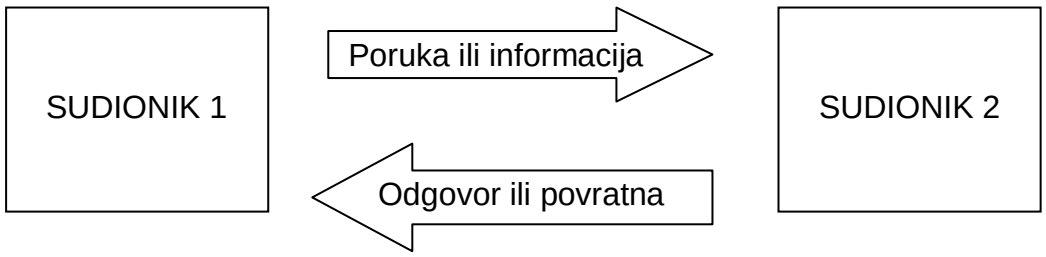
3.1. Komunikacija i poslovna komunikacija

Pojam komunikacije najjednostavnije se opisuje kao razmjena informacija između najmanje dva subjekata. Često se navodi kako je to vodeće diferencijalno svojstvo ljudi, koje ga pri tome razlikuje od svih ostalih živih bića. Pri tome, ona označava mogućnost ljudi da iskazuju svoje misli, želje i potrebe, osjećaje ili ekspresije te ostalo. Posljedično, u kontekstu sociooloških istraživanja, komunikacija je jedan od vodećih procesa ove prirode (Kraljević, Perkov, 2014: 17).

Povijesno gledajući, prvu definiciju komunikacije dao je C. H. Kooley 1909. godine, a od tada do danas provode se sve kompleksnija istraživanja komunikacije i njezine uloge u raznim procesima. Navedeni autor ističe kako je riječ o „mehanizmu pomoću kojega ljudski odnosi egzistiraju i razvijaju se, a čine ga svi simboli sa sredstvima njihova prenošenja u prostoru i njihova očekivanja u vremenu (Kraljević, Perkov, 2014: 17).“

Predmetni se proces najjednostvnije može iskazati ili predočiti na sljedeći način (Slika 2.).

Slika 2. Proces komunikacije



Izvor: Izrada autora prema: Kraljević, R., Perkov, D. (2014.)Menadžment tržišnih komunikacija. Zagreb: Plejada. Str. 17.

Dani prikaz predočava komunikaciju kao proces u njezinu najopćenitijem smislu. Ona se označava kao izmjena poruka ili informacija između sudionika komunikacije. Pri tome treba istaknuti kako poruke ne moraju nužno biti verbalne, već se komunikacija može provoditi i neverbalnim putem. Pri tome, ističu se dvije vodeće vrste ili skupine komunikacije (verbalna i neverbalna). Najčešće, komunikacije se provodi kombinirano, to jest verbalnim i neverbalnim putem, u kontekstu čega se kombinira govorno prenošenje informacija i komuniciranje tijelom ili pokretima.

Znanstveno i opće primjenjivo poimanje komunikacije određuje ovaj pojam kao „proces prenošenja različitih sadržaja s ciljem postizanja konkretnih učinaka, izmjenom poruka između pošiljatelja i primatelja u okviru društvenih odnosa koje ljudi uspostavljaju da bi informacije bile prihvaćene i obrađene prema namjeri pošiljatelja (Kraljević, Perkov, 2014: 18).“

Najjednostavnije rečeno, poslovna komunikacija je ona vrsta komunikacije koja se odvija u poslovnom svijetu i okruženju, a poradi postizanja poslovnih ciljeva. Danas se svakodnevno može identificirati enorman broj ovoga oblika komunikacije, a ona se poduzima u svrhu razmjene poslovnih informacija, postizanja poslovnih dogovora (ugovaranja), u svrhu razumijevanja aktualnih poslovnih izazova, ciljeva i sličnoga.

U praksi, poslovna komunikacija obuhvaća mnoge druge elemente pored samoga govora, odnosno verbalne i neverbalne komunikacije. Nju sačinjavaju elementi poput poslovnog odijevanja, pravila ophođenja s ljudima, poslovnog dopisivanja, tona glasa i govora tijela, upotrebe riječi pravila vođenja uljuđenog razgovora u raznim poslovnim situacijama, kao i ponašanje za i pri poslovnim objedima (Poslovni dnevnik, 2018).

3.2. Osnovna obilježja i vrste komunikacije

Iako se komunikacija i poslovna komunikacija načelno razlikuju kao pojmovi, ispravno je tvrditi kako je riječ uglavnom o razlikama koje se očituju kroz način provođenja komunikacije, ciljave i svrhu komuniciranja i samu prirodu ovoga procesa. Sukladno tome, obilježja i specifičnosti komunikacije podjednako vrijede za sve vrste ili oblike komuniciranja, pa se kao takva i istražuju u ovome radu.

Interpersonalna komunikacija, bilo da je riječ o poslovnoj il nekoj drugoj, zaniva se na šest osnovnih značajki. One se uzimaju kao osnovna obilježja ovoga procesa, pored ostalih značajki, a misli se na (Kraljević, Perkov, 2014: 18):

- Ljudi komuniciraju iz mnoštva različitih pobuda – razlozi su brojni, a među njima treba spomenuti stjecanje informacija, prodaju, pridobivanje ideje, pregovaranje i slično;
- Komunikacija rezultira namjeravanim i nenamjeravanim (planiranim i neplaniranim) učincima – neovisno o načinu iskazivanja informacije ili poruke, primatelj iste ne mora je nužno shvatiti na planirani način;
- Komunikacija je razmjena poruka – sugovornici se izmjenjuju u govorenju i slušanju, no najčešće komuniciraju istovremeno i razmjenjuju mnoštvo poruka;
- Komunikacija uključuje najmanje dvije osobe koje međusobno utječu jedna na drugu u jednakoj mjeri – komunikacija se smatra aktivnošću u kojoj niti jedna strana (sudionik) nema veći značaj ili ulogu od ostalih, a time i poruke koje se odašilju imaju jednaki tretman i značaj;
- Komunikacija se dogodila i kada ishod nije bio uspješan – komunikacija ne mora nužno uvijek rezultirati željenim učincima, no i u tom slučaju ona je provedena i kao takva se dogodila;

- Komuniciranje uključuje upotrebu simbola – misli se na simbole u riječima i gestikulaciji.

Pri istraživanju komunikacije, neovisno o tome o kojoj vrsti komunikacije je riječ, važno je integrirati sva navedena obilježja, kao i ostale značajke ovoga procesa. Poslovna komunikacija, kao proces specifične razmjene misli i poruka između zaposlenika organizacije, ali i zaposlenika te eksternog okruženja, zasniva se na načelima interakcije, dvomjernosti i razumijevanja. To su ujedno neka od obilježja koja prevladavaju u ovoj vrsti komunikacije, a smatra se kako je ona nešto kompleksnija, profesionalnija i ograničenija od slobodne ili svakodnevne komunikacije.

Osim razlikovanja verbalne, neverbalne i kombinirane ili mještovite komunikacije, važo je spomenuti i neke druge vrste ili skupine ovoga procesa. Njihov pregled daje se u nastavku (Tablica 4.).

Tablica 4. Vrste komunikacije

VRSTA	OBILJEŽJA
Interpersonalna i masovna komunikacija	• Komunikacija između dvije ili više osoba licem u lice; • Komunikacija putem masovnih medija, bez izravnog kontakta.
Učinkovita i neučinkovita komunikacija	• Komunikacija kod koje se postiže, odnosno ne postiže dogovor ili konsenzus, pronalazi ili ne pronalazi rješenje te ostvaruju, odnosno neostvaruju ciljevi.
Djelotvorna ili nedjelotvorna komunikacija	• Primatelj poruke istu razumije, odnosno ne razumije na adekvatan način.
Formalna ili neformalna komunikacija	• Komunikacija u strogo poslovnom kontekstu ili nešto slobodnija komunikacija ove prirode.

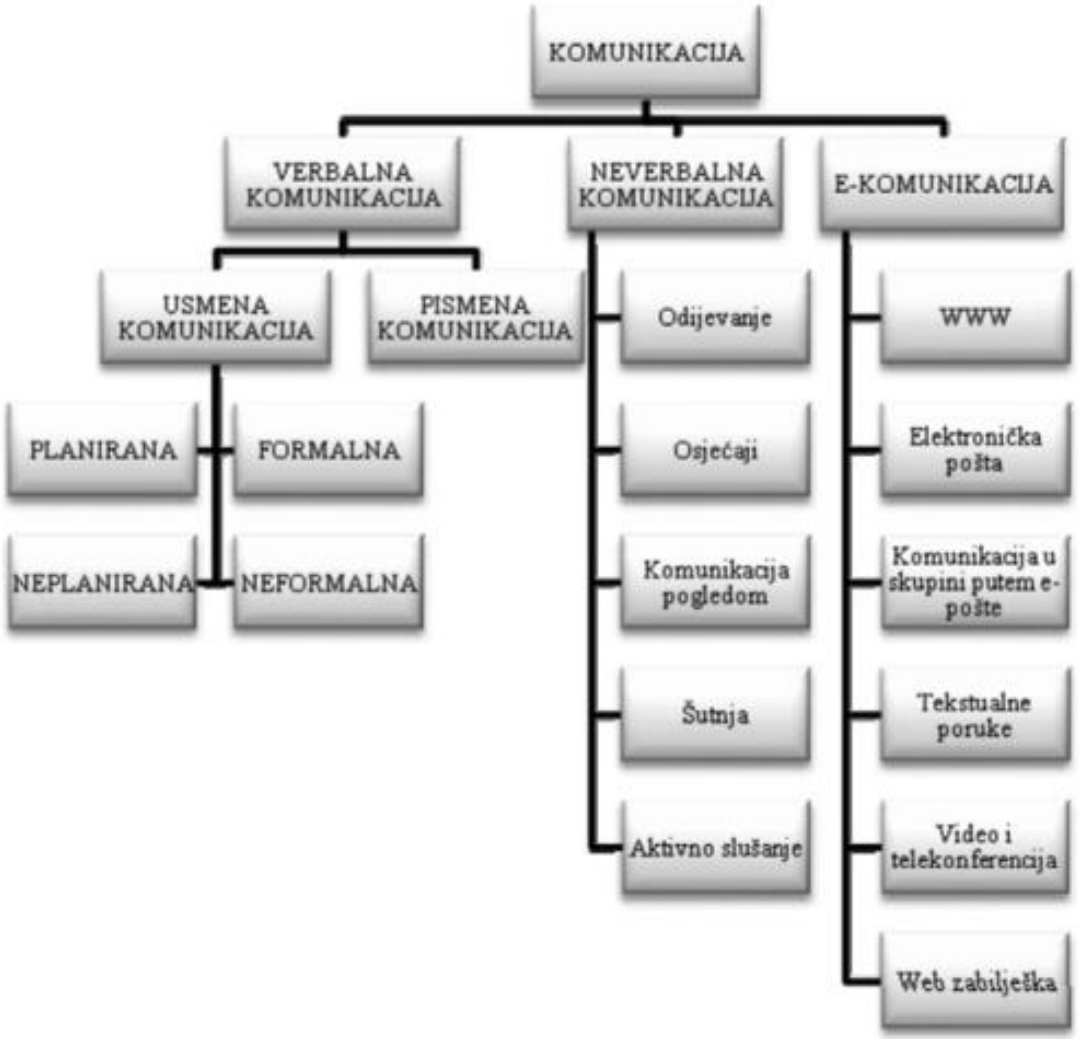
Izvor: Izrada autora prema: Grubešić, D. (2014.) Vrste i oblici komunikacija. Dostupno na: https://prezi.com/rasjyqhl0llj/vrste-i-oblici-komunikacija/ (08.09.2018.)

Vidljivo je kako u praksi postoji nekoliko oblika ili vrsta komunikacije generalno, a time i one poslovne. Osnovne vrste razilkuju se s obzirom na neka temeljna obilježja i rezultate ili učinke ovoga procesa. U nastavku slijedi pregled temeljnih funkcija komunikacije, o čemu je dijelom već bilo riječi.

3.3. Struktura i funkcije poslovne komunikacije

Poslovna se komunikacija u kontekstu suvremenog poslovnog svijeta razmatra kroz kompleksni pristup klasifikaciji. Pregled iste daje se u nastavku Slikom 3.

Slika 3. Struktura poslovne komunikacije u suvremeno doba



Izvor: Jurković, Z. (2012.) Važnost komunikacije u funkcioniranju organizacije. Dostupno na: https://hrcak.srce.hr/file/139713 (08.09.2018.). Str. 390.

Danim prikazom vidljivo je kako se poslovna komunikacija generalizira kroz verbalnu, neverbalnu i e-komunikaciju. Pri tome posebno treba naglasiti e-komunikaciju ili komunikaciju posredstvom interneta te suvremene tehnologije.

Poslovna komunikacija ima četiri osnovne funkcije unutar organizacije, neovisno o djelatnosti kojoj pripada i ostalim obilježjima. Misli se konkretno na funkciju kontroliranja, motiviranja, emocionalnog izražavanja i informiranja (Slika 4.).

Slika 4. Funkcije poslovne komunikacije



Izvor: Jurković, Z. (2012.) Važnost komunikacije u funkcioniranju organizacije. Dostupno na: https://hrcak.srce.hr/file/139713 (08.09.2018.). Str. 390.

Na temelju danoga prikaza potvrđuje se multiunkcionalnost računovodstva. Ove funkcije, osim što ukazuju na komunikacijski aspekt računovodstvene profesije, također argumentiraju nezamjenjivu ulogu na primjeru poslovnog subjekta.

Vidljivo je kako se kontroliranje odnosi na kontrolu nad zaposlenicima u organizaciji, no ona podrazumijeva i kontrolu poslovnih procesa, budućih odluka i aktivnosti. U kontekstu motiviranja, prvenstveno se misli na motiviranje zaposlenika na komunikaciju, odnosno, riječ je o suradnji i integraciji svih dionika u komunikacijski proces nekog poslovnog subjekta.

Emocionalno izražavanje važan je činitelj komunikacije generalno, a time i one poslovne. Riječ je o jednom od ključnih elemenata ovoga procesa, koji se nadovezuje na socijalnu interaciju zaposlenika.

Bez obzira na važnost svih navedenih funkcija, naglasak ipak treba staviti na informiranje kao najznačajniju u smislu suradnje računovodstvenih ureda i pripadajućih klijenata. Ona uključuje puno toga, od primopredaje dokumentacije te njene obrade, preko izrade pripadajućih izvještaja te poslovnih savjeta usmjerenih na poboljšanje poslovanja. Bez obzira na važnost informiranja tj. prijenosa informacija

vezanih za poslovanje poslovnih subjekata, može se reći da se zadnjih godina primjećuje opadanje važnosti informiranja klijenata
Razloga za to je mnogo, od toga da se jačanjem elektronskih medija i pristupa internetu mogućnost dolaska do određenih informacija povećala pa sve do primjetnog pada kvalitete nadzora referentnih institucija.

Za uspješno, učinkovito i efikasno funkncioniranje neke organizacije važno je održavati kontrolu nad svim zaposlenicima organizacije, stimulirati njihov rad, omogućiti izražavanje osjećaja, potreba i želja te upriličiti donošenje odlika. Sve to moguće je jedino uz uspješnu komunikciju, to jest realizaciju navedenih funkcija.

4. Poslovna komunkacija u kontekstu računovodstvene profesije

O poslovnoj komunikaciji, a dijelom i o onoj na primjeru računovodstva, već je bilo riječi prethodno u radu. Važno je istaknuti kako su načelno osnovna sredstva komunikacije računovodstvene profesije financijski izvještaji, a među njima su primarni bilanca i račun dobiti i gubitka. Osim instrumenata komunikacije računovodstvene profesiji, u kontekstu predmetne problematike treba istaknuti i valjanost osnovnih obilježja i determinanti poslovne komunikacije općenito. U kontekstu navedenoga, izniman značaj imaju i međunarodni računovodstveni standardi te opća pismenost u računovodstvenoj profesiji.

4.1. Financijski izvještaji kao sredstva komunikacije

Financijski izvještaji mogu se razmatrati kao ishod i rezultat računovodstva koji ima brojne korisnike kojima služe kao sredstvo informiranja i pomoć pri donošenju poslovnih odluka. Međutim, u okviru ove problematike riječ je o financijskim izvještajima kao instrumentima ili sredstvima komunikacije. Prema definiciji, oni predstavljaju službene zapise o financijskim aktivnostima neke pravne ili fizičke osobe, a odnose se na bilancu, račun dobiti i gubitka, izvještaj o novčanom toku, izvještaj o promjenama u glavnici i bilješke.

Pregled ovih izvještaja daje se redom (Gulin et al., 2006: 50):

- Bilanca – prikaz stanja imovine i obveza trgovačkog društva na određeni dan. Predstavlja pregledno sređen i vrijednosni iskaz svih dijelova aktive i pasive koje privredna organizacija ima u promatranom trenutku. U praksi, prva bilanca nastaje u trenutku osnivanja poduzeća, a daje uvid u osnivački kapital i vrstu imovine (aktiva). Izvori financiranja iskazani su u dijelu koji se naziva pasiva, a vrijednosti ovih dijelova moraju biti jednaki. Aktiva prikazuje vlasništvo poduzeća i njegovu vrijednost, pri čemu je popisana sva imovina po vrsti i vrijednosti pojedine stavke. Pasiva ili izvori imovine govori o tome kako je stvorena imovina poduzeća, a pri tome postoje dva izvora, kapital (glavnica) i obveze. Obveze su dugovanja poduzeća drugim osobama za isporučenu imovinu;

- Račun dobiti i gubitka – financijski izvještaj koji pruža informacije o uspjehu poduzeća za određeno razdoblje. On se razmatra kao iskaz prihoda, rashoda te poslovnog rezultata, a obračunsko razdoblje za koje se obvezno sastavlja izvještaj o dobiti je kalendarska godina, no može se sastavljati i za kraća razdoblja, ovisno o potrebi. Račun dobiti i gubitka prikazuje prihode, rashode i poslovni rezultat pa je riječ o sažetom prikazu promjena u zadržanoj dobiti koje su se dogodile tijekom obračunskog razdoblja, odnosno dvije bilance;
- Izvještaj o novčanom toku – financijski izvještaj koji prikazuje priljev i odljev novca te novčanih ekvivalenata tijekom obračunskog razdoblja. On iskazuje financijske kategorije, odnosno novčane primitke i novčane izdatke, a povezuje računovodstvo temeljeno na nastanku događaja i računovodstvo temeljeno na novčanoj osnovici;
- Izvještaj o promjenama kapitala – prikazuju promjene na glavnici između dvaju obračunskih razdoblja. Povezan je s bilancom i računom dobiti i gubitka, a evidentira promjene koje su nastale na svim dijelovima glavnice;
- Bilješke uz financijske izvještaje – sastavni su dio temeljnih financijskih izvještaja, a služe za prezentiranje i pojašnjavanje podataka iz financijskih izvještaja. Prema tome, sadrže sve podatke koji su bitni za bolje razumijevanje poslovanja poduzeća.

U prethodnom je tekstu bilo dijelom riječi o ovim izvještajima, sada su pobliže definirana. U kontekstu navedenoga, potvrđuje se da je riječ o sredstvima komunikacije računovodstvene profesije i korisnika, a ona moraju biti vrlo jasna, konzistentna, razumljiva, upotrebljiva i vremenski određena. Pri komuniciranju između predstavnika računovodstvene profesije i korisnika njihovih usluga pored izrade i tumačenja spomenutih financijskih izvještaja potrebno je poštivati načela poslovne komunikacije.

U kontekstu profesionalne komunikacije s aspekta računovođa u kontekstu ne samo nacionalnog već i međunarodnog poslovanja, pored navedenih izvještaja, izniman značaj imaju i Međunarodni računovodstveni standardi / Međunarodni standardi financijskog izvještavanja (MRS/MSFI), o kojima detaljnije slijedi u nastavku.

4.2. Međunarodni računovodstveni standardi

Međunarodni računovodstveni standardi (MRS), odnosno Međunarodni standardi financijskog izvještavanja (MSFI), podrazumijevaju dogovorena pravila o pripremanju, priznavanju i prezentaciji računovodstvenih stavki poslovnih subjekata (Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga, 2018). Njihov prvi prijevod na hrvatski jezik dala je Hrvatska zajednica Računovođa i financijskih djelatnika 1992. godine (Gulin et al., 2006: 13).

Potreba za primjenom ovih standarda u praksi nastupila je s promjenama u okruženju, a misli se na neujednačen makroekonomski razvoj, ubrzan razvoj financijskih tržišta kapitala i slično. U računovodstvenoj praksi sve to utječe i na kontinuitet promjena ovih standrada, odnosno nadopunjavanje i isključivanje određenih, a sukladno tome, 2001. godine MRS se nadopunjuju Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFI). Riječ je načelno o transformaciji financijskog izvještavanja s multinacionalnih računovodstvenih standarda prema jedinstvenim svjetskim računovodstvenim standardima (Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga, 2018).

Treba istaknuti kako MSFI-eve donosi Odbor za međunarodne računovodstvene standarde (engl. *International Accounting Standards Board* –IASB), a čiji su ciljevi redom sljedeći (Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga, 2018):

- „Razvijati, u javnom interesu, jedan skup visoko kvalitetnih, razumljivih i globalno primjenjivih računovodstvenih standarda koji zahtijevaju kvalitetne, transparentne i usporedive informacije u financijskim izvještajima i drugim financijskim izvještavanjima kako bi se pomoglo sudionicima u svjetskim tržištima kapitala i drugim korisnicima pri donošenju poslovnih odluka;
- Unaprijediti korištenje i primjenjivanje tih standarda;
- Aktivno raditi s nacionalnim kreatorima standarda kako bi se doveli do približavanja nacionalnih računovodstvenih standarda i MSFI-ja visoko kvalitetnim rješenjima.“

Uloga ovih standarda u računovodstvenoj komunikaciji je jedinstvena. Naime, oni doprinose unificiranom, razumljivom i profesionalnom stilu i okviru komuniciranja, za potrebe različitih skupina dionika, o kojima je već bilo riječi. Sukladno tome, ispravno

je tvrditi kako je riječ o osnovi računovodstvene poslovne komunikacije. U svrhu razumijevanja u Tablici 5. slijedi popis MRS, MSFI i HSFI (Hrvatski standardi financijskog izvještavanja).

Tablica 5. Popis MRS, MSFI, HSFI

MRS	MSFI	HSFI
• MRS 1 - Prezentiranje financijskih izvještaja • MRS 2 - Zalihe • MRS 7 - Izvještaj o novčanim tokovima • MRS 8 - Računovodstvene politike, promjene računovodstvenih procjena i greške • MRS 10 - Događaji nakon izvještajnog razdoblja • MRS 11 - Ugovori o izgradnji • MRS 12 - Porez na dobit • MRS 16 - Nekretnine, postrojenja i oprema • MRS 17 - Najmovi • MRS 18 - Prihodi • MRS 19 - Primanja zaposlenika • MRS 20 - Računovodstvo državnih potpora i objavljivanje državne pomoći • MRS 21 - Učinci promjena tečaja stranih valuta • MRS 23 - Troškovi posudbe • MRS 24 - Objavljivanje povezanih osoba • MRS 26 - Računovodstvo i izvješćivanje o mirovinskim planovima • MRS 27 - Nekonsolidirani financijski izvještaji • MRS 28 - Udjeli u pridruženim subjektima i zajedničkim pothvatima • MRS 29 - Financijsko izvještavanje u hiperinflacijskim gospodarstvima • MRS 32 - Financijski instrumenti: prezentiranje • MRS 33 - Zarada po dionici • MRS 34 - Financijsko izvještavanje za razdoblja tijekom godine • MRS 36 - Umanjenje imovine • MRS 37 - Rezerviranja, nepredviđene obveze i nepredviđena imovina • MRS 38 – Nematerijalna imovina • MRS 39 - Financijski instrumenti: priznavanje i mjerenje • MRS 40 - Ulaganja u nekretnine • MRS 41 - Poljoprivreda	• MSFI 1 - Prva primjena Međunarodnih standarda financijskog izvještavanja • MSFI 2 - Plaćanje temeljeno na dionicama • MSFI 3 - Poslovna spajanja • MSFI 4 - Ugovori o osiguranju • MSFI 5 - Dugotrajna imovina namijenjena prodaji i prestanak poslovanja • MSFI 6 - Istraživanje i procjena mineralnih resursa • MSFI 7 - Financijski instrumenti: objavljivanje • MSFI 8 - Poslovni segmenti • MSFI 10 - Konsolidirani financijski izvještaji • MSFI 11 - Zajednički poslovi • MSFI 12 - Objavljivanje udjela u drugim sbjektima • MSFI 13 - Mjerenje fer vrijednosti	• HSFI 1 - Financijski izvještaji • HSFI 2 - Konsolidirani financijski izvještaji • HSFI 3 - Računovodstvene politike, promjene računovodstvenih procjena i pogreške • HSFI 4 - Događaji nakon datuma bilance • HSFI 5 - Dugotrajna nematerijalna imovina • HSFI 6 - Dugotrajna materijalna imovina • HSFI 7 - Ulaganja u nekretnine • HSFI 8 - Dugotrajna imovina namijenjena prodaji i prestanak poslovanja • HSFI 9 - Financijska imovina • HSFI 10 - Zalihe • HSFI 11 - Potraživanja • HSFI 12 - Kapital • HSFI 13 - Obveze • HSFI 14 – Vremenska razgraničenja • HSFI 15 - Prihodi • HSFI 16 - Rashodi • HSFI 17 - Poljoprivreda

Izvor: Izrada autora prema: Cota, B. (2015.) Međunarodni standardi financijskog izvještavanja. Dostupno na: http://www.rif.hr/Uploads/MSFI%20NULTI.pdf. Str. 1.

Ovi standardi imaju za cilj unapređenje i profesionalnost komunikacije na razini nacionalnih računovodstvenih profesija, kao i unificiranje te razumijevanje predmetne komunikacije na međunarodnoj razini. Osobit značaj poprimaju u suvremeno doba, s

obzirom na međunarodni karakter poslovanja, međunarodne integracije i ostale globalizacijske procese koji se intenziviraju u današnjici, a višestruko izmjenjuju međunarodno poslovanje kao i računovodstvenu profesiju.

4.3. Računovodstvena pismenost

Računovodstvena profesija ima vrlo dugu povijest. Jednako tako, računovodstvena komunikacija, ali i pismenost, usporedno se razvijaju s istom. S obzirom da računovodstvo, danas više nego ikada, podržava i unapređuje poslovanje poslovnih subjekata, kvalitetno komuniciranje unutar ove profesije od presudnog je značaja. Za kvalitetu komunikacije ove prirode vrlo je značajna i pripadajuća pismenost.

Prvenstveno, razina profesionalnosti unutar ove profesije, a time i kvaliteta komuniciranja ovise o postojanju i kvaliteti formalnog obrazovanja, kvaliteti dodatnog obrazovanja te kontinuiranoj edukaciji. Iako računovodstvena pismenost nije učestala tema u stručnoj literaturi, vjeruje se kako u praksi ima izniman značaj, za koji se vjeruje kako će se u budućnosti dodatno intenzivirati.

Prema definiciji, računovodstvena pismenost definira se kao sposobnost razumijevanja i korištenja jezika računovodstva za rješavanje problema (Pera, 2017: 23). Točnije, moguće je istaknuti kako je riječ o sposobnosti uspješnog komuniciranja u okviru ove profesije. Upravo zbog toga, uloga ovoga elementa u kontekstu predmetne problematike je osobita.

U praksi računovodstvena pismenost pomaže da se znakovi potencijalnih poslovnih katastrofa predvide, odnosno da se uz profesionalnu komunikaciju i razumijevanje minimiziraju rizici i problemi te maksimiziraju prilike. Neke od općenitih koristi iste mogu se razmatrati kroz (Pera, 2017: 23):

- Prilagođavanje promjenjivim poslovnim okruženjima i situacijama;
- Održavanje konkurentnosti;
- Uspješno komuniciranje unutar profesije i održavanje komunikacije s vanjskim korisnicima;
- Izbjegavanje i otklanjanje rizika;
- Učinkovitija komunikaciju s menadžerima i računovodstvenim odjelima.

Uslijed navedenih prednosti, danas se intenzivira potreba za računovodstvenim opismenjivanjem i unapređenjem istoga. U tu svrhu preporučuju se i provode razne aktivnosti, a od generalnih smjernica moguće je istaknuti (Pera, 2017: 24):

- Čitanje – informiranje kroz knjige, časopise, magazine;
- Strpljenje – vrijeme za usvajanje osnovnih računovodstvenih pojmova, kao i za daljnje razumijevanje onih kompleksnijih;
- Educiranje (cjeloživotno obrazovanje) – tečajevi, seminari, konferencije i slično;
- Savjetovanje – suradnja, razmjena informacija, povezivanje, tečajevi;
- Korištenje masovnih medija, posebice interneta.

Treba istaknuti kako postoje razni instrumenti ili kanali računovodstvenog opismenjivanja. Oni ne utječu samo na uspješniju i učinkovitiju komunikaciju ove prirode, već doprinose i općem te profesionalnom obrazovanju i usavršavanju. Osim formalnih kanala, a misli se na obrazovne institucije, razne tečajeve i slično, treba spomenuti i konferencije te slična događanja, istraživanje znanstvene istručne literature te interneta, praćenje medija, komuniciranje unutar i izvan struke i slično. Vjeruje se kako će njihov značaj u budućnosti rasti, uslijed intenziviranja razvoja saznanja o značaju poslovne komunikacije u računovodstvenoj profesiji, ali i šire.

5. Zaključak

Iako se računovodstvo može razmatrati s nekoliko različitih aspekata, koji ukazuju na multifunkcionalnost istoga, smatra se ispravnim tvrditi kako je riječ o univerzalnoj djelatnosti i uslužnoj poslovnoj aktivnosti koja podržava poslovanje svih poslovnih subjekata. Također, vjeruje se kako je riječ o jednom od važnijih elemenata svake organizacije, odnosno poslovnog subjekta. To se potvrđuje nizom funkcija ove profesije, a generalno se ističe kako ona doprinosi svakodnevnom poslovanju, održavanju konkurentnosti, izbjegavanju rizika u poslovanju i iskorištavanju poslovnih prilika, te učinkovitoj i efikasnoj kontroli poslovanja.

Kako bi rezultati računovodstvene profesije bili što uspješniji, važno je istu provoditi na optimalan način. Pri tome, jedan od temeljnih elemenata je kvaliteta komunikacije, odnosno razina financijske i računovodstvene pismenosti. Pri tome nije samo riječ o poslovnoj komunikaciji, već o nešto širem pojmu. Kompleksnost ove komunikacije proizlazi iz specifičnosti računovodstvene profesije, kao i brojnosti uloga iste na razini unutarnjih i vanjskih korisnika informacija.

Za kvalitetnu i učinkovitu komunikaciju važno je integrirati sva sredstva komunikacije s obzirom da se ista međusobno nadopunjuju te kao takva daju cjelovitije i kvalitetnije informacije o svim nastalim poslovnim događajima.

Pri provedbi predmetne komunikacije, osim korištenja sredstava, važno je poštivati generalna načela poslovne komunikacije. O uspješnosti navedenoga ovisi razina znanja, a misli se podjednako na formalno i neformalno. Također, u suvremeno doba sve veći značaj dobivaju i ostali čimbenici poput snalažljivosti, talenta komuniciranja, kombiniranja verbalnog i neverbalnog komuniciranja te iskustvo.

Vjeruje se kako će budući razvoj računovodstvene profesije biti obilježen napretkom u metodama i načinima profesionalnog i financijsko - računovodstvenog komuniciranja. Pri tome, očekivani su razni inovativni oblici komuniciranja, uspostava kompleksnijeg okvira međunarodnih financijskih standarda i onih nacionalnih, kao i ostale promjene. Vjeruje se kako će na navedeno uvelike utjecati opće promjene na

razini međunarodne ekonomije, ali i šire. Izniman značaj mogao bi imati i intenzivan razvoj tehnologije i tehnoloških dostignuća, kao i napredak elektroničkog poslovanja.

Unatoč navedenome, kao i budućem ishodu u okviru ove problematike, potvrđuje se kako o kvaliteti računovodstvenog komuniciranja ovisi uspjeh poslovanja i nastupa svih dionika. Pri tome se ne misli samo na poslovne subjete kao takve, već i na sve skupine korisnika računovodstvenih informacija i podataka.

Literatura

Knjige:

1. Gulin i suradnici (2006.) Računovodstvo. Zagreb: RiF
2. Kraljević, R., Perkov, D. (2014.) Menadžment tržišnih komunikacija. Zagreb: Plejada.
3. Štahan, M. (2017.) Računovodstvo i porezi za poduzetnike. Zagreb: TEB Poslovno savjetovanje.

Članci:

1. Miko, L. (2004.) Računovodstvene informacije kao posloga upravljanja društvom. Računovodstvo, revizija i financije. Br. 10. Listopad. Str. 26.-31.
2. Žic, I. (2002.) Računovodstvene informacije za potrebe ulagatelja i uprave. Računovodstvo, revizija i financije. Br. 8. Kolovoz. Str. 22.-26.

Internet izvori:

1. Cota, B. (2015.) Međunarodni standardi financijskog izvještavanja. Dostupno na: http://www.rif.hr/Uploads/MSFI%20NULTI.pdf (10.09.2018.).
2. Grubešić, D. (2014.) Vrste i oblici komunikacija. Dostupno na: https://prezi.com/rasjyqhl0llj/vrste-i-oblici-komunikacija/ (08.09.2018.)
3. Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga (2018.) Međunarodni računovodstveni standardi. Dostupno na: https://www.hanfa.hr/getfile/39377/Me%C4%91unarodni%20ra%C4%8Dunovodstveni%20standardi%20i%20Me%C4%91unarodni%20standardi%20financijskog.pdf (10.09.2018.)
4. Jurković, Z. (2012.) Važnost komunikacije u funkcioniranju organizacije. Dostupno na: https://hrcak.srce.hr/file/139713 (10.09.2018.)
5. Kercan, J. (2009.) Računovodstvena profesija u Hrvatskoj. Dostupno na: http://eknjiznica.unipu.hr/526/1/2009_50.pdf (08.09.2018.)

6. Pera, S. (2017.) Obilježja računovodstvene pismenosti menadžera u mikro poduzećima.Dostupno na: https://repozitorij.efst.unist.hr/islandora/object/efst%3A1723/datastream/PDF/view (10.09.2018.)
7. Poslovni dnevnik (2018.) Poslovna komunikacija i poslovni bonton. Dostupno na: http://www.poslovni.hr/after5/5-pravila-poslovnog-bontona-337415 (08.09.2018.)
8. Tokić M. (2011) Značajke računovodstvenog informacijskog sustava poduzetnika. Dostupno na: https://hrcak.srce.hr/file/112975 (09.09.2018.).

Popis slika

Slika 1. Elementi računovodstva kao informacijskog sustava 6
Slika 2. Proces komunikacije 14
Slika 3. Struktura poslovne komunikacije u suvremeno doba 18
Slika 4. Funkcije poslovne komunikacije 19

Popis tablica

Tablica 1. Korisnici računovodstvenih informacija 8
Tablica 2. Računovodstvene informacije značajne za vrhovne menadžere..... 10
Tablica 3. Računovodstvene informacije koje koriste ulagatelji i uprava poduzeća.. 11
Tablica 4. Vrste komunikacije 17
Tablica 5. Popis MRS, MSFI, HSFI 25

Sažetak

Računovodstvena komunikacija izravno utječe na kvalitetu provedbe računovodstvene profesije u praksi. Pored toga, o uspješnoj poslovnoj komunikaciji ove prirode ovise i rezultati svih povezanih dionika, od samog poslovnog subjekta, preko vlasnika, uprave i menadžera, do ulagatelja i javnosti.

Osnovna sredstva računovodstvenog komuniciranja su financijski izvještaji, koji svjedoče o specifičnosti ove komunikacije. Optimalnim se u praksi smatra njihovo integrirano korištenje. Ipak, kvaliteti ove komunikacije treba pridodati i neke suvremene trendove poput poštivanja međunarodnih standarda, korištenja tehnologije, razvoja računovodstvene pismenosti i slično.

Na budućnost računovodstvene komunikacije utjecati će dinamični međunarodni trendovi ekonomskog karaktera, ali i oni drugi. Sukladno tome, očekuju se značajnije primjene u smjeru unapređenja iste, kao i razvoja nekih novih alata ili instrumenata komuniciranja ove prirode.

Ključne riječi: računovodstvena komunikacije, financijski izvještaji, međunarodni standardi, računovodstvena pismenost

Summary

Accounting communications directly affect the quality of the accounting profession in practice. In addition, successful business communications of this nature depends on the results of all affiliated stakeholders, from the business entity itself, through owners and managers, to the investors and the public.

The basic resources of accounting training are financial statements. They testify to the specifics of this communication. In practice it is considered that their optiumum use is when they are integrated in process. However, the quality of this communication should also include some contemporary trends such as respecting international standards, technology usage, accounting writing and the like.

The future of accounting communication will be influenced by dynamic international trends of the economic character, but also the others. Consequently, significant improvements in the use of the same as well as the development of some new tools or instruments of communication of this nature are expected.

Key words: accounting communications, financial reports, international standards, accounting letters