

ULOGA MEDIJA U PROMICANJU ODRŽIVA RAZVOJA I DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA

Izv.prof.dr.sc. Kristina Afrić Rakitovac

Andrea Kadović, bacc.oecc.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković”

Uvod

- Mediji u suvremenom društvu imaju sve značajniji utjecaj na sustave vrijednosti, potrošačke navike i, uzročno-posljedično, na ponudu proizvoda i usluga na tržištu.
- Stoga, trebali bi imati vrlo značajnu ulogu i odgovornost u promicanju održiva razvoja i društveno odgovornog poslovanja prinoseći podizanju razine osviještenosti i pismenosti različitih dionika.
- Cilj rada bio je istražiti ulogu medija u promicanju održiva razvoja i društveno odgovornog poslovanja u Hrvatskoj.
- Empirijsko istraživanje bilo je fokusirano na determiniranju percepcije studenata ekonomskog fakulteta.

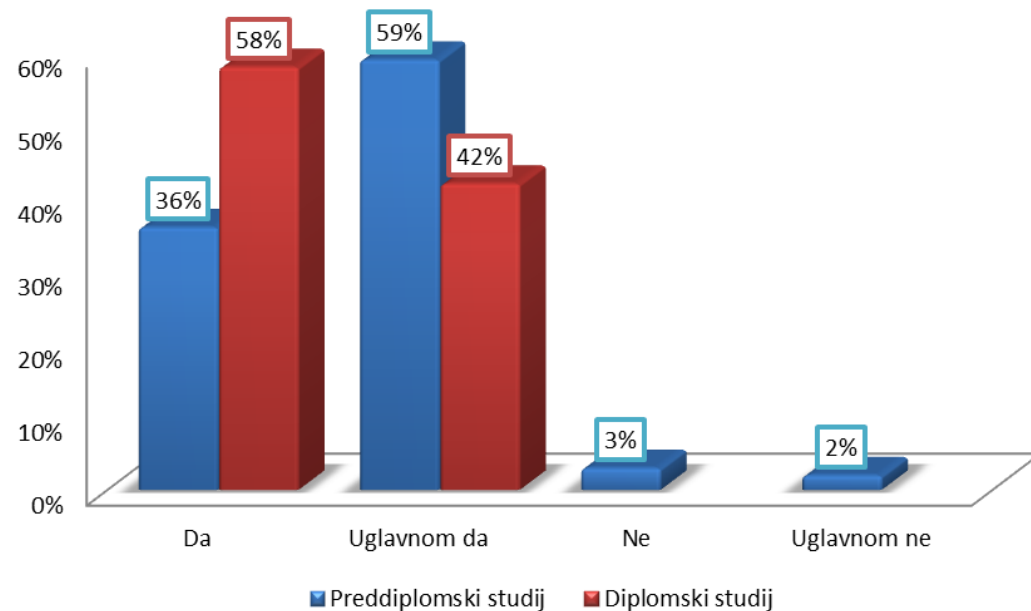
Promicanje održiva gospodarstva kroz medije

- U teorijsko-metodološkom dijelu rada analiziraju se uloga i funkcije medija te njihov mogući značaj u promicanju odgovornog poslovanja.
- **Mediji predstavljaju sustave javnog informiranja, koji služe za diseminaciju vijesti u svrhu informiranja, educiranja, artikuliranja, prioritiziranja i zabave najširih slojeva društva (Jurčić, 2017: 128).**
- Mediji se razmatraju kao prijenosnici informacija, no sve je značajnija i njihova uloga u educiranju dionika, poticanju njihove suradnje i participacije, kao i u promociji održivog gospodarstva općenito.
- Razmatraju se primjeri dobre prakse promicanja održiva poslovanja kroz medije (HRPSOR, Institut za razvoj društveno odgovornog poslovanja, Fond za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost, ODRAZ i dr.)

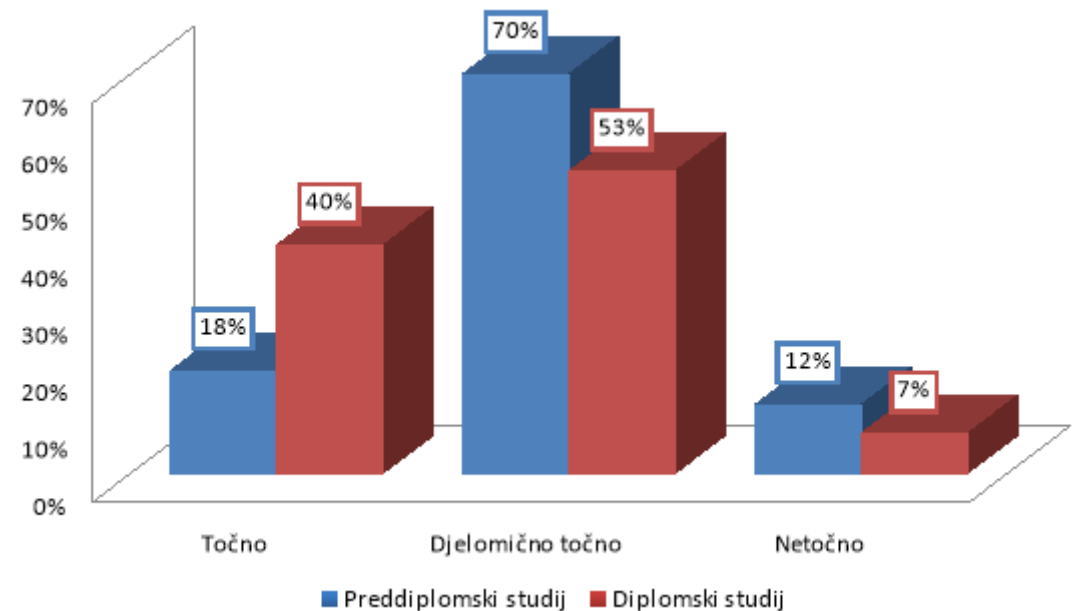
Stavovi studenata o ulozi medija u promicanju održiva razvoja i društveno odgovornog poslovanja

- ***Metodologija istraživanja***
- **Cilj istraživanja:** determiniranje percepcije studenata o ulozi medija u promicanju održiva razvoja i društveno odgovornog poslovanja.
- Instrument istraživanja: anketni upitnik, 29 pitanja
- Anketa je provedena na uzorku od 164 studenata Fakulteta ekonomije i turizma Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli, od kojih 90 studenata pohađa preddiplomski studij, a 74 diplomski studij.

Poznavanje pojma „održiva razvoja” (u%)



Razumijevanje koncepcije „održiva razvoja” (u%)



Razumijevanje važnosti održiva gospodarstva (u%)

Odgovori	PREDDIPLOMSKI STUDIJ	DIPLOMSKI STUDIJ
Uglavnom da	46	35
Da	49	65
Uglavnom ne	2	-
Ne	1	-
Neznam	2	-
UKUPNO	100	100

Izvor: Obrada autora.

Održivo gospodarstvo kao razvojni potencijal (u%)

Odgovori	PREDDIPLOMSKI STUDIJ	DIPLOMSKI STUDIJ
Uglavnom da	46	27
Da	49	72
Uglavnom ne	3	-
Ne	2	2
UKUPNO	100	100

Izvor: Obrada autora.

Percepcija studenata o ulozi MZO u poticanju obrazovanja o održivom razvoju (u %)

Odgovori	PREDDIPLOMSKI STUDIJ	DIPLOMSKI STUDIJ
Uglavnom da	13	17
Da	6	-
Uglavnom ne	41	30
Ne	40	53
UKUPNO	100	100

Izvor: Obrada autora.

Percepcija studenata o ulozi MINGO u poticanju održiva gospodarstva (u %)

Odgovori	PREDDIPLOMSKI STUDIJ	DIPLOMSKI STUDIJ
Uglavnom da	12	13
Da	6	-
Uglavnom ne	38	42
Ne	43	45
Ukupno	100	100

Izvor: Obrada autora.

Utjecaj medija na način života (u %)

Odgovori	PREDDIPLOMSKI STUDIJ	DIPLOMSKI STUDIJ
Pozitivno	3	4
Negativno	23	16
Oboje	64	80
UKUPNO	100	100

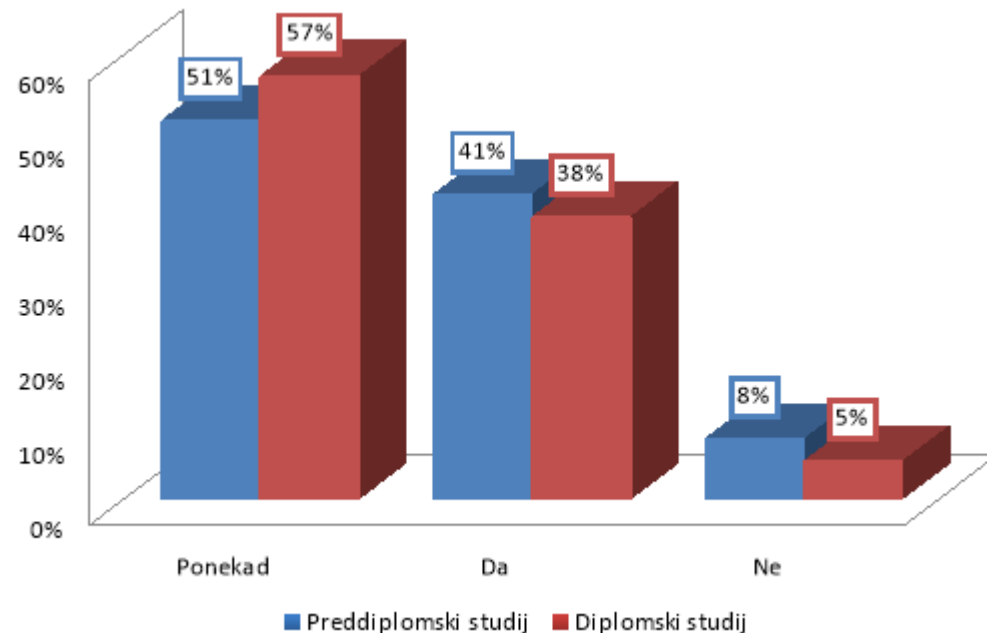
Izvor: Obrada autora.

Prenose li mediji emocije i stavove (u %)

Odgovori	PREDDIPLOMSKI STUDIJ	DIPLOMSKI STUDIJ
Uglavnom da	43	46
Da	46	47
Uglavnom ne	7	1
Ne	4	6
UKUPNO	100	100

Izvor: Obrada autora.

Praćenje informativnih emisija (u %)

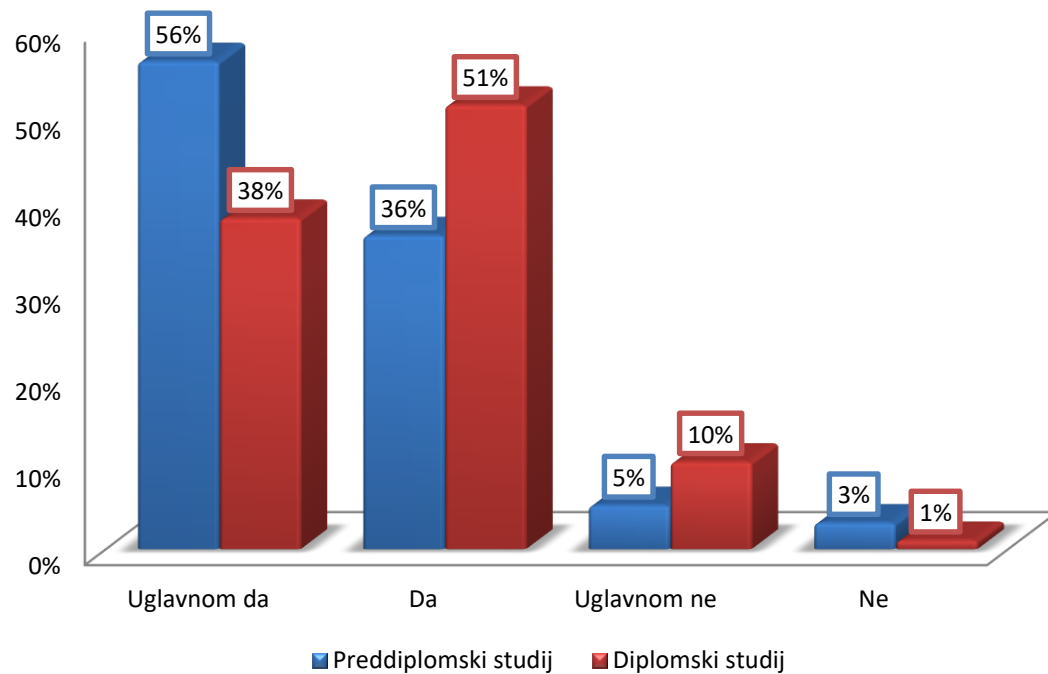


Percepcija vjerodostojnosti medija (u %)

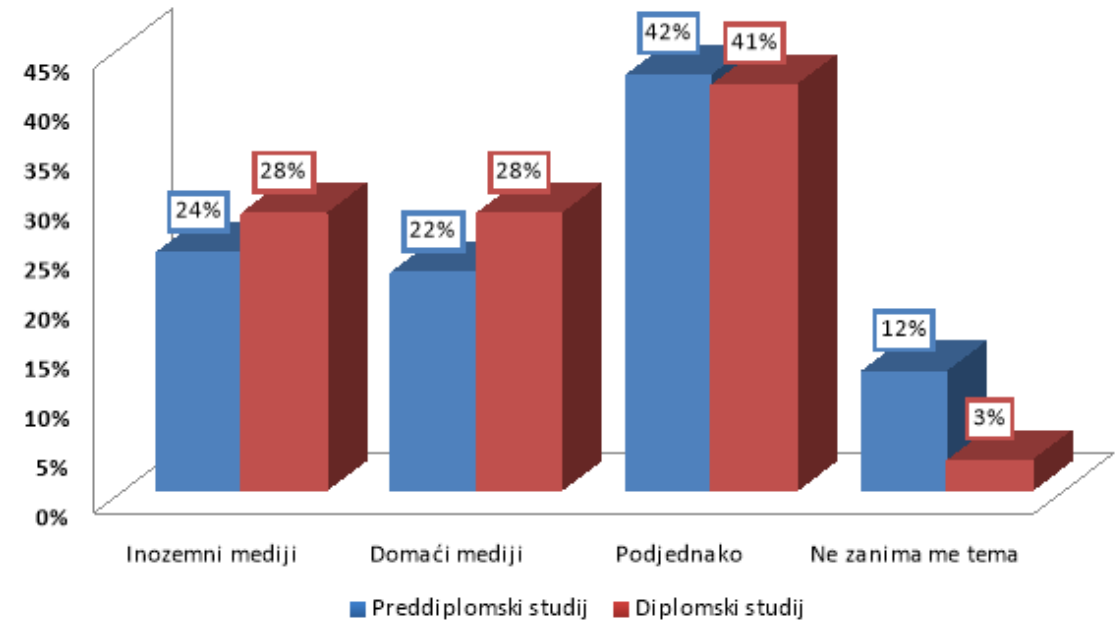
Odgovori	PREDDIPLOMSKI STUDIJ	DIPLOMSKI STUDIJ
TV	52	46
Radio	15	16
Internet	11	23
Novine	7	5
Svemu navedenom	3	7
TV, novine	2	2
TV, internet	5	-
Novine, radio	2	1
TV, radio	3	-
UKUPNO	100	100

Izvor: Obrada autora.

Mogućnost povećanja osviještenosti o održivom načinu poslovanja i življenja putem medija (u %)



Sklonost studenata prema domaćim ili inozemnim medijima kada je riječ o temi održivosti (u %)



Izvori znanja na temu održivosti (višestruki odgovori, u %)

Odgovori	PREDDIPLOMSKI STUDIJ	DIPLOMSKI STUDIJ
Medij	28	15
Obrazovne institucije	38	49
Obrazovne institucije, mediji	22	31
Obrazovne institucije, mediji, zakonodavstvo	3	-
Obrazovne institucije, zakonodavstvo	2	-
Mediji, zakonodavstvo	1	-
Ne zanima me tema	6	5
UKUPNO	100	100

Izvor: Obrada autora

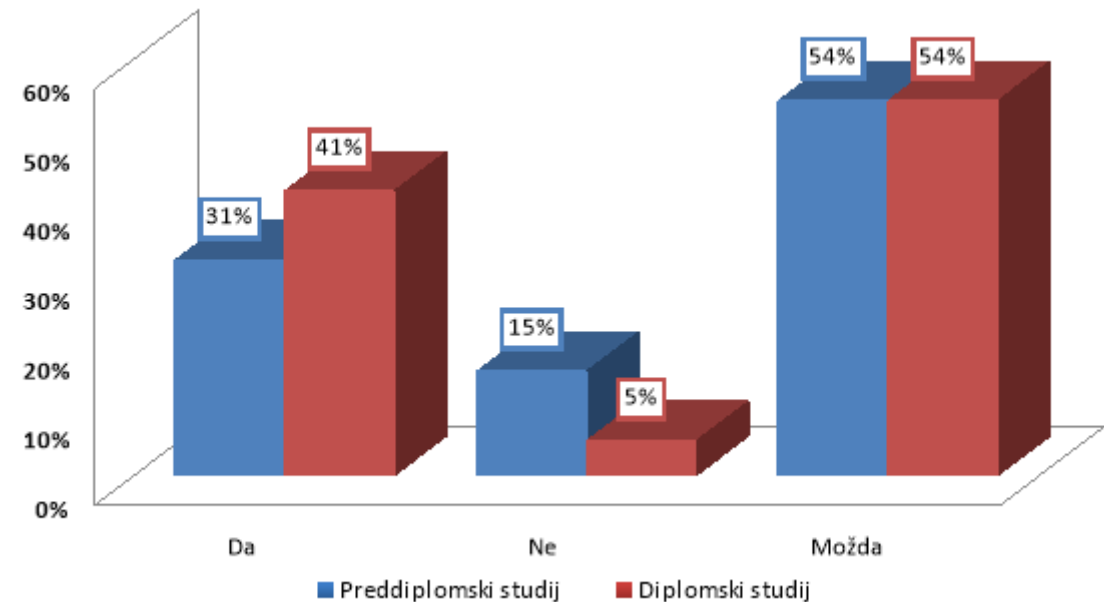
Primjer emisije, bloga, društvene stranice ili portala koji zagovaraju temu održivosti (otvoreno pitanje, 131 odgovor)

Eko zona 8%	Plodovi zemlje 2%
Vijesti 6%	BBC dokumentarci 1%
Otvoreno 3%	Index 1%
Rtl direkt 3%	HRT1 1%
Dnevnik 3%	Facebook grupa "Održivi razvoj u srcu" 0,6%
Provjereno 2,4	Glas koncila 0,6 %
Plodovi zemlje 2%	www.beforetheflood.com 0,6 %
Nova tv 2%	Potrošači 0,6%
Zelena Istra 2%	Poslovni.hr 0,6%
National Geographic 2%	Nexus svjetlost 0.6%
Green peace 2%	
Lider 2%	

Primjeri poduzeća koje primjenjuje načela održivosti u svom poslovanju (otvoreno pitanje, 137 odgovora)

Dm 16%	Dukat 1%
Rimac 4%	Končar 1%
Ericsson NT d.d. 4%	Lush d.o.o 0,6%
Podravka 4%	Mc Donalds 0,6%
Coca Cola HBC 3%	Rudan 0,6%
Valamar 2%	Cemex 0,6%
Infobip 2%	Mon Perin d.o.o. 0,6%
Komunalna poduzeća 2%	
Uniline 1%	
JGL d.d. 1%	

Zainteresiranost za praćenja medijskih informacija o održivom gospodarstvu u budućnosti (u %)



Stavovi studenata o doprinosu društveno odgovornog poslovanja konkurentnosti poduzeća na tržištu (u %)

Odgovori	PREDDIPLOMSKI STUDIJ	DIPLOMSKI STUDIJ
Pretežito da	52	41
Da	41	51
Pretežito ne	4	8
Ne	3	
Ukupno	100	100

Izvor: Obrada autora.

Zaključna razmatranja

- Istraživanje je pokazalo je kako su ispitani studenti osviješteni o koncepciji održiva razvoja i društveno odgovornog poslovanja važnosti sustavne promocije navedenih koncepcija putem medija.
- Pokazano je kako mediji uvelike utječu na formiranje njihovih stavova, emocija, životnih vrijednosti, ali i ukupan privatni i obrazovni život i to više s negativnim nego s pozitivnim efektima.
- Većina studenata podjednako koristi domaće i inozemne medije, prvenstveno TV i internet jer smatraju da navedeni mediji pružaju vjerodostojne informacije.
- **Zanimljivo je istaknuti kako su najviše informacija o temama vezanim uz održivi razvoj i društveno odgovorno poslovanje dobili iz obrazovnih institucija i medija.**
- Studenti prepoznaju kompanije koje primjenjuju načela održiva razvoja i društveno odgovornog poslovanja te smatraju kako će implementacija navedenih koncepcija biti sve značajnih izvor dugoročnih konkurentskih prednosti.