



Globalni ciljevi, lokalni rezultati

Izveštavanje o održivosti: Koliko su daleko kompanije na domaćem tržištu odmakle na putu ka održivoj budućnosti?

KPMG Srbija

Oktobar 2024. godine



Sadržaj

01	Zelena misija - Ciljevi istraživanja i analize	3
02	Rezime	4
03	Prvi koraci ka održivosti - Uvod u istraživanje	6
04	Prakse izveštavanja	9
05	Materijalne teme i procena materijalnosti	12
06	Angažovanje zainteresovanih strana	17
07	Ciljevi i strategija	20
08	GHG emisije i ciljevi smanjenja	22
09	Izveštavanje o Ciljevima održivog razvoja (SDGs)	24
10	Put ka održivijoj budućnosti - Sledeći koraci	27
11	Rečnik	29
12	Kontakt	30

Zelena misija - Ciljevi istraživanja i analize

Predstavljamo vam našu prvu analizu izveštaja o održivom poslovanju kompanija na domaćem tržištu, urađenu sa ciljem identifikacije trenutnih praksi izveštavanja i mogućih prostora za unapređenje.

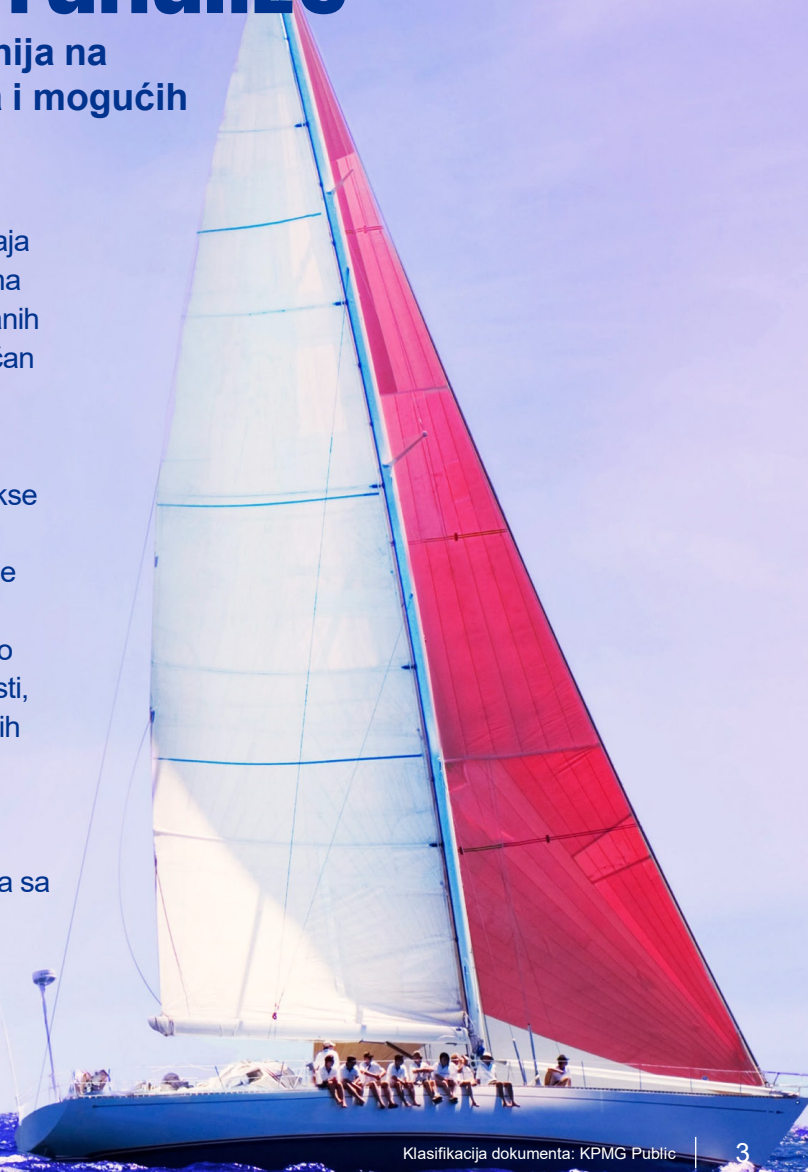
Izveštavanje o održivosti predstavlja značajan strateški alat za kompanije, omogućavajući im da prikažu svoje ekološke, društvene i upravljačke performanse (eng. Environmental, Social, and Governance) i napore svojim zainteresovanim stranama. Izveštaj o održivosti je često prvi korak koji vodi domaće kompanije ka identifikaciji sopstvenog uticaja i posledično uspostavljanju strategije održivosti.

Prema Zakonu o računovodstvu u Srbiji je trenutno samo oko 220 kompanija u obavezi, da izveštava o nefinansijskim pokazateljima. Međutim, ovim zakonom ne postoji konkretno propisana struktura niti metodologija koju je potrebno pratiti.

Sa druge strane, od 2024. godine, sa primenom Direktive Evropske Unije o izveštavanju o održivosti - CSRD (eng. Corporate Sustainability Reporting Directive) i Evropskih standarda za izveštavanje o održivosti - ESRS (eng. European Sustainability Reporting Standards), **više od 50.000 kompanija biće u obavezi da izveštava na ovu temu, uključujući i one van EU čije podružnice posluju u EU ili koje su prisutne na regulisanim tržištima EU.**

Cilj CSRD direktive je da poveća transparentnost i odgovornost u poslovanju kroz standardizaciju izveštaja o održivosti, omogućavajući zainteresovanim stranama pristup relevantnim podacima za donošenje informisanih odluka. U tom kontekstu, ova analiza predstavlja ključan korak u razumevanju trenutnih praksi izveštavanja o održivosti kompanija u Srbiji.

Fokus ovog istraživanja je usmeren na postojeće prakse izveštavanja, identifikovanje glavnih izazova i identifikacije prostora za unapređenje. Ovo istraživanje predstavlja prvi takav pregled koji je sprovedla KPMG Srbija i obuhvata analizu različitih aspekata izveštaja o održivom poslovanju, uključujući procenu materijalnosti, procese za identifikaciju i angažovanje zainteresovanih strana, usklađenost sa standardima za izveštavanje, analizu ciljeva vezanih za ekološke, društvene i upravljačke teme, uvezanost sa Ciljevima održivog razvoja, kao i prakse izveštavanja o emisijama gasova sa efektom staklene bašte (GHG).



Rezime

95%



Analiziranih izveštaja sadrži materijalne ESG teme

95%



Analiziranih izveštaja uključuje u nekoj meri Ciljeve održivog razvoja

Nijedna kompanija ne izveštava o klimatskim rizicima kroz upotrebu



TCFD okvira

GRI

predstavlja najkorišćeniji standard za izveštavanje na srpskom tržištu. Najveći broj kompanija izveštava sa referencom na GRI, dok samo 3 kompanije izveštavaju u skladu sa ovim standardom

Klimatske promene i GHG emisije predstavljaju najzastupljeniju materijalnu temu



61%

Analiziranih kompanija u okviru svog izveštaja predstavlja apsolutne GHG emisije



33%

izveštaja je eksterno verifikovano



Društvene teme

predstavljaju najzastupljenije teme i u proseku čine 42% tema o kojima se izveštava

Istraživanje uočava 5 ključnih trendova u praksama izveštavanja o održivosti:

1. Izveštavanje o održivosti zauzima sve veći značaj među kompanijama na srpskom tržištu

Prakse izveštavanja o održivosti na domaćem tržištu su i dalje u ranoj fazi implementacije, sa nedovoljnim brojem kompanija koje se time bave. Međutim, sve je veći broj kompanija koje uočavaju značaj izveštavanja o održivosti, što može biti usled internog prepoznavanja strateškog značaja ESG tema, ali i usled pritisaka regulativa i lanca snabdevanja. Upravo zato, očekuje se da će broj kompanija koje izveštavaju iz godine u godinu rasti i da će se prakse izveštavanja postepeno unapređivati.

2. Izveštavanje o održivosti zasniva se na materijalnosti uticaja

Prilikom izrade izveštaja, najkorišćeniji su GRI standardi, pri čemu najveći broj kompanija koristi opciju izveštavanja sa referencom na GRI standarde. Samo se jedna kompanija poziva na SASB standarde.

79% kompanija koristi pristup materijalnosti uticaja kada definiše najznačajnije ekološke, društvene i upravljačke teme. Međutim, nijedna kompanija u svojim izveštajima ne prepoznaje konkretne ESG rizike i prilike, niti kvantifikuje njihov potencijalni finansijski uticaj na poslovanje.

Većina kompanija ne pruža detaljno objašnjenje procesa identifikacije materijalnih tema i angažovanja zainteresovanih strana.

3. Veliki broj materijalnih tema i nedostatak konkretnih ciljeva

Prosečan broj materijalnih tema o kojima se izveštava je 16, a najveći deo tih tema odnosi se na društvena pitanja. 63% izveštaja ne prikazuje materijalne teme u obliku matrice, što bi omogućilo jasan prikaz perspektiva eksternih i internih zainteresovanih strana.

Iako većina izveštaja o održivom poslovanju detaljno opisuje prethodne aktivnosti, samo mali broj njih uključuje jasne planove i merljive ciljeve za buduće napore u oblasti održivosti. U većini slučajeva koriste se isključivo istorijski podaci, a izveštavanje je pretežno narativnog karaktera. Uočava se nedostatak konkretnih ciljeva vezanih za identifikovane materijalne teme, što bi korisnicima izveštaja dalo jasan uvid u to gde se kompanija nalazi na svom putu održivosti.

4. Kada se izveštava o ciljevima održivog razvoja UN-a, prioritet se daje kvantitetu u odnosu na kvalitet

Većina kompanija uključuje Ciljeve održivog razvoja (SDGs) u svoje izveštaje, pri čemu čak 95% kompanija na neki način integriše ove ciljeve u svoje izveštavanje. Od ukupno 19 analiziranih izveštaja, 21% kompanija pokriva svih 17 ciljeva održivog razvoja.

Tri cilja koja su najzastupljenija u ovim izveštajima su: SDG 8 - Dostojanstven rad i ekonomski rast, SDG 12 - Odgovorna potrošnja i proizvodnja i SDG 13 - Akcija za klimu.

5. GHG emisije

Klimatske promene i GHG emisije najčešća su materijalna tema, prisutna u 95% analiziranih izveštaja. Većina kompanija izveštava o apsolutnim emisijama iz Scope 1 i 2, međutim, uočava se nedostatak transparentnosti u vezi sa korišćenim metodologijama za obračun emisija. Pored toga, samo 20% kompanija je postavilo konkretne ciljeve vezane za ovu temu.

Prvi koraci ka održivosti – Uvod u istraživanje



Zeleni uzorak - osnova za analizu

Da li su kompanije u Srbiji spremne za izveštavanje o održivosti?

Sa ciljem da se proceni pripremljenost kompanija u Srbiji za izveštavanje o ESG temama i njihova spremnost da pripreme kvalitetne izveštaje o održivom poslovanju u skladu sa regulatornim zahtevima, odabran je uzorak kompanija za istraživanje.

Kriterijumi koji su korišćeni u inicijalnom pregledu kompanija uključuju:

- 1) Relevantnost pravnog okvira (u analizu su uključena akcionarska društva, društva sa ograničenom odgovornošću i komanditna društva);
- 2) Da li imaju izveštaj o održivom poslovanju? - Izveštaj treba da bude specifičan za teritoriju Republike Srbije. Izveštaji sa globalnog nivoa, posebno u slučaju multinacionalnih kompanija, nisu predmet istraživanja;
- 3) Izveštaj o održivom poslovanju treba da sadrži strukturu, osnovne teme i segmente koji su standardni za ovu vrstu izveštaja (npr. materijalne teme, aktivnosti kompanije u oblasti održivog poslovanja, kao i da li prate neki standard izveštavanja)- nefinansijski pokazatelji u okviru Godišnjeg izveštaja o poslovanju nisu uzeti u obzir;
- 4) Izveštaj treba da se odnosi na 2022. ili 2023. finansijsku godinu.

Identifikovano je
20
kompanija koje
pripremaju izveštaj za
lokalno tržište*



95%

velikih preduzeća **ne**
sastavlja izveštaj o održivom
poslovanju za lokalno tržište

100%

srednjih preduzeća **ne**
sastavlja izveštaj o održivom
poslovanju za lokalno tržište

* Dve kompanije su zajedno razvile i objavile izveštaj o održivom poslovanju, zbog čega je analizirano ukupno 19 izveštaja.

Nakon filtriranja prema navedenim kriterijuma, ukupan pregled obuhvaćenih kompanija iznosi:

Preduzeća su klasifikovana prema broju zaposlenih:

- 1) Velika preduzeća (preko 500 zaposlenih) - 278 kompanija;
- 2) Srednja preduzeća (od 250 do 500 zaposlenih) - 310 kompanija;
- 3) Mala preduzeća (od 100 do 250 zaposlenih) – 1.085 kompanija;
- 4) Banke koje posluju na tržištu Republike Srbije - 20 finansijskih institucija;
- 5) Kompanije definisane kao mikro nisu ušle u obim istraživanja.



Uzorak u brojkama

Nakon razmatranja postojanja praksi izveštavanja koje ispunjavaju kriterijume pretrage, formirali smo finalni uzorak od 20 kompanija za istraživanje.

Obuhvaćene kompanije mogu da se klasifikuju na sledeće načine:



Prakse izveštavanja



Osnove izveštavanja kompanija iz istraživanja

Od 20 kompanija obuhvaćenih istraživanjem, 11 su domaće, dok je 9 u stranom vlasništvu.

U skladu sa Zakonom o Računovodstvu Republike Srbije, 17 kompanija obuhvaćenih istraživanjem je u obavezi nefinansijskog izveštavanja od 2021. godine.

Od 20 obuhvaćenih kompanija, 17 već barem dve godine izveštava na temu održivog poslovanja.

Najduži period tokom kojeg je jedna kompanija objavljivala izveštaje o održivom poslovanju iznosi 16 godina, dok je **6 godina prosečan broj godina tokom kojih kompanije objavljuju izveštaje**. Kompanije koje su započele izveštavanje pre 2010. godine većinom su od tada počele da koriste GRI standarde za izveštavanje o održivosti.

10 kompanija je započelo izveštavanje o održivom poslovanju **između 2020. i 2023. godine**.

17

izveštaja je objavljeno kao **zaseban dokument**, dok su dva objavljena kao sastavni deo godišnjeg izveštaja kompanije, uz ispunjenje potrebne strukture

12

obuhvaćenih izveštaja je objavljeno pod nazivom „**Izveštaj o održivom poslovanju**“

14

izveštaja je dostupno na **srpskom i engleskom jeziku**, dok je samo jedan na engleskom

10

izveštaja se **odnosi na 2023. godine**, dok se ostali odnose na 2022. godinu

Sve kompanije obuhvaćene istraživanjem izradile su izveštaje prema dobrovoljnim standardima za izveštavanje

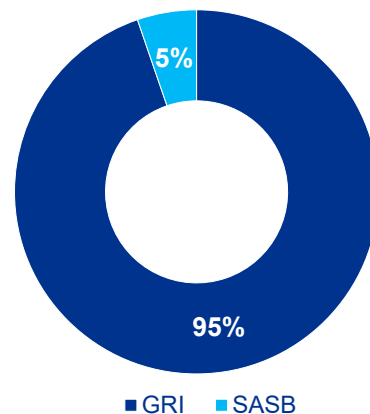
Dva najzastupljenija standarda za izveštavanje o održivosti su Globalna inicijativa za izveštavanje - GRI (eng. Global Reporting Initiative) i Međunarodni odbor za standarde održivosti - SASB (eng. Sustainability Accounting Standards Board). Iako oba standarda igraju ključnu ulogu u izveštavanju o održivosti, razlikuju se u fokusu i ciljnoj publici.

SASB se prvenstveno fokusira na pitanja održivosti koja su od značaja za investitore, koristeći sektorski pristup i pružajući smernice specifične za različite industrije. Ove smernice su usmerene na pružanje informacija koje su direktno relevantne za finansijske odluke. Sa druge strane, **GRI standardi** obuhvataju šire ekonomske, ekološke i društvene uticaje kompanije u kontekstu održivog razvoja i relevantni su za širok spektar zainteresovanih strana, pružajući sveobuhvatan pregled.

Ni GRI ni SASB standardi ne zahtevaju obaveznu verifikaciju izveštaja o održivom poslovanju, međutim oba okvira pružaju smernice za verifikaciju. **Od obuhvaćenih izveštaja u našem istraživanju, 33% je eksterno verifikovano** od strane revizorskih kuća.

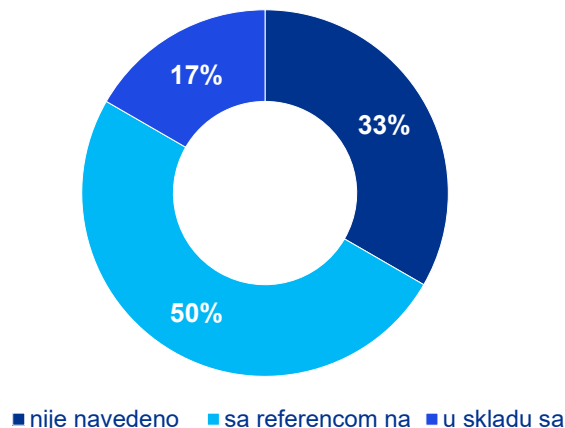
6 Izveštaja je verifikovano od strane revizorske kuće

Figura 1: Standardi korišćeni za potrebe izveštavanja



Od 19 izveštaja obuhvaćenih istraživanjem, 18 je pripremljeno koristeći **GRI standarde**, dok je 1 pripremljen u skladu sa **SASB standardima**.

Figura 2: GRI standardi- pristupa*



Od 18 izveštaja pripremljenih prema GRI standardima, **9 je pripremljeno "sa referencom na" GRI**, dok su **3 "u skladu sa" GRI standardima**. U GRI indeksu sadržaja, 6 izveštaja nije navelo na koji način su primenjeni GRI standardi.

Glavna razlika između izveštavanja „u skladu sa“ GRI standardima i „sa referencom“ na GRI je u nivou usklađenosti. Izveštavanje „u skladu sa“ GRI znači da kompanija u potpunosti ispunjava sve smernice i zahteve GRI standarda, dok „sa referencom“ označava da se GRI koristi kao okvir ili referenca, ali ne pokriva sve zahteve.

* Pristup korišćenja GRI standarda identifikovan je na osnovu pristupa navedenog u okviru GRI indeksa sadržaja.

Materijalne teme i procena materijalnosti



Materijalne teme - Osnova izveštavanja

Procena materijalnosti je strateški poslovni alat i podrazumeva proces određivanja najznačajnijih ekoloških, društvenih i upravljačkih tema i ujedno predstavlja osnovu za izveštavanje o održivosti.

Materijalne teme omogućavaju kompaniji da svoje napore fokusira na one aspekte koje su od najvećeg značaja za kompaniju, njene zainteresovane strane i širu zajednicu.

Sve kompanije domaćeg vlasništva koje izveštavaju o održivosti sprovele su procenu materijalnosti koristeći pristup materijalnosti uticaja, dok su sve kompanije u stranom vlasništvu koje su predmet analize preuzele materijalne teme sa nivoa grupe i prilagodile informacije o kojima se izveštava lokalnim rezultatima. Nijedan od analiziranih izveštaja nije sadržao informacije o rizicima i prilikama iz aspekta finansijske materijalnosti, niti je korišćen neki od dobrovoljnih standarda, poput TCFD.

Od ukupnog broja analiziranih izveštaja, **11 kompanija objavilo je proces identifikacije materijalnih tema**, dok je samo jedna objavila prag materijalnosti.

Figura 3: Pristup materijalnosti



- Prilikom identifikacije materijalnih tema, kompanija koristi pristup materijalnosti uticaja
- Prilikom identifikacije materijalnih tema, kompanija koristi pristup finansijske materijalnosti
- Prilikom identifikacije materijalnih tema, kompanija koristi pristup duple materijalnosti
- Kompanija ne predstavlja pristup materijalnosti

Figura 4: Broj materijalnih tema

7
Najmanji broj materijalnih tema

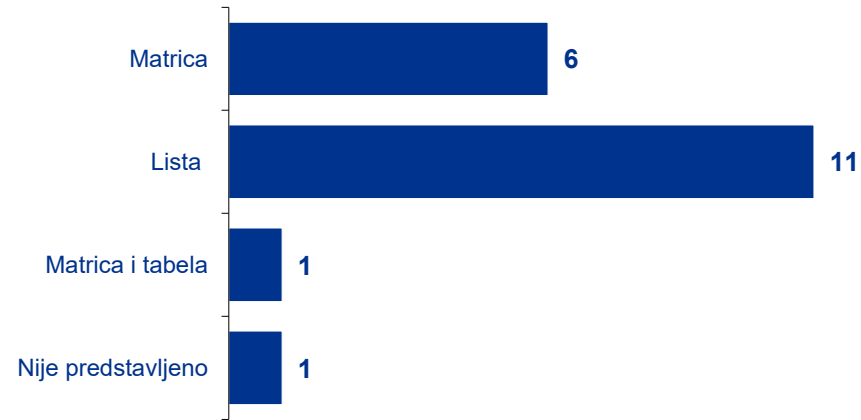
16
Prosečan broj materijalnih tema

34
Najveći broj materijalnih tema



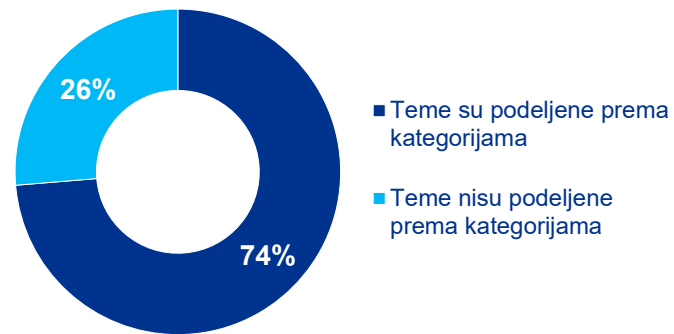
Način predstavljanja materijalnih tema

Figura 5: Način predstavljanja materijalnih tema



U cilju sagledavanja značajnosti tema za zainteresovane strane i kompaniju, materijalne teme se predstavljaju u formi matrice materijalnosti. Najveći broj analiziranih izveštaja predstavlja materijalne teme kroz listu tema, dok je matrica materijalnosti prisutan u 6 izveštaja. Samo jedan izveštaj predstavlja materijalne teme kroz matricu i tabelu.

Figura 6: Kategorije tema



Neretko, kroz izveštaje održivosti, teme se predstavljaju kroz kategorije, u cilju davanja konteksta i predstavljanja tema u relevantnu oblast delovanja. U okviru analiziranog uzorka, 74% kompanija predstavlja teme prema kategorijama.

Društvene teme su najčešće obrađene

Najzastupljenije teme o kojima se izveštava su društvene teme, koje predstavljaju 42% ukupnih materijalnih tema.

U svim analiziranim izveštajima, društvene teme predstavljaju skoro polovinu materijalnih tema, praćene ekološkim temama, koje u proseku čine 30% materijalnih tema izveštaja. Najmanje se izveštava o upravljačkim temama, koje u proseku čine 28% materijalnih tema.

Figura 7: Ekološke, društvene i upravljačke materijalne teme

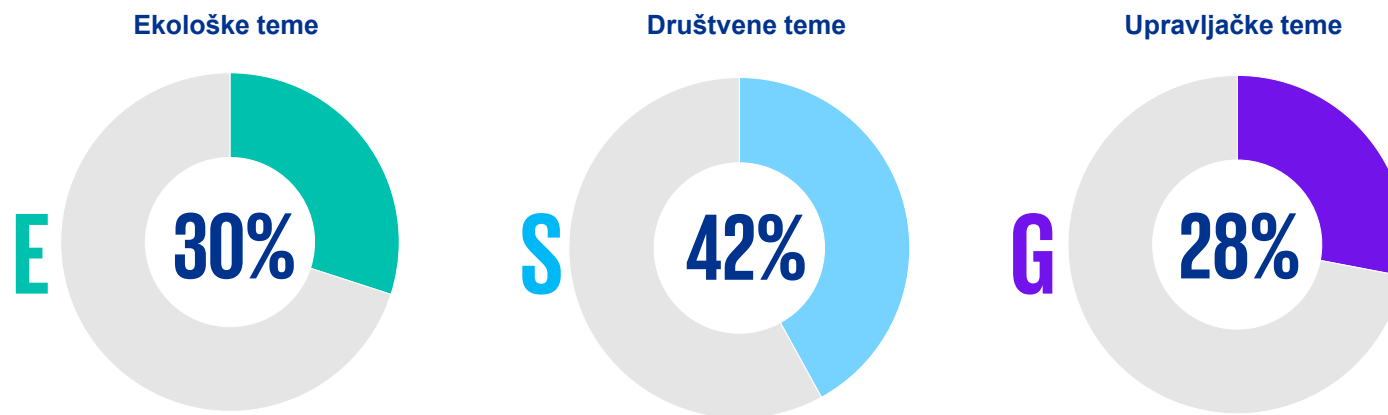


Figura 8: 5 najzastupljenijih ekoloških tema

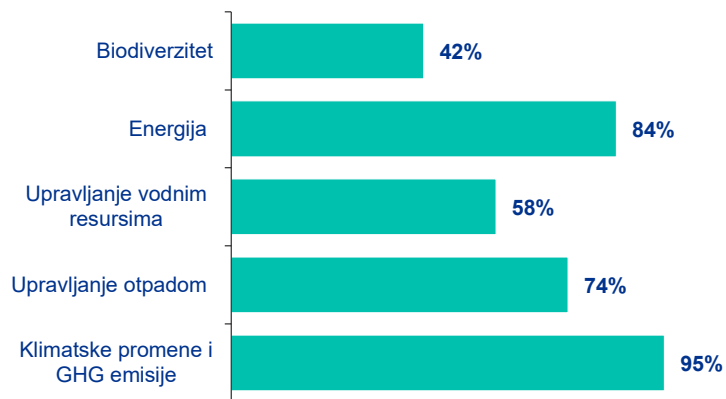


Figura 9: 5 najzastupljenijih društvenih tema

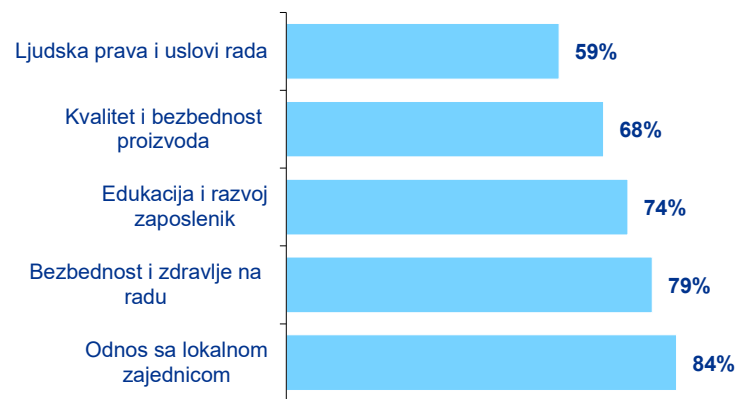


Figura 10: 5 najzastupljenijih upravljačkih tema



Najčešće identifikovane materijalne teme

Tema klimatskih promena i GHG emisija najčešća je materijalna tema među svim analiziranim izveštajima, nezavisno od industrije i sektora. Kao materijalna tema, nalazi se u 18 od 19 izveštaja. Među analiziranim izveštajima, iste materijalne teme često variraju po nazivu. Primera radi, za temu „klimatske promene i GHG emisije“ koriste se i nazivi: „Emisije“, „Emisije štetnih gasova“, „klimatske promene“, „dekarbonizacija i klimatske promene“, „smanjenje gasova sa efektom staklene bašte“.

Figura 11: Frekvencija najčešće identifikovanih materijalnih tema



Angažovanje zainteresovanih strana



Identifikacija i angažovanje zainteresovanih strana

Prilikom procene materijalnosti uticaja, angažovanje zainteresovanih strana je od ključne važnosti. Ono omogućava kompaniji da se fokusira i izveštava o onim informacijama koje su od značaja za njene zainteresovane strane.

Od ukupno 19 kompanija, **15 kompanija navodi koje su zainteresovane strane** bile angažovane u proceni materijalnosti, od čega 100% angažuje i interne i eksterne zainteresovane strane.

Međutim, **manje od 20% kompanija jasno objašnjava kako su zainteresovane strane angažovane** u proceni materijalnosti i način na koji je njihovo mišljenje korišćeno za identifikaciju materijalnih tema. Jedan od značajnih alata za uspostavljanje procesa angažovanja zainteresovanih strana je standard AA1000 Stakeholder Engagement Standard, čije korišćenje nijedna kompanija iz uzorka ne navodi.

Figura 12: Identifikacija grupa zainteresovanih strana

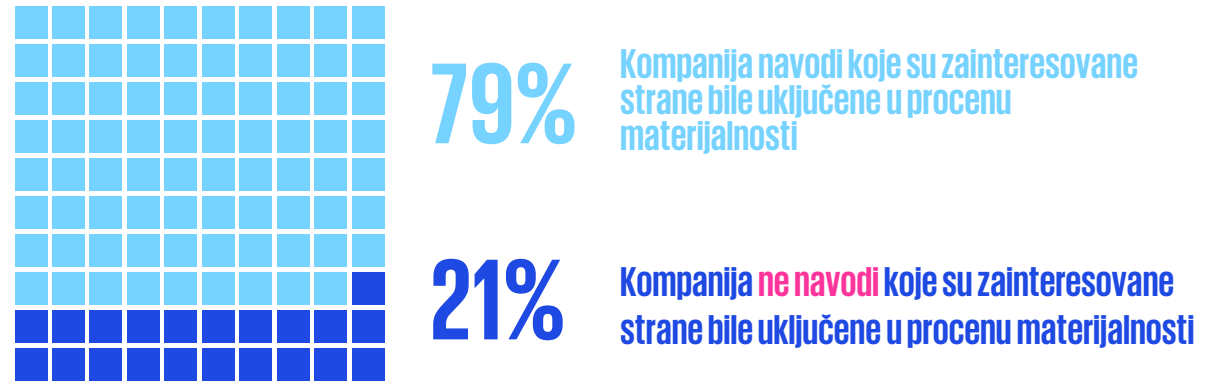


Figura 13: Proces angažovanja zainteresovanih strana

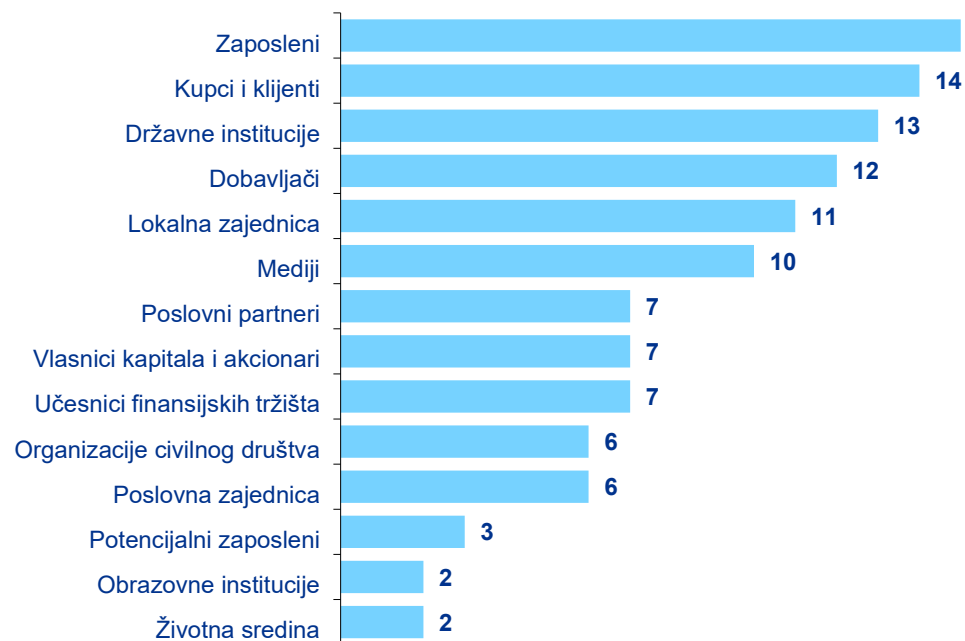


Kategorije zainteresovanih strana uključene u procenu materijalnosti

GRI 1 i ESRS 1 standardi definišu zainteresovane strane kao pojedince ili grupe čiji su interesi pod uticajem ili bi mogli biti pod uticajem aktivnosti organizacije. Postoje različite kategorije zainteresovanih strana koje definišu isti interesi, poput poslovnih partnera, zaposlenih, regulatora, akcionara i investitora, lokalnih zajednica i drugih.

Kroz ESRS standarde, CSRD direktiva prepoznaje i kategoriju tihe zainteresovane strane (eng. *Silent stakeholder*), koja se odnosi na entitete koji nemaju direktan glas u poslovnim operacijama kompanije, ali su značajno pogođene njenim aktivnostima. Priroda se može smatrati pripadnikom ove kategorije.

Figura 14: Zainteresovane strane



15 Od 15 kompanija koje navode zainteresovane strane u okviru izveštaja, sve kompanije su identifikovale zaposlene kao zainteresovane strane, i najveći broj njih identifikovao je kupce i klijente, državne institucije, dobavljače i lokalne zajednice. U okviru svojih izveštaja, 2 kompanije koje su predstavnice finansijskih institucija navode životnu sredinu kao zainteresovanu stranu.

5

najmanji broj identifikovanih zainteresovanih strana

8

prosečan broj identifikovanih zainteresovanih strana

11

najveći broj identifikovanih zainteresovanih strana

Ciljevi i strategija



Kroz analizu izveštaja, primećuje se nedostatak konkretnih ciljeva i strategija

Većina izveštaja o održivom poslovanju opisuje dosadašnje aktivnosti, ali retko uključuje konkretne buduće planove ili ciljeve.

Većina kompanija u svojim izveštajima o održivom poslovanju fokusira se na opisivanje aktivnosti koje su već preduzete u vezi sa ESG temom. Ovi izveštaji često prikazuju kako su kompanije do sada radile na smanjenju svog ekološkog otiska, unapređenju društvene odgovornosti i ostvarivanju drugih ciljeva održivog poslovanja.

11%

izveštaja definiše u nekoj meri ciljeve vezano za identifikovane materijalne teme.

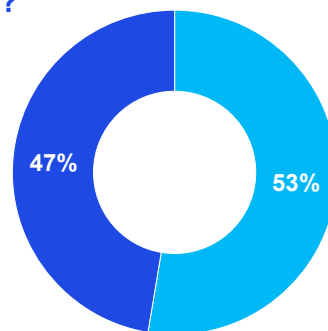
22%

izveštaja definiše specifične ciljeve vezano za identifikovane relevantne ciljeve održivog razvoja (eng. SDG)

32%

izveštaja definiše okvirne rokove za postavljene ciljeve. Samo jedan izveštaj navodi jasne rokove.

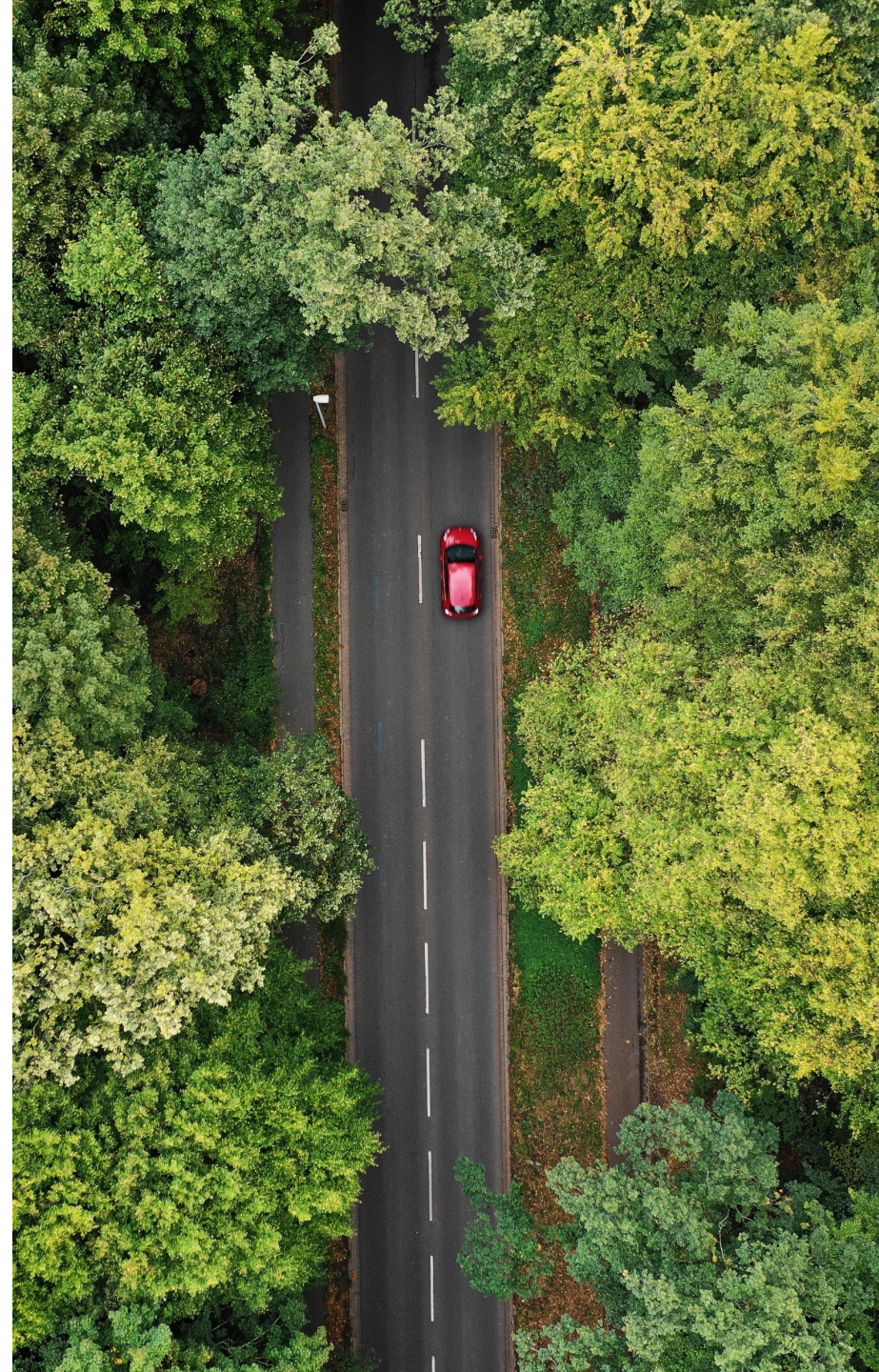
Figura 15: Da li je navedena strategija održivog poslovanja?



- Strategija održivog poslovanja nije navedena
- Strategija održivog poslovanja je u nekoj meri definisana

Kada su u pitanju strategije održivog poslovanja, 9 izveštaja u određenoj meri navodi strategije koje kompanije koriste za unapređenje svojih održivih poslovnih praksi. Međutim, te strategije su u veći slučajeva dosta opširne. U većini izveštaja nedostaje jasna veza između ključnih materijalnih tema, ciljeva vezanih za te teme i strategija za njihovo postizanje. Najveći deo izveštaja se primarno fokusira na prethodno ostvarene rezultate.

* Kada je reč o strategiji, analizirano je da li postoji posebna sekcija koja se bavi strategijom održivog poslovanja.



GHG emisije i ciljevi smanjenja

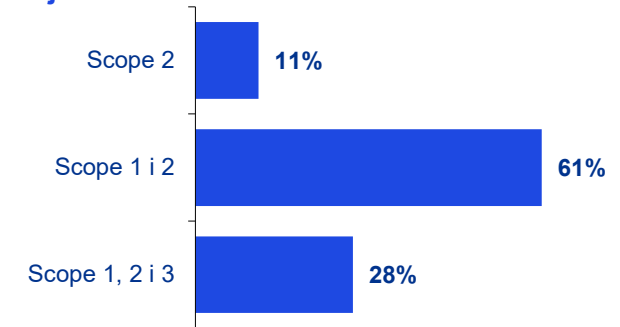
Postoje značajne varijacije u praksama merenja GHG emisija

Od ukupno 19 analiziranih izveštaja, 18 predstavlja podatke o GHG emisijama.

- 17 izveštaja prikazuje apsolutne vrednosti emisija, dok jedan izveštaj predstavlja intenzitet emisija na nivou proizvoda.
- 1 izveštaj ne objavljuje podatke specifične za lokalno tržište, već je prikazuje podatke na nivou celokupne grupacije.
- 13 izveštaja sadrži poređenje emisija iz tekuće godine sa rezultatima iz prethodne ili prethodnih godina, čime omogućavaju uvid u trendove i napredak u smanjenju emisija.
- 4 izveštaja imaju jasno definisane ciljeve za smanjenje GHG emisija. Planovi su uglavnom postavljeni za period od 10 do 20 godina.

Kod kompanija koje izveštavaju o GHG emisijama obuhvat varira od izveštaja do izveštaja. **Direktne emisije (Scope 1) i indirektne emisije (Scope 2 i opcionalne Scope 3) uključene su u različitim obimima**, u zavisnosti od toga kako svaka kompanija pristupa izveštavanju i koje informacije smatra relevantnim za svoje poslovanje.

Figura 16: Struktura objavljenih scope 1, 2 i 3 emisija



Analiza ukazuje na **nedostatak standardizovanog pristupa u izveštavanju o GHG emisijama**. Iako GRI standardi, posebno GRI 305, podstiču izveštavanje o direktnim i indirektnim emisijama, kompanije same određuju obuhvat u skladu sa relevantnošću za svoje poslovanje, pogotovo ukoliko izveštavaju sa referencom na GRI standarde, što dovodi do varijacija u tumačenju i primeni smernica.

Izveštavanje o Ciljevima održivog razvoja (SDGs)

Većina kompanija izveštava o SDG ciljevima

Ciljevi održivog razvoja (eng. Sustainable Development Goals) predstavljaju 17 globalnih ciljeva raspodeljenih u tri dimenzije: **ekonomski rast, socijalna inkluzija i zaštita životne sredine.**

Kako bi se ostvarili ciljevi, 2015. godine usvojena je **Agenda 2030**, koja predstavlja univerzalni okvir za postizanje održivog razvoja. Srbija je, kao i sve članice Ujedinjenih nacija (UN), usvojila ovu agendu.

Da bi pomogla kompanijama da se usklade sa ciljevima održivog razvoja, UN, u saradnji sa GRI i Svetskim poslovnim savetom za održivi razvoj (eng. World Business Council for Sustainable Development), razvila je **SDG Compass** – alat osmišljen da pomogne kompanijama u integraciji ciljeva održivog razvoja u poslovne strategije kako bi doprinele njihovom ostvarivanju.

Od 20 obuhvaćenih kompanija, **19 je u nekom obliku** uključilo ciljeve održivog razvoja u svoj izveštaj o održivom poslovanju.

Prosečan broj postavljenih ciljeva:

11

Najveći broj postavljenih ciljeva:

17

Najmanji broj postavljenih ciljeva:

5

Većina kompanija samo kratko navodi relevantne ciljeve za svoje poslovanje.

Figura 17: Pristup SDG izveštavanju



Iako je većina kompanija uključila SDG ciljeve u svoje izveštaje o održivom poslovanju, samo dve su detaljno opisale svoj doprinos identifikovanim relevantnim ciljevima.

Međutim, nijedna od njih nije precizirala konkretne korake niti postavila merljive ciljeve za budući razvoj uz pomoć alata, kao što je SDG Compass.

Većina kompanija je u svojim izveštajima samo navela relevantne ciljeve i/ili ih povezala sa GRI standardima kroz indeks sadržaja, bez konkretnih indikatora.

Takođe, u nekoliko slučajeva uočene su razlike između broja SDG ciljeva definisanih u tekstu i onih prikazanih u GRI indeksu sadržaja.

Potencijal za unapređenje izveštavanja o SDG ciljevima

Šest najistaknutijih SDG ciljeva koje kompanije u Srbiji prepoznaju kao prioritetne su:

- 3. Dobro zdravlje
- 5. Rodna ravnopravnost
- 7. Pristupačna i čista energija
- 8. Dostojanstven rad i ekonomski rast
- 12. Odgovorna potrošnja i proizvodnja
- 13. Akcija za klimu.

S druge strane, najmanje zastupljen cilj je 17. Partnerstva za ciljeve.

Iako naše istraživanje pokazuje da većina kompanija navodi ciljeve održivog razvoja u svojim izveštajima, nijedna kompanija nije definisala metodologiju zasnovanu na dostupnim standardima za utvrđivanje relevantnih ciljeva. Najveći broj kompanija **povezuje SDG ciljeve sa identifikovanim materijalnim temama ili GRI standardima, bez konkretno definisanih doprinosa.**

Iz tog ugla, postoji značajan prostor za unapređenje kada su pitanju ESG strategije i SDG ciljevi.



47%



68%



84%



58%



84%



68%



84%



95%



79%



47%



47%



95%



89%



47%



63%



68%



37%

Put ka održivijoj budućnosti - Sledeći koraci



Iako su pojedine kompanije već napravile značajan napredak ka zelenoj budućnosti, tržište u Srbiji je tek na početku ove transformacije

Analiza pokazuje da postoji širok spektar pristupa izveštavanju o održivom poslovanju. Međutim, broj izveštaja koji su prilagođeni specifičnostima lokalnog tržišta je vrlo mali, što naglašava potrebu za poboljšanjem i građenjem kapaciteta u ovoj oblasti.

Većina kompanija, naročito one koje su deo međunarodnih korporacija, koristi globalne izveštaje koji možda ne pokrivaju u potpunosti lokalne izazove i prilike, i stoga nisu bile predmet razmatranja za potrebe ove analize. Ovo može dovesti do nedostatka relevantnih informacija za lokalne zainteresovane strane i smanjiti efikasnost strategija održivosti na lokalnom nivou.

S druge strane, domaće kompanije još uvek u velikoj meri nisu započele sa pripremom izveštaja o održivom poslovanju, što pokazuje potrebu za većom svesti i edukacijom o važnosti održivog izveštavanja.

Postoji značajan prostor za unapređenje u ovoj oblasti. Unapređenje lokalnih praksi izveštavanja o održivom poslovanju može doprineti boljem razumevanju i adresiranju specifičnih izazova i potreba, čime bi se omogućila veća transparentnost i efikasnost u razvijanju i sprovođenju strategija održivosti.



Rečnik

CSRD	Direktiva Evropske Unije o izveštavanju o održivosti (eng. Corporate Sustainability Reporting Directive)
ESG	Ekološke, društvene i upravljačke teme (eng. Environmental, Social and Governance)
ESRS	Evropski standardi za izveštavanje o održivosti (eng. European Sustainability Reporting Standards)
GHG	Gasovi sa efektom staklene bašte (eng. Greenhouse Gases)
GRI	Globalna inicijativa za izveštavanje (eng. Global Reporting Initiative)
SASB	Međunarodni odbor za standarde održivosti (eng. Sustainability Accounting Standards Board)
SDG	Ciljevi Održivog Razvoja (eng. Sustainable Development Goals)
TCFD	Radna grupa za finansijska obelodanjivanja u vezi sa klimatskim pitanjima (eng. Task Force on Climate-Related Financial Disclosures)
UN	Ujedinjene nacije (eng. United Nations)





Kontakti



Uroš Milosavljević

Partner, Consulting

E: umilosavljevic@kpmg.com

M: +381 60 2055 699



Nina Mihajlović

Manager, Consulting

E: ninamihajlovic@kpmg.com

M: +381 60 2055 533



Sara Krumpak

Senior Associate, Consulting

E: skrumpak@kpmg.com

M: +381 60 2055 736



home.kpmg/socialmedia

Informacije navedene ovde su opšteg karaktera i nisu namenjene rešavanju specifičnih situacija bilo koje osobe ili organizacije. Iako se trudimo da obezbedimo tačne i pravovremene podatke, ne možemo garantovati da su informacije tačne na datum prijema niti da će ostati tačne u budućnosti. Pre nego što preduzmete bilo kakve korake na osnovu ovih informacija, obavezno se posavetujte sa stručnjakom koji će detaljno analizirati vašu konkretnu situaciju.

© 2024 KPMG d.o.o. Beograd, srpsko društvo s ograničenom odgovornošću i firma članica KPMG globalne organizacije nezavisnih firmi članica povezanih sa KPMG International Limited, privatnim engleskim društvom ograničenim garancijom. Sva prava zaštićena.

KPMG je brend pod kojim firme članice KPMG International Limited ("KPMG International") posluju i pružaju profesionalne usluge. "KPMG" se odnosi na pojedinačne firme članice koje su deo KPMG organizacije ili na jednu ili više firmi članica zajedno. KPMG International Limited i njegova povezana pravna lica ne pružaju usluge klijentima. Za više informacija o našoj strukturi posetite home.kpmg/governance.

KPMG ime i logo su zaštitni znaci koje nezavisne firme članice KPMG globalne organizacije koriste u skladu sa licencom.

Klasifikacija dokumenta: KPMG Public



KPMG