DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE BANAKA U BOSNI I HERCEGOVINI

Dujilović, Luciana

Master's thesis / Diplomski rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:565131

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

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

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

DIPLOMSKI RAD

DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE BANAKA U BOSNI I HERCEGOVINI

Mentor:

doc. dr. sc. Ivana Dropulić

Student:

Luciana Dujilović

Broj indeksa: 2171767

Split, rujan, 2020.

SADRŽAJ:

1. UVOD 4
1.1. Problem istraživanja 4
1.2. Predmet istraživanja 5
1.3. Istraživačka pitanja 6
1.4. Ciljevi istraživanja 6
1.5. Metode istraživanja 7
1.6. Doprinos istraživanja 8
1.7. Struktura diplomskog rada 8
2. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE 10
2.1. Pojmovno određenje društveno odgovornog poslovanja 10
2.2. Povijesni razvoj društveno odgovornog poslovanja 13
2.3. Dimenzije društvene odgovornosti 15
2.4. Vrste i modeli društeve odgovornosti 18
2.5. Strategije društvene odgovornosti 23
2.6. Koristi primjene društveno odgovornog poslovanja 24
2.7. Društvena odgovornost i poslovna etika 25
2.8. Primjena koncepta društveno odgovornog poslovanja 26
3. OSNOVNA OBILJEŽJA POSLOVANJA BANAKA 29
3.1. Definicija banaka 29
3.2. Društveno odgovorno poslovanje u bankarstvu 32
3.3. Osnovna obilježja bankarskog sektora Bosne i Hercegovine 34
3.4. Zakon o bankama Bosne i Hercegovine 38
4. DRUŠTVENA ODGOVORNOST BANAKA U BOSNI I HERCEGOVINI 41
4.1. Osnovni podaci o bankama u Bosni i Hercegovini 41
4.2. Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti 42
4.3. Rezultati istraživanja 59
5. ZAKLJUČAK 64
LITERATURA 66
POPIS TABLICA, DIJAGRAMA, SLIKA I GRAFIKONA 70
SAŽETAK 72

SUMMARY 73

1. UVOD

1.1. Problem istraživanja

Temeljni cilj svakog poslovanja je ostvarivanje profita. Ispunjenje tog cilja podrazumijeva određeno djelovanje poduzeća koje pritom može imati pozitivan ili negativan utjecaj na društvo i okoliš. Suvremeni tržišni uvjeti i društveni pritisci utjecali su na to da se od poduzeća očekuje da preuzme odgovornost za svoje djelovanje, stoga sve više poduzeća nastoji suzbiti aktivnosti koje bi se mogle negativno odraziti na zajednicu te svoje ciljeve ostvariti na način koji će imati pozitivan doprinos za društvo u cjelini.

U tom kontekstu možemo govoriti o društveno odgovornom poslovanju kojeg u najširem smislu definira Europska komisija kao odgovornost poduzeća za njegov utjecaj na društvo. Suština društveno odgovornog poslovanja u smislu poslovanja uz brigu za društvo poznata je još od kasnog srednjeg vijeka. Brojni faktori, primjerice globalizacija, ekonomska kriza, razvoj informacijskih tehnologija, razni korporativni skandali utjecali su na to da je danas koncept društveno odgovornog poslovanja, iako dobrovoljan i zakonski neobavezan, element strategije poslovanja brojnih poduzeća.[1]

Budući da svako poduzeće karakteriziraju različite okolnosti i uvjeti poslovanja, ne može se govoriti o univerzalnom načinu primjene društveno odgovornog poslovanja. Svako poduzeće će na drugačiji način implementirati društveno odgovorno poslovanje u poslovnu strategiju, a ono se najviše primjenjuje u području tržišta, zajednice, okoliša i radnog okruženja. Također možemo govoriti o četiri dimnezije, odnosno razine društveno odgovornog poslovanja, a to su ekonomska, pravna, etička i filantropska.[2]

Društveno odgovorno poslovanje, odnosno promicanje brige o ljudskim pravima, standardima rada, zaštiti okoliša i borba protiv korupcije rezultira brojnim koristima kako za društvo, tako i za samo poduzeće. Poduzimanje aktivnosti i usvajanje politika kojima poduzeće doprinosi unaprjeđenju kvalitete života interesnih skupina unutar i izvan poduzeća povratno se pozitivno odražava na njegov status i poziciju u društvu kao i na sveukupnu uspješnost poslovanja.

---

[1] Srbljinović M. (2012): Utjecaj društvene odgovornosti poduzeća na ponašanje potrošača u Hrvatskoj, Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, Vol. 10 No. 2, 2012

[2] Glumac M. (2018): Društvena odgovornost kao važan aspekt uspješnog poslovanja, Paragraf : časopis za pravna i društvena pitanja Pravnog fakulteta Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Vol. 2 No. 1, 2018

Iako se može reći da danas sve više poduzeća promiče društveno odgovorno poslovanje i zasniva svoj rad na ovom konceptu, posebice u razvijenim zemljama, brojna su poduzeća koja se za isto zalažu bez pokrića te će za usvajanje svih aspekata društveno odgovornog poslovanja od strane većine poduzeća na tržištu biti potrebno još vremena.[3] Trenutni trendovi i sve turbulentniji tržišni uvjeti vode ka tome da će ovaj koncept biti jedan od ključnih elemenata za održivost poduzeća u raznim sektorima. Jedan od njih je i bankarski sektor koji ima veliko gospodarsko značenje za svaku zemlju i značajan utjecaj na društvo u cjelini, a za kojeg se može reći da je zbog financijskih i ekonomskih kriza izgubio povjerenje društva.

U ovom radu će se pomoću podataka prikupljenih na službenim internetskim stranicama prikazati je li, na koji način i u kojoj mjeri banke na području Bosne i Hercegovine posluju u skladu s načelima društveno odgovornog poslovanja.

1.2. Predmet istraživanja

Društveno odgovorno poslovanje banaka postalo je aktualna tema ponajviše zbog osjetljivog područja njihova djelovanja. Bankarski sektor je važan segment ekonomije svake zemlje, a budući da se radi o djelatnosti uslužnog tipa, banke u svom poslovanju postaju sve svjesnije svoje odgovornosti prema internim i eksternim dionicima. [4]

Banke u zemljama članicama Europske unije podliježu i zakonskoj obvezi objavljivanja nefinancijskih informacija i informacija o raznolikosti sukladno Direktivi 2014/95/EU Europskog parlamenta i Vijeća.

Ovo istraživanje fokusirati će se na društveno odgovorno poslovanje banaka u Bosni i Hercegovini. Polazna točka u istraživanju biti će prikupljanje podataka o praksi primjene društveno odgovornog poslovanja na internet stranicama svake od banaka. Dokazano je da većina poduzeća koja su integrirala društveno odgovorno poslovanje u poslovnu strategiju o istome izvještava na svojim službenim web stranicama koje se danas smatraju relevantnim izvorom informacija. Daljnjom analizom podataka će se pomoću indeksa izvještavanja o

[3] Skoko B., Mihovilović M. (2014): Odnosi s javnošću u funkciji društveno odgovornog poslovanja, Praktični menadžment : stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta, Vol. 5 No. 1, 2014.
[4] Kundid A. (2012): Društveno odgovorno poslovanje banaka u Republici Hrvatskoj, Ekonomska misao i praksa, No. 2, 2012.

društvenoj odgovornosti utvrditi koje aktivnosti i u kojoj mjeri poduzima svaka od banaka iz različitih domena društveno odgovornog poslovanja.

Obradom podataka na navedeni način najprije će se za svaku banku pojedinačno utvrditi o kojim područjima društveno odgovornog poslovanja izvještava. Nadalje će takva analiza o primjeni društveno odgovornog poslovanja svake od banaka biti obrađena kako bi se dobila prosječna ocjena o područjima i o opsegu izvještavanja o društveno odgovornom poslovanju u bankarskom sektoru Bosne i Hercegovine.

1.3. Istraživačka pitanja

Empirijskim istraživanjem koje će se provesti biti će odgovoreno na slijedeća ključna pitanja:

- Primjenjuju li banke u Bosni i Hercegovini društveno odgovorno poslovanje i koliki je opseg primjene istog?
- Koriste li se banke u Bosni i Hercegovini web izvještavanjem o društveno odgovornom poslovanju?
- Kakva je praksa izvještavanja banaka u kontekstu aktivnosti poduzetih u svrhu društveno odgovornog djelovanja?
- Koja su područja društveno odgovornog poslovanja u okviru kojih banke poduzimaju društveno odgovorne aktivnosti najviše, a koja najmanje zastupljena?
- Kako je ocjenjeno društveno odgovorno poslovanje banaka u Bosni i Hercegovini putem indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti?

1.4. Ciljevi istraživanja

Istraživanje će započeti tako da će se posjetiti internet stranice 16 banaka koje djeluju na području Bosne i Hercegovine. Biti će prikupljeni svi raspoloživi podaci o društveno odgovornom poslovanju koje banke prezentiraju javnosti putem interneta.

Unaprijed odabrane aktivnosti karakteristične za društveno odgovorno djelovanje grupirati će se na način da će svaka od njih biti dodijeljena prikladnom području primjene društveno odgovornog poslovanja. Dakle, cilj je za svaku banku formirati indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti pomoću kojeg će se vrednovati aktivnosti koje svaka banka poduzima u cilju promicanja društveno odgovornog poslovanja.

Završetkom ove faze će za svaku banku biti poznato koje od zadanih aktivnosti poduzima iz različitih domena društveno odgovornog poslovanja te pridaje li svim područjima društveno odgovornog poslovanja jednaku važnost ili su neka područja djelovanja više, a neka manje zastupljena.

Nakon što se formiraju indeksi izvještavanja o društvenoj odgovornosti svih banaka, dobiveni rezultati će se moći iskoristiti da se ocijeni kolika je zastupljenost izvještavanja o društveno odgovornom poslovanju u bankarskom sektoru na području Bosne i Hercegovine.

1.5. Metode istraživanja

Pri izradi diplomskog rada biti će korištene slijedeće znanstvene metode:

- *Induktivna metoda* – podrazumijeva primjenu induktivnog načina zaključivanja, što znači da se na temelju pojedinačnih ili posebnih činjenica formiraju opći zaključci.
- *Deduktivna metoda* – ova metoda se primjenjuje kada se na temelju općih sudova izvode pojedinačni sudovi, odnosno zaključci.
- *Metoda analize* – postupak kojim se složeni pojmovi, sudovi i zaključci raščlanjuju na jednostavnije sastavne dijelove i elemente.
- *Metoda sinteze* – odnosi se na postupak povezivanja izdvojenih elemenata, pojava, procesa i odnosa u jedinstvenu cjelinu.
- *Metoda klasifikacije* – izvođenje sistematske i potupne podjele općeg pojma na posebne pojmove koje taj osnovni pojam obuhvaća.
- *Metoda deskripcije* – postupak jednostavnog opisivanja činjenica, procesa i predmeta te njihovo empirijsko potvrđivanje njihovih odnosa i veza, ali bez znanstvenog tumačenja i objašnjavanja.
- *Metoda kompilacije* – odnosi se na preuzimanje tuđih rezultata znanstvenoistraživačkog rada te se temelji na oponašanju drugih.
- *Komparativna metoda* – podrazumijeva usporedbu istih ili srodnih činjenica, pojava procesa i odnosa te utvrđivanje sličnosti i razlika među njima.[5]

[5] Zelenika, R. (1998.) Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela, Ekonomski fakultet Rijeka, Rijeka

Pored toga, proučiti će se stručna i znanstvena literatura o predmetu istraživanja, podaci prikljupljeni u svrhu izrade empirijskog dijela rada će se adekvatno obraditi, formirati će indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti te će na temelju teoretskog i empirijskog dijela rada biti doneseni vlastiti zaključci.

1.6. Doprinos istraživanja

Doprinos ovog diplomskog rada proizlazi iz istraživanja koje će se provesti nad bankama na području Bosne i Hercegovine u pogledu njihove angažiranosti u primjeni društveno odgovornog poslovanja.

Podaci koji će se prikupiti biti će obrađeni i analizirani kako bi se došlo do odgovora na istraživačka pitanja i kako bi se donio zaključak o svijesti i zastupljenosti društveno odgovornog poslovanja u bankarskom sektoru Bosne i Hercegovine. Na taj način će se uvidjeti u kojoj je mjeri ovakav način poslovanja prihvaćen u bankarskom sektoru, vode li banke računa o svom utjecaju na društvo te da li svojim poslovanjem nastoje pozitivno djelovati na interesne skupine unutar i izvan organizacije.

Bankarski sektor ima golem ekonomski utjecaj i pod budnim je okom javnosti, građani bi u njega trebali imati povjerenja, a istraživanjem ove teme želi se potaknuti na promišljanje o ovoj problematici. Istraživanjem će se također doći do spoznaje o praksi izvještavanja banaka o društveno odgovornom poslovanju temeljem relevantnog indeksa.

Rezultati ovog istraživanja bi također mogli biti korisni za buduća istraživanja o ovoj problematici, primjerice rezultati ovog istraživanja mogli bi se usporediti sa rezultatima istraživanja o ovoj temi na primjeru neke druge države ili nekog drugog sektora.

1.7. Struktura diplomskog rada

Diplomski rad biti će podijeljen na pet tematskih jedinica:

U prvom, ***uvodnom dijelu***, predstavit će se problem i predmet istraživanja. Za isti će se definirati istraživačka pitanja te ciljevi koji se ovim istraživanjem namjeravaju ispuniti. Navesti će istraživačke metode koje će biti korištene pri izradi rada te će se objasniti koji je

doprinos istraživanja. Također će biti ukratko pojašnjeno na koji način je rad koncipiran i strukturiran, odnosno na što se odnose pojedine tematske cjeline.

Druga i treća tematska jedinica zajedno će činiti teorijski dio rada.

Druga cjelina naziva ***društveno odgovorno poslovanje*** odnositi će se na pobliže pojašnjavanje temeljnih odrednica navedenog koncepta. Pojasniti će se pojam društveno odgovornog poslovanja te će se proučiti kako se ono razvijalo od svoga začetka pa do danas. Razmotriti će se dimenzije, vrste, modeli i strategije društvene odgovornosti te će se navesti područja primjene društveno odgovornog poslovanja. Objasniti će se koje koristi proizlaze za poduzeća ukoliko je društveno odgovorno poslovanje dio njegove poslovne strategije. Također će se predstaviti povezanost i razlika između pojmova društvene odgovornosti i poslovne etike. Ova cjelina završava kratkim pregledom primjene koncepta društveno odgovornog poslovanja u Europskoj Uniji i u Bosni i Hercegovini.

U trećoj cjelini najprije će se definirati ***banke*** kao financijske institucije, objasniti će se njihov rad, poslovi koje obavljaju i uloga u gospodarstvu. Zatim će se razmotriti društveno odgovorno poslovanje u bankarstvu. Predstaviti će se osnovna obilježja bankarskog sektora Bosne i Hercegovine te ukratko razmotriti kako je reguliran u zakonskom smislu.

Četvrta tematska cjelina biti će posvećena ***empirijskom dijelu rada***. Predstaviti će se osnovni podaci o bankama koje su predmet istraživanja te će se analizirati i obraditi prikupljeni podaci o društveno odgovornom poslovanju istih banaka u cilju dobivanja odgovora na postavljena istraživačka pitanja. Obrada podataka će na kraju rezultirati ocjenom društvene odgovornosti poslovanja banaka koja će se temeljiti na indeksu izvještavanja o društvenoj odgovornosti.
Na temelju rezultata istraživanja donijeti će se ***zaključak*** o primjeni društveno odgovornog poslovanja u bankama Bosne i Hercegovine.

2. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE

2.1. Pojmovno određenje društveno odgovornog poslovanja

Svako poduzeće koje posluje na tržištu i koje teži razvitku i napretku mora biti profitabilno. Isključiva orijentiranost na ostvarenje profita je dugo godina bilo ono na čemu se zasnivao model korporativnog upravljanja, no s vremenom se razvio i prerastao u model u čijem je fokusu odgovornost, na svim razinama menadžmenta i prema svim interesno-utjecajnim skupinama.[6]

Posljednjih pedesetak godina značaj koji se pridaje društveno odgovornom poslovanju je sve veći, kako od strane menadžera, tako i od strane samog društva. Neodgovorno ponašanje velikih poduzeća prema zaposlenicima, potrošačima i okolišu tijekom 20. stoljeća popraćeno je brojnim medijskih skandalima, a nastali društveni i medijski pritisci rezultirali su brojnim prosvjedima, osnivanjem udruga za zaštitu radnika, potrošača, životinja i okoliša te donošenjem raznih zakona i propisa.[7]

Potrošači, odnosno kupci proizvoda i usluga danas iskazuju sve veće zanimanje za odnos poduzeća prema društvu, žele znati kako se poduzeća ponašaju i što rade izvan sfere proizvoda i usluga te ne žele doprinositi poduzećima koja svojim poslovanjem štete društvu i okolini. Također je sve više onih kojih smatraju da bi poduzeća koja ostvaruju profit iskorištavajući resurse društva trebala raditi na njegovom unaprjeđenju.[8]

Takva promjena percepcije i svijesti potrošača, koji na tržištu imaju sve više izbora i koji odluku o kupnji više ne donose samo na temelju kvalitete i/ili cijene proizvoda/usluga, može se potvrditi brojnim primjerima bojkotiranja proizvoda i usluga društveno neodgovornih poduzeća. [9]

---

[6] Sisek B., Strahonja M. (2012): Stakeholderski pristup poduzeću, Poslovna izvrsnost, Vol. 6 No. 1, 2012., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=126169

[7] Glumac M. (2018): Društvena odgovornost kao važan aspekt uspješnog poslovanja, Paragraf : časopis za pravna i društvena pitanja Pravnog fakulteta Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Vol. 2 No. 1, 2018., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=305074

[8] Kurtić A. (2009): Društvena odgovornost- novi svjetski pokret i poslovni imperativ savremenog menadžmenta, Tranzicija, Vol. 11 No. 23-24, 2009., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/45989

[9] Kurtić A. (2009): Društvena odgovornost- novi svjetski pokret i poslovni imperativ savremenog menadžmenta, Tranzicija, Vol. 11 No. 23-24, 2009., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/45989

Prema konceptu društveno odgovornog poslovanja se smatra da se dugoročno održiv razvoj poduzeća može postići poduzimanjem poslovnih aktivnosti koje doprinose ekonomskom rastu poduzeća te istovremeno i povećanju dobrobiti društva, stoga menadžment poduzeća prije donošenja određene poslovne odluke treba procijeniti i ekonomski i društveni učinak iste.[10] Sve je više dokaza da poduzeća koja implementiraju društveno odgovorno poslovanje kao dio dugoročne poslovne strategije primjećuju pozitivne utjecaje na zadovoljstvo zaposlenika, percepciju poduzeća u javnosti i povećanje sklonosti potrošača prema proizvodima i uslugama poduzeća, a što posljedično utječe na povećanje dobiti poduzeća.[11]

U nastavku će biti navedeno nekoliko definicija društveno odgovornog poslovanja.

Društveno odgovorno poslovanje (DOP) se najopćenitije može definirati kao „koncept poslovanja u kojem poduzeća dobrovoljno i bez ikakve zakonske prisile nastoje uskladiti svoje poslovanje s potrebama društva u najširem mogućem smislu." Pojam i praksa društvene odgovornosti poduzeća odnose se na cjelokupni raspon njegova djelovanja.[12]

Društvena odgovornost predstavlja „inteligentnu i objektivnu brigu za dobrobit društva što ograničava ponašanje pojedinaca i poduzeća od krajnje destruktivnih aktivnosti, bez obzira koliko one brzo bile profitabilne te vodi u smjeru pozitivnih doprinosa dobrobiti ljudi, što može biti definirano na različite načine."[13]

Društveno odgovorno poslovanje se vrlo jednostavno može definirati kao „obvezu svih onih koji posluju uz cilj da maksimiziranjem profita maksimiziraju i pozitivan utjecaj svog poslovanja na društvo i okoliš."[14]

Cilj društvene odgovornosti je očuvati profitabilnost i istovremeno omogućiti stvaranje visokih životnih standarda za interesno-utjecajne skupine unutar i izvan poduzeća.[15]

---

[10] Kurtić A. (2009): Društvena odgovornost- novi svjetski pokret i poslovni imperativ savremenog menadžmenta, Tranzicija, Vol. 11 No. 23-24, 2009., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/45989

[11] Skoko B., Mihovilović M. (2014): Odnosi s javnošću u funkciji društveno odgovornog poslovanja, Praktični menadžment : stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta, Vol. 5 No. 1, 2014., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/134958

[12] Vrdoljak Raguž I., Hazdovac K. (2014): Društveno odgovorno poslovanje i hrvatska gospodarska praksa, Oeconomica Jadertina, Vol. 4 No. 1, 2014., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/130001

[13] Glavočević A., Radman Peša A. (2013): Društveno odgovorno poslovanje i CRM kao način integriranja društvene odgovornosti u marketinške aktivnosti, Oeconomica Jadertina, Vol. 3 No. 2, 2013., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=170022

[14] Krkač, K. (2007): Uvod u poslovnu etiku i korporacijsku društvenu odgovornost, MATE d.o.o./ZŠEM, Zagreb

Istaknuti će se nekoliko **obilježja DOP-a** kako bi se lakše objasnile osnovne karakteristike ovog koncepta:[16]

- **Dobrovoljno**

Poduzeća koja poduzimaju društveno odgovorne aktivnosti to čine dobrovoljno te tako nadilaze zahtjeve propisane zakonom i drugim propisima.[17]

- **Upravljanje eksternalijama**

Eksternalije su sve pozitivne i negativne nuspojave gospodarskog ponašanja koje se ne razmatraju u procesu donošenja odluka i koje nisu uključene u tržišnu cijenu roba i usluga, a odražavaju se na treće osobe. Ponekad su poduzeća u skladu s određenim uredbama prisiljena snositi troškove negativnih eksternalija (npr. novčane kazne za zagađenje okoliša), dok DOP podrazumijeva dobrovoljan pristup upravljanju eksternalijama (npr. poduzeće donese odluku o ulaganju u tehnologije koje sprječavaju onečišćenje okoliša).[18]

- **Orijentacija na više dionika**

Koncept DOP-a se zasniva na širenju odgovornosti poduzeća prema široj skupini dionika, kao što su potrošači, dobavljači i lokalne zajednice, a ne samo na brizi o interesima dioničara.[19]

- **Usklađivanje društvenih i ekonomskih odgovornosti**

Kada se govori o DOP-u, često se spominje da se dugoročna poslovna strategija poduzeća ne bi trebala zasnivati isključivo na ostvarenju profita i zadovoljavanju interesa dioničara. Potrebno je naglasiti da profit i odgovornost nisu u proturječju jer su društveni i ekonomski aspekt poduzeća povezani. Upravo koncept društvene odgovornosti podrazumijeva

---

[15] Vrdoljak Raguž I., Hazdovac K. (2014): Društveno odgovorno poslovanje i hrvatska gospodarska praksa, Oeconomica Jadertina, Vol. 4 No. 1, 2014., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/130001

[16] Glumac M. (2018): Društvena odgovornost kao važan aspekt uspješnog poslovanja, Paragraf : časopis za pravna i društvena pitanja Pravnog fakulteta Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Vol. 2 No. 1, 2018., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=305074

[17] Glumac M. (2018): Društvena odgovornost kao važan aspekt uspješnog poslovanja, Paragraf : časopis za pravna i društvena pitanja Pravnog fakulteta Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Vol. 2 No. 1, 2018., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=305074

[18] Glumac M. (2018): Društvena odgovornost kao važan aspekt uspješnog poslovanja, Paragraf : časopis za pravna i društvena pitanja Pravnog fakulteta Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Vol. 2 No. 1, 2018., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=305074

[19] Glumac M. (2018): Društvena odgovornost kao važan aspekt uspješnog poslovanja, Paragraf : časopis za pravna i društvena pitanja Pravnog fakulteta Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Vol. 2 No. 1, 2018., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=305074

upravljanje poduzećem tako da se uz ostvarenje profita zadovoljavaju društveni kriteriji i kriteriji zaštite okoliša s ciljem održivosti i zadovoljstva svih uključenih dionika.[20]

- **Prakse i vrijednosti**

DOP objedinjuje skup poslovnih praksi i strategija te skup vrijednosti koje se tiču problematike društva, a koja poduzeća primjenjuju i kojih se pridržavaju prilikom reagiranja i pružanja odgovora na različita društvena pitanja i izazove.[21]

- **Više od filantropije**

Potrebno je razlikovati DOP i filantropiju, budući da filantropija predstavlja samo jedan mogući element DOP-a te je kratkoročna i odnosi se na jednosmjeran, nepredvidiv odnos. DOP je dugoročna strategija poslovanja i predstavlja dodanu vrijednost proizvodima i uslugama poduzeća te povećava reputaciju poduzeća u društvu.[22]

Koncept DOP-a načelno uključuje nekoliko elemenata:[23]

- etiku – stupanj etičnosti poslovnih aktivnosti,
- upravljanje – uloga DOP-a u dobrom korporativnom upravljanju,
- ljudska prava – prava zaposlenika, klijenata, dobavljača i ostalih osoba uključenih u poslovanje,
- okoliš – utjecaj poslovnih aktivnosti na neposredni i udaljeni okoliš,
- dužnost prema društvu – obveze poduzeća kao društvenog partnera.

2.2. Povijesni razvoj društveno odgovornog poslovanja

Društvena odgovornost poduzeća je relativno nov poslovni pojam, no povijest brige za društvo vezane za poslovanje stara je kao i sama trgovina i samo poslovanje. O tome svjedoče pisani dokazi u obliku evidentiranih komercijalnih aktivnosti, zajedno s zakonom o zaštiti

[20] Sisek B., Strahonja M. (2012): Stakeholderski pristup poduzeću, Poslovna izvrsnost, Vol. 6 No. 1, 2012., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=126169

[21] Glumac M. (2018): Društvena odgovornost kao važan aspekt uspješnog poslovanja, Paragraf : časopis za pravna i društvena pitanja Pravnog fakulteta Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Vol. 2 No. 1, 2018., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=305074

[22] Skoko B., Mihovilović M. (2014): Odnosi s javnošću u funkciji društveno odgovornog poslovanja, Praktični menadžment : stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta, Vol. 5 No. 1, 2014., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/134958

[23] Skoko B., Mihovilović M. (2014): Odnosi s javnošću u funkciji društveno odgovornog poslovanja, Praktični menadžment : stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta, Vol. 5 No. 1, 2014., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/134958

šuma, koji datiraju iz razdoblja prije gotovo 5000 godina. U kasnom srednjem vijeku u razvijenim zemljama bogati trgovci davali su sredstva za podizanje sirotišta, bolnica i škola te su osnivali prve zaklade, što je bila jedna od naznaka pojave društvene odgovornosti.[24]

U teoriji se ideja o DOP-u prvi put spominje u knjizi *Evanđelje bogatstva* (*The Gospel of Wealth*) autora *Andrew Carnegiea*, koji je govorio o potrebi poduzeća da pomaže i unaprjeđuje društvo i okruženje u kojem posluje. Zalagao se za principe dobročinstva i skrbništva, no oni tada nisu bili prihvaćeni. Prvu definiciju DOP-a dao je 1953. godine američki ekonomist *Howard Bowen*, a ona glasi: „društvena odgovornost poslovnih ljudi odnosi se na njihovu obvezu da teže takvim politikama, odlukama i aktivnostima koje su poželjne u okvirima ciljeva i vrijednosti našeg društva."[25]

Za vrijeme II. industrijske revolucije, krajem 19. i početkom 20. stoljeća, poduzeća se javljaju kao nositelji razvoja, a utjecaj poslovanja na društvo i okoliš poprima potpuno novu dimenziju. Gospodarski sektor počinje pružati doprinos u rješavanju brojnih socijalnih i razvojnih problema društva i zajednice, odnosno potpomagati filantropske pothvate.[26]

Tijekom 1980-ih i 1990-ih prestalo se smatrati da su jedine odgovornosti poduzeća osiguranje radnih mjesta, postizanje profita radi isplate ulagačima i financijskog razvitka te plaćanje poreza. U 1990-ima, značajno je porasla zabrinutost u pogledu utjecaja gospodarstva na društvo.[27]

DOP se kao koncept poslovanja razvijao postepeno i u više faza. Početak primjene DOP-a vezan je uz filantropiju, a takva praksa je započela kada su *Bill Gates*, vlasnik *Microsofta*, i *Ted Turner*, vlasnik *CNN-a*, počeli izdvajati dio svog profita u dobrotvorne svrhe. Takvu praksu počela su slijediti razna velika poduzeća, uplaćujući donacije u korist nekih projekata i ustanova. Tipični primjeri DOP-a u ovoj fazi su donacije školama, sponzoriranje sportskih

[24] Srbljinović M. (2012): Utjecaj društvene odgovornosti poduzeća na ponašanje potrošača u Hrvatskoj, Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, Vol. 10 No. 2, 2012., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/93115
[25] Rakić S. (2016): Ispitivanje utjecaja društveno odgovornog poslovanja na profitabilnost banaka u Evropskoj uniji, Doktorska disertacija, [Internet], raspoloživo na: http://nardus.mpn.gov.rs/handle/123456789/7934
[26] Srbljinović M. (2012): Utjecaj društvene odgovornosti poduzeća na ponašanje potrošača u Hrvatskoj, Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, Vol. 10 No. 2, 2012., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/93115
[27] Srbljinović M. (2012): Utjecaj društvene odgovornosti poduzeća na ponašanje potrošača u Hrvatskoj, Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, Vol. 10 No. 2, 2012., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/93115

klubova i umjetničkih društava, volontiranje zaposlenika poduzeća u svrhu pomoći lokalnoj zajednici, itd. [28]

Takav oblik društvene odgovornosti poznat je pod nazivom korporativna filantropija te se smatra tradicionalnim, iako je i danas najviše zastupljen. Ono što karakterizira ovu generaciju društvene odgovornosti je to da DOP nije dio poslovne strategije, već poduzeća koriste novčane donacije u cilju poboljšanja ugleda i povećanja komercijalne vrijednosti poslovanja. Drugi pristupi, koji se također smatraju dijelom ove generacije razvoja društvene odgovornosti, više su fokusirani na zaštitu nego na poboljšanje ugleda pa se takva poduzeća drže podalje od situacija koje bi im mogle naštetiti ugledu i ugroziti poziciju na tržištu.[29]

U sljedećoj fazi razvoja, društvena odgovornost postala je dio dugoročne poslovne strategije brojnih poduzeća, što je posljedica brojnih istraživanja koja su ukazala na činjenicu da provođenje DOP-a može donijeti brojne koristi poslovanju poduzeća. U ovoj fazi razvoja DOP-a mnoga poduzeća počinju s razvitkom posebne poslovne politike koja se bavi tematikom društvene odgovornosti.[30]

Novija generacija društvene odgovornosti bavi se pitanjima siromaštva, socijalne ugroženosti, uništavanja životne sredine te sličnim etičkim i moralnim pitanjima, odnosno problematikom koja nadilazi zakonske norme i propise što znači da poduzeća u tom pogledu djeluju na dobrovoljnoj osnovi. Pitanje je koliko poduzeća uistinu i provodi ovakav oblik poslovanja.[31]

2.3. Dimenzije društvene odgovornosti

DOP se isprva uglavnom povezivalo s aktivnostima zaštite okoliša i prirodnih resursa. Promjene koje su izazvale globalizacija, razvoj informacijske tehnologije i širenje organizacija civilnog društva dovele su do današnjeg shvaćanja poslovanja koje se zasniva na

[28] Vrdoljak Raguž I., Hazdovac K. (2014): Društveno odgovorno poslovanje i hrvatska gospodarska praksa, Oeconomica Jadertina, Vol. 4 No. 1, 2014., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/130001
[29] Vrdoljak Raguž I., Hazdovac K. (2014): Društveno odgovorno poslovanje i hrvatska gospodarska praksa, Oeconomica Jadertina, Vol. 4 No. 1, 2014., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/130001
[30] Vrdoljak Raguž I., Hazdovac K. (2014): Društveno odgovorno poslovanje i hrvatska gospodarska praksa, Oeconomica Jadertina, Vol. 4 No. 1, 2014., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/130001
[31] Vrdoljak Raguž I., Hazdovac K. (2014): Društveno odgovorno poslovanje i hrvatska gospodarska praksa, Oeconomica Jadertina, Vol. 4 No. 1, 2014., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/130001

društvenoj odgovornosti, a koje u obzir uzima ekološka, etička, financijska, socijalna i upravljačka pitanja.[32]

Temelj uspjeha u nesigurnom i promjenjivom okruženju postalo je što brže prilagođavanje promjenama na tržištu i kontinuiran rad na usavršavanju poslovanja, što je ujedno prepoznato kao jedan od ključnih elemenata izgradnje konkurentske prednosti. U tom kontekstu može se spomenuti i DOP, kojeg u tu svrhu brojna poduzeća implementiraju u svoj koncept poslovanja. Za taj proces nužna je visoka društvena svijest na razini cijele zajednice te stoga koncept DOP-a možemo promatrati kroz internu i eksternu dimenziju.[33]

Interna dimenzija DOP-a odnosi se na aktivnosti koje se poduzimaju unutar samog poduzeća, odnosno na aktivnosti koje se odražavaju na dobrobit zaposlenika poduzeća. Koristi koje donosi primjena DOP-a unutar poduzeća uključuju bolju motivaciju i zadržavanje zaposlenika, veću produktivnost, smanjenje apsentizma na radnom mjestu i uvođenje učinkovitih i ekološki prihvaćenih proizvodnih tehnika.[34]

Komponente interne dimenzije su sljedeće:[35]

- ***Upravljanje ljudskim resursima***

Poduzećima je sve teže privući i zadržati kvalitetne zaposlenike koji posjeduju tražena znanja i vještine. Poduzimanje određenih mjera poput cjeloživotnog učenja zaposlenika, boljeg protoka informacija unutar poduzeća, omogućavanja bolje uravnoteženosti između rada, obitelji i slobodnog vremena, pružanja jednakih plaći i uvjeta za napredovanje žena, nediskriminirajuće politike zapošljavanja, itd., dio je provedbe DOP-a.

- ***Zdravlje i sigurnost na poslu***

[32]Lacković Vincek Z., Dvorski S., Novak E. (2017): Usporedba društveno odgovornog poslovanja u proizvodnim i uslužnim poduzećima Republike Hrvatske, Ekonomski pregled, 68 (3) 267-296 (2017), [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/184596

[33] Vinšalek V. (2017): Društveno odgovorno poslovanje kao preduvjet stvaranja vrijednosti poduzeća, RAČUNOVODSTVO I MENADŽMENT – RiM 18. međunarodna znanstvena i stručna konferencija, ZBORNIK RADOVA Svezak I. Scientific papers – znanstveni radovi, [Internet], raspoloživo na: https://www.hrvatski-racunovodja.hr/pub/2017/rim-2017-zbornik-znanstvenih-radova.pdf

[34] Lacković Vincek Z., Dvorski S., Novak E. (2017): Usporedba društveno odgovornog poslovanja u proizvodnim i uslužnim poduzećima Republike Hrvatske, Ekonomski pregled, 68 (3) 267-296 (2017), [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/184596

[35] Vinšalek V. (2017): Društveno odgovorno poslovanje kao preduvjet stvaranja vrijednosti poduzeća, RAČUNOVODSTVO I MENADŽMENT – RiM 18. međunarodna znanstvena i stručna konferencija, ZBORNIK RADOVA Svezak I. Scientific papers – znanstveni radovi, [Internet], raspoloživo na: https://www.hrvatski-racunovodja.hr/pub/2017/rim-2017-zbornik-znanstvenih-radova.pdf

Pitanje zdravstvene zaštite i sigurnosti na radnom mjestu regulirano je zakonskim propisima, no poduzeća svejedno na razne načine nastoje dodatno promovirati njegovu važnost, bilo kao element u marketingu ili obraćanjem veće pažnje o zaštiti zdravlja i sigurnosti zaposlenika prilikom kupnje proizvoda drugih poduzeća.

- ***Prilagođavanje promjenama***

Danas je sve više slučajeva restrukturiranja poduzeća što u mnogim slučajevima dovodi do društvenih i političkih kriza. Provođenje restrukturiranja na društveno odgovoran način podrazumijeva razmatranje interesa i brigu za sve one na koje takva promjena utječe kako bi se što više smanjili mogući negativni utjecaji.

- ***Upravljanje utjecajima na okoliš i prirodne resurse***

Smanjenje utjecaja na okoliš moguće je postići racionalnom uporabom resursa, smanjenjem emisija u zrak, tlo i vode, smanjivanjem količine otpada kroz odvojeno sakupljanje otpada i recikliranjem, što ujedno dovodi do smanjenja troškova poduzeća.

Eksterna dimenzija DOP-a proteže se izvan poduzeća u lokalnu zajednicu, a uključuje više vrsta dionika kao što su dobavljači, kupci, krajnji potrošači, nevladine organizacije i sam okoliš. Proces globalizacije uvelike je utjecao na razvoj eksterne dimenzije. Istraživanja su pokazala da komponente eksterne dimenzije utječu na povećanje kvalitete proizvoda i/ili usluga poduzeća te na njegovu produktivnost. [36]

Komponente eksterne dimenzije su sljedeće:[37]

- ***Lokalna zajednica***

DOP podrazumijeva integriranje poduzeća u okruženje u kojem djeluje. Osiguranjem radnih mjesta ili plaćanjem poreza poduzeća doprinose lokalnim zajednicama, stoga je vrlo važan ugled kojeg poduzeće ima kao proizvođač i poslodavac odnosno akter u lokalnoj zajednici. Brojna poduzeća su na razne načine uključena u život lokalne zajednice, primjerice osiguravajući prekvalifikaciju ili dokvalifikaciju, pomažući u očuvanju okoliša, zapošljavajući

[36] Lacković Vincek Z., Dvorski S., Novak E. (2017): Usporedba društveno odgovornog poslovanja u proizvodnim i uslužnim poduzećima Republike Hrvatske, Ekonomski pregled, 68 (3) 267-296 (2017), [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/184596

[37] Vinšalek V. (2017): Društveno odgovorno poslovanje kao preduvjet stvaranja vrijednosti poduzeća, RAČUNOVODSTVO I MENADŽMENT – RiM 18. međunarodna znanstvena i stručna konferencija, ZBORNIK RADOVA Svezak I. Scientific papers – znanstveni radovi, [Internet], raspoloživo na: https://www.hrvatski-racunovodja.hr/pub/2017/rim-2017-zbornik-znanstvenih-radova.pdf

ljude s posebnim potrebama, sponzoriranjem lokalnih sportskih klubova i kulturnih manifestacija, donacijama u humanitarne svrhe i slično.

- ***Odnos s partnerima, dobavljačima i potrošačima***

Odnosi s partnerima, dobavljačima i potrošačima trebali bi se temeljiti na povjerenju. Uspostavljanje partnerstva može rezultirati fer cijenama, poštivanjem rokova izrade i dobave te kvalitetom proizvoda i usluga. Takvom vrstom odnosa DOP se može postići u cijelom dobavljačkom lancu.

- ***Poštivanje ljudskih prava***

Ljudska prava su kompleksno područje koje obuhvaća političke, pravne i moralne dimenzije. Uz poštivanje ljudskih prava, tu spada poštivanje radnih standarda i radnog prava, a obuhvaća i elemente zaštite okoliša. Transparentno poslovanje bitno je i kod borbe protiv korupcije. Pritisci raznih udruga i potrošačkih grupa potaknuli su poduzeća na usvajanje kodeksa ponašanja koji uključuju uvjete rada, ljudska prava i zaštitu okoliša.

- ***Globalna briga za okoliš***

S obzirom na to da danas brojna poduzeća posluju na međunarodnom i globalnom planu i tako utječu na globalni okoliš, sve se više govori o ulozi poslovnog sektora u postizanju održivog razvoja. Od strane generalnog tajnika UN-a pokrenuta je inicijativa *Global Compact* (Globalni sporazum), a cilj inicijative je poticanje poduzeća na partnerstvo u poboljšanju stanja u društvu i okolini.

2.4. Vrste i modeli društeve odgovornosti

Uspješna implementacija DOP-a u poslovanje podrazumijeva obuhvaćanje čitavog niza poslovnih odgovornosti.[38] Društvena odgovornost poduzeća ima svoju hijerarhiju, a dijagram 1 prikazuje piramidalan odnos **vrsta društvenih odgovornosti**. Odgovornosti su poredane odozdo prema gore u zavisnosti o njihovoj veličini i frekvenciji kojom im menadžer pristupa.[39]

[38] Glumac M. (2018): Društvena odgovornost kao važan aspekt uspješnog poslovanja, Paragraf : časopis za pravna i društvena pitanja Pravnog fakulteta Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Vol. 2 No. 1, 2018., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=305074

[39] Buble, M. (2009): Menadžment, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Split.

Dijagram 1: Hijerarhija društvene odgovornosti poduzeća

Izvor: Buble, M. (2009): Menadžment, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Split.

- **Ekonomska odgovornost**

Prije svega, poduzeće je temeljna ekonomska jedinica društva, stoga je prva razina društvene odgovornosti ekonomska odgovornost. U tom smislu, odgovornost poduzeća je proizvodnja proizvoda i usluga koje društvo želi i maksimiziranje profita za vlasnike i dioničare.[40] Prilikom ispunjavanja svog primarnog cilja, a to je ostvarenje profita, mnoga poduzeća ne vode računa o interesima društva i okoliša. Ipak, taj cilj nije negativan budući da je upravo profitabilnost poduzeća preduvjet ispunjenja očekivanja vlasnika i dioničara te u konačnici društva i okoliša.[41]

- **Zakonska odgovornost**

Poslovanje poduzeća uređeno je zakonima i propisima koje su donijeli nadležni organi. Zakonska odgovornost odnosi se na očekivanje od poduzeća da svoje ekonomske ciljeve ispunjava unutar tih zakona, kao i na pridržavanje zakona od strane vodećih ljudi poduzeća.[42]

- **Etička odgovornost**

[40] Buble, M. (2009): Menadžment, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Split.
[41] Srbljinović M. (2012): Utjecaj društvene odgovornosti poduzeća na ponašanje potrošača u Hrvatskoj, Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, Vol. 10 No. 2, 2012., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/93115
[42] Srbljinović M. (2012): Utjecaj društvene odgovornosti poduzeća na ponašanje potrošača u Hrvatskoj, Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, Vol. 10 No. 2, 2012., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/93115

Etička odgovornost uključuje ponašanja koja nisu neophodno zakonski uređena i ne smiju služiti direktnim ekonomskim interesima poduzeća.[43] Etičke odgovornosti obuhvaćaju standarde, norme ili očekivanja koja odražavaju zabrinutost za ono što potrošači, zaposlenici, dioničari i zajednica smatraju pravednim i u skladu s poštovanjem ili zaštitom moralnih prava dionika. Etičke odgovornosti podrazumijevaju primjenu normi i vrijednosti koje nadilaze zakonske propise te provedbu aktivnosti koje su očekivane od strane društva.[44]

- **Diskrecijska odgovornost**

Diskrecijska odgovornost je isključivo dobrovoljna (neprisilna) i odnosi se na dobru volju poduzeća da doprinosi društvu bez obveza u odnosu na ekonomiju, pravo ili etiku. Poduzimajući diskrecijske aktivnosti poduzeće nema nikakav povrat niti ga očekuje, već se radi o filantropskom doprinosu poduzeća društvu.[45] Primjeri filantropije uključuju poslovne doprinose u obliku financijskih sredstava i vremena, kao i doprinose umjetnosti, obrazovanju i zajednici. Osnovna razlika između filantropske i etičke odgovornosti je ta da se poduzeće ne obvezuje da bude filantropsko, tj. zajednica neće smatrati poduzeće neetičnim ako ne poduzima filantropske aktivnosti.[46]

U svijetu je sve više poduzeća koja zbog ekonomskih i društvenih pritisaka promoviraju svoju strategiju društvene odgovornosti. Društvena odgovornost menadžera (*Social Responsibility of Managers*) predstavlja odnos menadžera prema okruženju koji se mjeri pisanim ili nepisanim moralnim pravilima prema kojima se ocjenjuje ponašanje menadžmenta. Upravo iz odgovornosti menadžera proizlazi jedna od temeljnih poteškoća u razumijevanju društvene odgovornosti.[47] Pitanje koje se postavlja je: „kome su menadžeri odgovorni?" U tom kontekstu postoji „dilema oko toga da li je poduzeće ekonomski entitet kojemu je cilj ostvarivanje profita za svoje vlasnike ili je poduzeće socioekonomski entitet kojemu je cilj

[43] Buble, M. (2009): Menadžment, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Split.
[44] Glumac M. (2018): Društvena odgovornost kao važan aspekt uspješnog poslovanja, Paragraf : časopis za pravna i društvena pitanja Pravnog fakulteta Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Vol. 2 No. 1, 2018., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=305074
[45] Buble, M. (2009): Menadžment, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Split.
[46] Glumac M. (2018): Društvena odgovornost kao važan aspekt uspješnog poslovanja, Paragraf : časopis za pravna i društvena pitanja Pravnog fakulteta Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Vol. 2 No. 1, 2018., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=305074
[47] Vinšalek V. (2017): Društveno odgovorno poslovanje kao preduvjet stvaranja vrijednosti poduzeća, RAČUNOVODSTVO I MENADŽMENT – RiM 18. međunarodna znanstvena i stručna konferencija, ZBORNIK RADOVA Svezak I. Scientific papers – znanstveni radovi, [Internet], raspoloživo na: https://www.hrvatski-racunovodja.hr/pub/2017/rim-2017-zbornik-znanstvenih-radova.pdf

ostvarivanje ekonomskog i socijalnog doprinosa društvu."[48] Ovisno o odgovoru na ovo pitanje razlikuju se **dva modela**, a to su:

- ***Stockholder model* ili klasični ekonomski model**

Osnovno polazište ovog modela je činjenica da je poduzeće u privatnom vlasništvu te da mu je u skladu s tim isključivi cilj maksimiziranje profita. Prema tome, društvena odgovornost poduzeća se u odnosu na različite interesne grupe najbolje manifestira tržišnim transakcijama, dok menadžeri svoju društvenu odgovornost najbolje ispunjavaju vodeći računa o financijskim interesima dioničara.[49]

Dakle, klasični ekonomski model naglašava maksimiziranje bogatstva dioničara kao ključni cilj poduzeća koji će dati najbolje rezultate za dioničare, ali i za zadovoljavanje interesa svih ostalih interesno-utjecajnih skupina. Zagovaratelji ovog modela smatraju da se uspjeh poduzeća mjeri isključivo ekonomskim veličinama, kao što su tržišna vrijednost dionica, profit i iznos dividendi.[50]

Prema ovom modelu, društveni i ekonomski ciljevi poduzeća su zasebni te se smatra da se ekonomska efikasnost poduzeća smanjuje ulaganjem u društvene ciljeve, što nužno ne znači da su poduzeća društveno neodgovorna, već da je za njih najbolje da se zalažu za vlastite interese i ekonomsku efikasnost.[51]

Razlog zbog kojeg se smatra da su dioničari najvažnija interesno-utjecajna skupina je taj što oni kao imatelji dionica nemaju unaprijed zajamčenu zaradu te su zbog toga u rizičnijoj poziciji u odnosu na ostale interesno-utjecajne skupine. Također se smatra da jedino vlasnici snose rizik propasti poduzeća i da nemaju nikakvo jamstvo zaštite vlastitih ulaganja.[52]

---

[48] Buble, M. (2009): Menadžment, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Split.
[49] Buble, M. (2009): Menadžment, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Split.
[50] Sisek B., Strahonja M. (2012): Stakeholderski pristup poduzeću, Poslovna izvrsnost, Vol. 6 No. 1, 2012., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=126169
[51] Sisek B., Strahonja M. (2012): Stakeholderski pristup poduzeću, Poslovna izvrsnost, Vol. 6 No. 1, 2012., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=126169
[52] Sisek B., Strahonja M. (2012): Stakeholderski pristup poduzeću, Poslovna izvrsnost, Vol. 6 No. 1, 2012., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=126169

Dakle, prema ovoj teoriji, jedina društvena odgovornost menadžera je ekonomska dobit, odnosno profit. Poznati zagovornik ovog pristupa bio je nobelovac *Milton Friedman* koji smatra da društvena odgovornost smanjuje profitabilnost i povećava troškove, a njegova čuvena izjava *„The business of business is business"* sažima poantu ovog modela.[53]

- ***Stakeholder model* ili socioekonomski model**

Stakeholder ili socioekonomski model pretpostavlja postojanje više ciljeva poduzeća, a ne samo jednog. Smatra da poduzeće treba služiti cjelokupnom društvu i da je društveno odgovorno jedino ako vodi računa o interesima različitih stakeholdera.[54]

U užem smislu, stakeholderi su sve one grupe o kojima ovisi opstanak poduzeća – dioničari, zaposlenici, kupci, dobavljači i drugi. U širem smislu su to grupe pojedinaca koje mogu utjecati na poduzeće i na koje ono može utjecati svojim proizvodima, politikama i radnim procesima – grupe od javnog interesa, protestne grupe, lokalna društva, vladine organizacije, trgovačka udruženja, konkurenti, sindikati i mediji.[55]

Zagovornici stakeholderskog modela smatraju da se poduzeće treba zalagati za interese i ciljeve vodećih stakeholdera ključnih za opstanak poduzeća te odbacuju tvrdnju da je profit jedini smisao postojanja poduzeća. Naglašavaju da je mjera uspjeha poduzeća sposobnost stvaranja bogatstva koje ne pripada isključivo vlasnicima kapitala, a ne sposobnost stvaranja bogatstva za dioničare.[56] Tablica 1 sažeto prikazuje osnovne razlike između prethodno predstavljenih modela DOP-a.

Tablica 1: Osnovne razlike između ekonomskog i socioekonomskog modela

Ekonomski model	Socioekonomski model
Proizvodnja	Kvaliteta života
Eksploatacija resursa	Očuvanje resursa i sklad s prirodom
Tržišno utemeljenje	Prisutna je društvena kontrola tržišnih odluka
Ekonomski povrat resursa	Uravnoteženi ekonomski i društveni povrat resursa

[53] Kurtić A. (2009): Društvena odgovornost- novi svjetski pokret i poslovni imperativ savremenog menadžmenta, Tranzicija, Vol. 11 No. 23-24, 2009., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/45989
[54] Buble, M. (2009): Menadžment, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Split.
[55] Buble, M. (2009): Menadžment, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Split.
[56] Sisek B., Strahonja M. (2012): Stakeholderski pristup poduzeću, Poslovna izvrsnost, Vol. 6 No. 1, 2012., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=126169

Individualni interesi	Zajednički interesi
Mala uloga države	Aktivna uloga države

Izvor: Buble, M. (2009): Menadžment, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Split.

2.5. Strategije društvene odgovornosti

Poduzeće može odgovoriti na društvene zahtjeve primjenom jedne od četiri moguće strategije, a to su:[57]

- **Opstruktivna *(Obstructive)***

Primjena opstruktivne strategije podrazumijeva negiranje odgovornosti od strane poduzeća u nastojanju da zadrži *status quo*.

- **Defenzivna *(Defensive)***

Poduzeće se koristi zakonskim sredstvima i marketing akcijama u cilju izbjegavanja preuzimanja dodatnih odgovornosti.

- **Adaptivna *(Accommodative)***

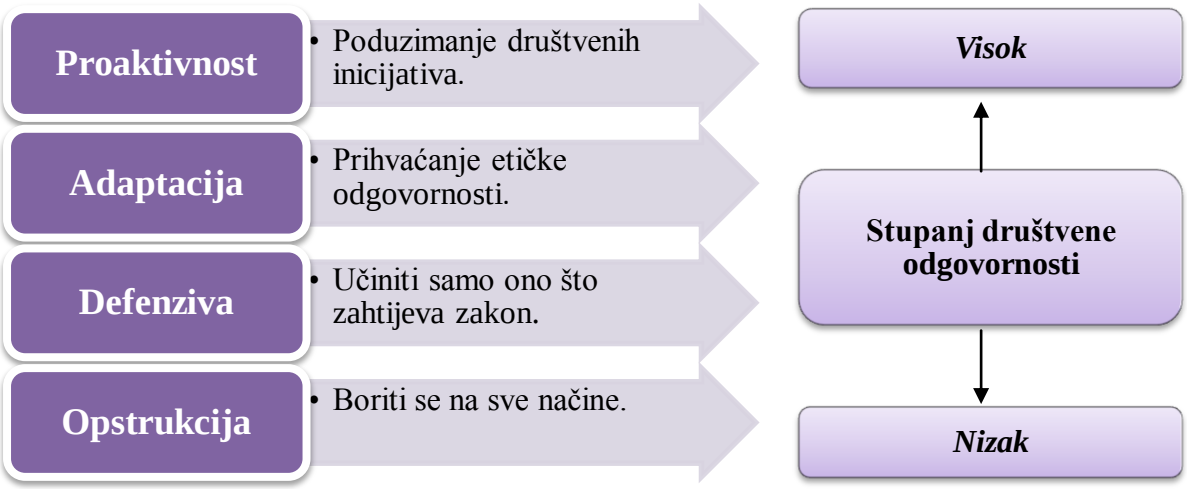
Adaptivna strategija znači da poduzeće prihvaća društvenu odgovornost za svoje djelovanje i nastoji ispuniti ekonomsku, zakonsku i etičku odgovornost (iako često pod pritiskom).

- **Proaktivna *(Proactive)***

Poduzeće definirajući program društvene odgovornosti preuzima vodstvo u društvenim pitanjima te služi kao model drugima.

Prethodno opisane strategije koje služe kao odgovor na društvene zahtjeve i njihova veza sa stupnjem društvene odgovornosti prikazane su dijagramom 2.

[57] Buble, M. (2009): Menadžment, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Split.



Dijagram 2: Odgovor poduzeća na društvene zahtjeve

Izvor: Buble, M. (2009): Menadžment, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Split.

2.6. Koristi primjene društveno odgovornog poslovanja

Poduzeća koja posluju u skladu s načelima DOP-a mogu ostvariti niz koristi, kako za zajednicu, tako i za čitavo poduzeće. Neke od koristi koje poduzeće ostvaruje primjenom DOP-a ustanovljene su istraživanjem jedne od vodećih neprofitnih organizacija, *Business for Social Responsibility*, a odnose se na:[58]

- povećanje prodaje i udjela na tržištu,
- jačanje pozicije brenda,
- jačanje imidža i utjecaja poduzeća,
- jačanje mogućnosti za privlačenje, motiviranje i zadržavanje zaposlenika,
- smanjenje troškova poslovanja,
- povećanje privlačnosti za investitore i financijske analitičare.

Prema drugim autorima, poduzeća sve više uviđaju poslovnu opravdanost DOP-a zbog prepoznavanja koristi za poslovanje, a u koje se ubraja:[59]

- upravljanje ugledom, robnom markom i rizikom,
- konkurentnost i tržišno pozicioniranje,
- zapošljavanje nove radne snage, motivacija i zadržavanje zaposlenika,

[58] Glavočević A., Radman Peša A. (2013): Društveno odgovorno poslovanje i CRM kao način integriranja društvene odgovornosti u marketinške aktivnosti, Oeconomica Jadertina, Vol. 3 No. 2, 2013., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=170022

[59] Glavočević A., Radman Peša A. (2013): Društveno odgovorno poslovanje i CRM kao način integriranja društvene odgovornosti u marketinške aktivnosti, Oeconomica Jadertina, Vol. 3 No. 2, 2013., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=170022

- učinkovitost poslovanja.

Pitanje koje se često postavlja je utječe li primjena DOP-a na financijsku uspješnost poslovanja. Istraživanje kojim se provela korelacijska i regresijska analiza utjecaja DOP-a na financijsku uspješnost poslovanja 80 proizvodnih i neproizvodnih poduzeća u Republici Hrvatskoj koja kotiraju na Zagrebačkoj burzi, pokazalo je statistički značajnu povezanost između DOP-a i financijske uspješnosti, mjereno pokazateljima profitabilnosti imovine, profitabilnosti prodaje i neto profitne marže. Pokazatelj profitabilnosti vlasničke glavnice (ROE) nije pokazao statistički značajnu povezanost između DOP-a i financijske uspješnosti poslovanja poduzeća.[60]

2.7. Društvena odgovornost i poslovna etika

Poslovna etika se definira kao „način koncipiranja, sklapanja, komuniciranja i izvođenja poslova u istodobnom skladu s duhovnim, sociološkim, biološkim i prirodnim zakonitostima čovjeka i okruženja." Predstavlja „skup moralnih pravila i vrijednosti koji utječu i usmjeravaju ponašanje pojedinca ili grupa u odnosu na nešto što je dobro ili loše."[61]

Društvena odgovornost i poslovna etika su pojmovi koji se često izjednačavaju te postoje četiri skupine zaključaka o povezanosti između navedenih pojmova:[62]

1. društvena odgovornost je etika u organizacijskom kontekstu,
2. društvena odgovornost je usmjerena na razmatranje posljedica, tj. utjecaja poslovnih aktivnosti na društvo, dok se etika bavi pitanjima o vođenju zaposlenika organizacije,
3. društvena odgovornost i etika nisu povezani koncepti,
4. etika je samo jedna od dimenzija društvene odgovornosti.

Četvrta skupina je najprihvatljivija kada se raspravlja o istovjetnosti pojmova društvene odgovornosti i poslovne etike. U skladu s četvrtim zaključkom može se govoriti o

[60] Lacković Vincek Z., Dvorski S., Novak E. (2017): Usporedba društveno odgovornog poslovanja u proizvodnim i uslužnim poduzećima Republike Hrvatske, Ekonomski pregled, 68 (3) 267-296 (2017), [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/184596

[61] Aleksić A. (2007): Poslovna etika-element uspješnog poslovanja, Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, Vol. 5 No. 1, 2007., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/26144

[62] Kundid A. (2012): Društveno odgovorno poslovanje banaka u Republici Hrvatskoj, Ekonomska misao i praksa, No. 2, 2012., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=138611

piramidalnom odnosu vrsta društvene odgovornosti kojeg čine ekonomska, zakonska, etička i diskrecijska odgovornost poduzeća.[63]

2.8. Primjena koncepta društveno odgovornog poslovanja

Iako je u teoriji koncept DOP-a jasan i primjenjiv, ne postoji univerzalan način uvođenja DOP-a, dok je **praksa društvene odgovornosti** vrlo raznolika i ovisi o više čimbenika – o kontekstu u kojem se događa, o potrebama poduzeća, upravljačkoj praksi i korporacijskoj kulturi poduzeća, o tradiciji pojedine zemlje, itd. Visoka razina društvene svijesti o društvenoj odgovornosti je glavni preduvjet za uvođenje i primjenu koncepta DOP-a u nekoj zemlji ili poduzeću. Budući da je jedna od važnih pretpostavki podizanja razine svijesti o društvenoj odgovornosti proces obrazovanja, koji uvelike ovisi o gospodarskom i društvenom razvitku neke zemlje, država i njene institucije trebale bi poticati razvoj društvene svijesti provođenjem određenih mjera kojim bi educirala stanovništvo. [64]

Danas se na međunarodnoj i domaćoj razini u cilju poticaja primjene DOP-a donose brojni zakoni, sporazumi i inicijative te se osnivaju institucije u svrhu promocije DOP-a. U najvažnije međunarodne pisane regulatore ubrajaju se *Svjetski sporazum (Global Compact)*, standard za zaštitu prava, zdravlja i sigurnosti zaposlenika *Social Accountability 8000* te *Zelena knjiga o europskom okviru za društveno odgovorno poslovanje*.[65]

UN Global Compact je najveća svjetska inicijativa za održivi razvoj i korporativnu održivost, koja broji 13 000 članica u 160 država. Poduzeća koja su članovi ovog sporazuma dužna su poslovati u skladu s *Deset načela UN Global Compacta*, koja uzimaju u obzir temeljne odgovornosti poslovanja u području ljudskih prava, rada, okoliša i borbe protiv korupcije. Spomenutih *Deset načela* temelje se na međunarodno prihvaćenih deklaracijama i konvencijama UN-a te tako djeluju kao normativni autoritet za odgovorno poslovanje. Smatra se da poduzeća koja se odluče na uključivanje *Deset načela* u strategije, politike i procedure

[63] Kundid A. (2012): Društveno odgovorno poslovanje banaka u Republici Hrvatskoj, Ekonomska misao i praksa, No. 2, 2012., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=138611

[64] Vrdoljak Raguž I., Hazdovac K. (2014): Društveno odgovorno poslovanje i hrvatska gospodarska praksa, Oeconomica Jadertina, Vol. 4 No. 1, 2014., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/130001

[65] Lacković Vincek Z., Dvorski S., Novak E. (2017): Usporedba društveno odgovornog poslovanja u proizvodnim i uslužnim poduzećima Republike Hrvatske, Ekonomski pregled, 68 (3) 267-296 (2017), [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/184596

poslovanja ostvaruju bolju poziciju u međunarodnom poslovnom okruženju, razvijaju svoju konkurentnost i osiguravaju dugoročni poslovni uspjeh.[66]

Zelena knjiga o europskom okviru za društveno odgovorno poslovanje daje jedinstven pregled DOP-a kroz internu i eksternu dimenziju te zaštitu okoliša.[67]

U kontekstu primjene DOP-a, potrebno je spomenuti i ***Normu ISO 26000 – Društvena odgovornost*** koja daje usklađene, na svjetskoj razini relevantne smjernice za poticanje primjene društvene odgovornosti. Sadrži upute o osnovnim načelima društvene odgovornosti, prepoznavanju društvene odgovornosti, suradnji s dionicima te se bavi ključnim temama i pitanjima koja se odnose na društvenu odgovornost i načinima integracije DOP-a u organizaciju. Radi se o dobrovoljnim smjernicama, a ne zahtjevima, stoga ova norma nije namijenjena za certifikaciju, već služi kao korisna dopuna drugim dokumentima i inicijativama za društvenu odgovornost.[68]

Budući da je primjena DOP-a dobrovoljna i da je DOP samoregulirano od strane poduzeća koje ga poduzima, izvještavanje o društvenoj odgovornosti nije obvezno u većini zemalja (primjerice Danska, Francuska, Južnoafrička republika i Švedska zakonski ga propisuju).[69]

Izvještavanje o DOP-u dio je nefinancijskog izvještavanja koje se za proces donošenja poslovnih odluka i upravljanja poduzećem posljednjih nekoliko godina smatra jednako važnim kao i financijsko izvještavanje. Dosadašnja istraživanja uglavnom potvrđuju postojanje pozitivnog utjecaja izvještavanja o održivosti i izvještavanja o društvenoj odgovornosti na uspješnost poslovanja.[70]

Potkraj 2014. godine u skladu s **Direktivom 2014/95/EU Europskog parlamenta i vijeća**, u zemljama članicama EU izvještavanje o društvenoj odgovornosti postalo je zakonska obveza

---

[66] Global Compact Hrvatska, [Internet], raspoloživo na: https://www.hup.hr/global-compact-hrvatska.aspx

[67] Lacković Vincek Z., Dvorski S., Novak E. (2017): Usporedba društveno odgovornog poslovanja u proizvodnim i uslužnim poduzećima Republike Hrvatske, Ekonomski pregled, 68 (3) 267-296 (2017), [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/184596

[68] Brošura otkrijte normu ISO 26000, [Internet], raspoloživo na: https://www.hzn.hr/default.aspx?id=54

[69] Rogošić A., Kundid A. (2012): Izvještavanje o društvenoj odgovornosti banaka u Hrvatskoj, Praktični menadžment: stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta, Vol. 3 No. 2, 2012., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/96976

[70] Dečman N., Švigir A., Rep A. (2019): Uloga nefinancijskih informacija u poslovnom odlučivanju u ovisnosti o karakteristikama poduzeća, Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, Vol. 17 No. 1, 2019., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/221179

određenih velikih poduzeća, poduzeća s više od 500 zaposlenika, kotirajućih poduzeća te poduzeća čija je djelatnost od javnog značaja poput banaka i društava za osiguranje. Pritom izvještavanje mora uključivati barem sljedeće aspekte poslovanja:[71]

- poštovanje ljudskih prava
- antikorupcijske mjere u poslovanju
- raznolikost u strukturi menadžmenta poduzeća
- informacije o politikama, rizicima i učincima vezanim za pitanja okoliša, zaposlenika i druga društvena pitanja.

[71] Kundid Novokmet A., Bilić B. (2016): Društvena odgovornost banaka u vrijeme financijske krize: ususret direktivi Europske unije o nefinancijskom izvještavanju, Oeconomica Jadertina, Vol. 6 No. 1, 2016., Hrčak, [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=248641

3. OSNOVNA OBILJEŽJA POSLOVANJA BANAKA

3.1. Definicija banaka

Postoji mnogo različitih definicija pojma „banka", posebno onih s pravnog aspekta prema nacionalnom zakonodavstvu. Po funkcionalnosti, banku najjednostavnije možemo definirati kao **„instituciju koja se bavi prikupljanjem sredstava, plasiranjem sredstava i pružanjem financijskih usluga."**[72]

Ono što je karakteristično za banke i po čemu se one razlikuju od ostalih financijskih institucija je kreditna i depozitna funkcija banke, gdje se banke javljaju u ulozi financijskog posrednika između onih koji imaju sredstva i onih kojima trebaju sredstva, odnosno posreduju između „depozitara" i „dužnika" nastojeći pritom minimizirati rizike i ostvariti što veću dobit.[73]

Likvidnost je također jedna od bitnih usluga po kojoj se banke izdvajaju od ostalih financijskih institucija. Kada banka primi sredstva, ona zapravo posjeduje višak likvidnosti te sredstva plasira onima kojima su potrebna, odnosno onima koji trenutno nemaju raspoloživih sredstava, ili ih imaju, ali u obliku imovine koja nije likvidna. Banka mora uskladiti vremensku razliku između onih od kojih je sredstva primila i onih kojima je sredstva plasirala, što se naziva neusklađenost ročne strukture i izravno je povezano s rizikom likvidnosti.[74]

Bankarske poslove moguće je promatrati iz brojnih perspektiva, a najuobičajenija podjela je podjela prema bilančno-analitičkom obilježju, po kojoj bankarski poslovi mogu biti:[75]

- **Aktivni ili kreditni bankarski poslovi** – Poslovi koji utječu na aktivu banke sa svrhom ostvarivanja prihoda, kao što su davanje zajmova, lombardiranje, diskontiranje vrijednosnih papira, ulaganje u vrijednosne papire. Proizvodi aktivnog segmenta bankarskog poslovanja stvaraju prihode naplatom kamate i eventualne provizije te pritom ostvareni prihodi uvijek sadržavaju jedan razmjeran dio koji kao prihod pripada proizvodu iz pasivnog segmenta bankovnog poslovanja. Razlika između prihoda ostvarenih naplatom kamata i naknada u aktivnom segmentu i pasivnom segmentu predstavlja neto kamatni prihod banke.

[72] Gregurek M., Vidaković N. (2011): Bankarsko poslovanje, RRiF plus, Zagreb
[73] Gregurek M., Vidaković N. (2011): Bankarsko poslovanje, RRiF plus, Zagreb
[74] Gregurek M., Vidaković N. (2011): Bankarsko poslovanje, RRiF plus, Zagreb
[75] Gregurek M., Vidaković N. (2011): Bankarsko poslovanje, RRiF plus, Zagreb

- **Pasivni ili mobilizacijski bankarski poslovi** – Depozitni poslovi i svi drugi poslovi koji se odnose na pribavljanje novčanih sredstava. Osnovna karakteristika pasivnih poslova je da banka plaća vjerovniku naknadu (pasivnu kamatu) za pribavljen novac. Prihod se ostvaruje kada banka plasira pribavljeni novac i od dužnika naplati aktivnu kamatu, dakle riječ je o naknadnom stvaranju prihoda. Ostvareni prihod bankovni proizvod iz pasivnog segmenta bilježi u trenutku kada mu pripadne razmjeran dio kamate koja je naplaćena od prodanog proizvoda iz aktivnog segmenta bankovnog poslovanja.
- **Neutralni, indiferentni ili komisijski bankarski poslovi** – Poslovi koji se smatraju uslužnima, primjerice poslovi platnog prometa, mjenjački poslovi te različiti komisijski i mandatni poslovi. Prihodi od ovih poslova nastaju od naplaćenih prihoda i razlika u tečaju.
- **Vlastiti bankarski poslovi** – Poslovi u kojima banka ne posluje s klijentima, a uključuju trgovinu na novčanom tržištu i tržištu vrijednosnih papira, vlasnička ulaganja kapitala u druge tvrtke, poslovanje novčanim karticama i ostale uslužne poslove u svoje ime i za svoj račun. Prihode ili rashode od ovih poslova predstavlja razlika između uloženog i vraćenog kapitala, dok se naplatom odgovarajuće provizije ostvaruju prihodi od uslužnih poslova.

Po izvoru prihoda, odnosno promatrajući bankarske poslove iz profitne perspektive, iste možemo podijeliti na:[76]

- **kamatonosne poslove** – poslovi banke koji ostvaruju kamatne prihode,
- **nekamatonosne poslove** – poslovi banke koji ostvaruju prihode na osnovi kamata i provizija,
- **mješovite poslove** – poslovi banke kod kojih banka može ostvariti prihode iz kamatonosnih i iz nekamatonosnih izvora.

U prošlosti su banke imale isključivo alokativnu funkciju i bile su univerzalne financijske institucije. Razvoj tržišta kapitala, ekonomski rast i razvoj te tehnička dostignuća u ekonomiji rezultirala su nastankom potrebe za raznovrsnim bankarskim uslugama. Globalizacija i širenje financijskog poslovanja utjecali su na razvitak širokog spektra usluga koje banke nude te s

[76] Gregurek M., Vidaković N. (2011): Bankarsko poslovanje, RRiF plus, Zagreb

obzirom na poslove koje obavljaju, specijalizaciju, ciljane klijente i njihove potrebe možemo govoriti o više vrsta banaka, a to su:[77]

- **Univerzalne banke** – Obavljaju većinu bankarskih usluga i posluju sa svim sektorima u ekonomiji. Pružaju usluge u sferi tradicionalnog bankarstva (*eng. core banking*), ali i usluge financijskog savjetovanja te usluge koje se odnose na poslovanje na tržištu kapitala.
- **Komercijalne i investicijske banke** – Komercijalne banke su u svom poslovanju fokusirane na specifične klijente, a to su najčešće građani, dok investicijske banke za klijente izvršavaju poslove investicijskog karaktera.
- **Trgovačke banke** – Banke koje karakterizira visoka specijaliziranost i fokus na ciljnu djelatnost.
- **Štedne banke, štedionice i kreditne unije** – Specijalizirane banke koje su u svom radu fokusirane na pojedine segmente poslovanja s pojedinim skupinama klijenata unutar ekonomije.
- **Bankarske holding kompanije** – Podrazumijevaju poduzeća u čijem su vlasništvu različite banke i financijske institucije koje po svojim karakteristikama nisu jednake.
- **Financijski konglomerati –** Super banke čiji je raspon usluga koje pružaju mnogo širi u odnosu na univerzalne banke, a svojim klijentima osim bankarskih usluga pružaju i druge usluge financijske prirode.

Bankarski sustav predstavlja „organizaciju bankarstva u nekoj zemlji ili skupini zemalja, u smislu strukture, funkcije, vlasništva i međusobne povezanosti banaka." Ovaj pojam može označavati i podjelu rada među bankama u nekoj zemlji koja proizlazi iz specijalizacije ili zakonskih propisa. Bankarski sustavi pojedinih zemalja imaju brojne razlike, ali i sličnosti, od kojih je najznačajnija postojanje središnje banke i velikog broja privatnih banaka različitog profila.[78]

Naime, u bankarskom sustavu razlikuju se središnje banke i poslovne ili komercijalne banke. Središnja banka vrši emisiju tzv. primarnog novca i putem različitih instrumenata monetarne politike regulira ukupnu količinu novca u nekoj zemlji. Regulira rad i poslovanje poslovnih

[77] Gregurek M., Vidaković N. (2011): Bankarsko poslovanje, RRiF plus, Zagreb
[78] Gregurek M., Vidaković N. (2011): Bankarsko poslovanje, RRiF plus, Zagreb

banaka te brine o vrijednosti domaćeg novca, stabilnosti cijena i financijskim obvezama države prema inozemstvu.[79]

Poslovne banke sudjeluju u kreiranju depozitnog novca u skladu s ograničenjima i pravilima donesenim od strane različitih zakona i politike središnje banke. Predstavljaju financijske posrednike koji od građana i poduzeća prikupljaju trenutne viškove novca i plasiraju ga, odnosno posuđuju, onima koji imaju manjkove novca. Dobit ostvaruju kao razliku između aktivnih kamata koje naplaćuju od zajmotražitelja i pasivnih kamata koje plaćaju štedišama.[80]

3.2. Društveno odgovorno poslovanje u bankarstvu

Potaknute nepovjerenjem javnosti prema njihovom poslovanju i narušenom reputacijom u društvu uzrokovanom brojnim financijskim krizama i skandalima, banke su posljednjih nekoliko godina počele isticati djelovanja koja poduzimaju u cilju poboljšanja kvalitete života društva te napretka i razvitka sveukupne zajednice. Poduzimanje aktivnosti koje podrazumijevaju dobrovoljno uključivanje brige za ljude, zajednicu i zaštitu okoliša u bankovno poslovanje, a ne isključiva profitna orijentiranost i usklađenost s regulativom, je ono što se smatra **društveno odgovornim bankarstvom**.[81]

Društveno odgovorno bankarstvo podrazumijeva **interno i eksterno djelovanje**.

Što se tiče internog djelovanja, banke bi prilikom korištenja materijalnih resursa trebale voditi računa o troškovnoj i ekološkoj učinkovitosti, a odnos prema zaposlenicima bi se trebao zasnivati na poštivanju načela jednakih mogućnosti zapošljavanja i unaprjeđenja, poštovanju ljudskih i radničkih prava, osiguranju sigurnosti na radnom mjestu te na razvitku potencijala zaposlenih.[82]

Eksterno djelovanje banaka podrazumijeva značajan utjecaj kojeg banke imaju na društvo u cjelini, a koji se očituje kroz bankovne proizvode i financijske usluge, kao što su primjerice privlačenje depozita i njihova alokacija kroz kredite. U tom kontekstu, banke ne bi trebale

[79] Gregurek M., Vidaković N. (2011): Bankarsko poslovanje, RRiF plus, Zagreb
[80] Gregurek M., Vidaković N. (2011): Bankarsko poslovanje, RRiF plus, Zagreb
[81] Kundid Novokmet A., Bilić B. (2016): Društvena odgovornost banaka u vrijeme financijske krize: ususret direktivi Europske unije o nefinancijskom izvještavanju, Oeconomica Jadertina, Vol. 6 No. 1, 2016.
[82] Kundid Novokmet A., Bilić B. (2016): Društvena odgovornost banaka u vrijeme financijske krize: ususret direktivi Europske unije o nefinancijskom izvještavanju, Oeconomica Jadertina, Vol. 6 No. 1, 2016.

ulaziti u nikakvu vrstu poslovnog odnosa s djelatnostima koje imaju nepovoljne učinke na društvo, zajednicu i okoliš (npr. proizvođači oružja i vojna industrija, poduzeća koja ne poštuju ljudska prava, zagađuju okoliš ili neprimjereno postupaju sa životinjama, proizvođači alkohola, duhanskih proizvoda, pornografskih sadržaja, itd.). Podržavati bi trebale poduzeća koja promiču lokalno zapošljavanje i razvitak, koriste obnovljive izvore energije i adekvatno gospodare otpadom te koja poduzimaju aktivnosti koje zadovoljavaju društvene, etičke i ekološke standarde.[83] Tablica 2 detaljnije prikazuje interne i eksterne aspekte društvene odgovornosti banaka.

Tablica 2: Interni i eksterni aspekti društvene odgovornosti banaka

Aktivnosti DOP-a banaka
Interne (politike korištenja resursa)
Osiguranje jednakih prilika i mogućnosti na radnom mjestu
Odabir etički i ekološki osviještenih dobavljača
Educiranje zaposlenika o ekološkim i etičkim aspektima poslovanja
Ekološki vođeno korištenje ispisivača
Štednja energije i vode
Reduciranje emisija klimatizacijskih uređaja
Razvoj politika recikliranja
Smanjenje upotrebe fosilnih goriva i povećanje potrošnje energije iz obnovljivih izvora
Osiguranje ekoloških financijskih proizvoda i usluga
Eksterne (politike financiranja)
Podržavanje ljudskih prava ili odbijanja pružanja financijskih usluga režimima i organizacijama koja krše ljudska prava i slobode
Odbijanje pružanja financijskih usluga u svrhu pranja novca, terorizma, trgovanja drogom i oružjem, proizvodnje duhanskih proizvoda, pornografske industrije, testiranja na životinjama, proizvodnje i trgovine krznom, organiziranja borbi među životinjama, neodržive eksploatacije šumskog fonda, neprimjerenog uzgoja životinja na farmama, genetskog manipuliranja, proizvodnje nuklearne energije
Poticanje zelenog i ekološki osviještenog ponašanja komitenata te razvijanje etičkih standarda uvažavajući njihova stajališta

Izvor: Kundid A. (2014): Etičko bankarstvo- novi koncept bankarstva, Financije nakon krize: forenzika, etika i održivost, Split: Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, 2014. str. 243-264

Kao što je već navedeno, banke su institucije čiji je cilj ostvariti što veći profit. Zbog te činjenice postavlja se pitanje što ih motivira da u skladu s konceptima društveno odgovornog poslovanja poduzimaju društveno odgovorne aktivnosti koje zahtijevaju određene troškove te da propuštaju financirati profitabilne djelatnosti koje nisu pozitivno prihvaćene s aspekta

[83] Kundid Novokmet A., Bilić B. (2016): Društvena odgovornost banaka u vrijeme financijske krize: ususret direktivi Europske unije o nefinancijskom izvještavanju, Oeconomica Jadertina, Vol. 6 No. 1, 2016.

društvene odgovornosti. Odgovor na to pitanje daju **teorija legitimnosti** i **teorija dionika ili *stakeholdera***.[84]

Legitimnost je definirana kao „razina na kojoj se poduzeće ili industrija podudara s općim očekivanjima društva u kojem djeluje, a proizlazi iz regulatornog djelovanja i javnog mišljenja." Prema **teoriji legitimnosti**, poduzimanje društveno odgovornih aktivnosti predstavlja način kojim banke nastoje potvrditi ili opravdati razloge svog opstanka, profitabilnosti ili pojedinih akcija te se odužiti društvu u kojem djeluju.[85] U tom se kontekstu DOP može shvatiti kao sredstvo koje bankama omogućuje izgradnju legitimiteta za njihovo djelovanje te pridonosi pribavljanju dodatnih argumenta za prihvaćanje njihova postojanja u društvu.[86]

Teorija dionika pretpostavlja da je za ostvarivanje profita nužno uspostaviti dobre odnose s ključnim dionicima i zadovoljiti njihove interese, budući da ova teorija promatra profit kao posljedicu društvene odgovornosti. Potrebno je utvrditi tko su ključni dionici i hoće li se njihov odnos prema banci promijeniti kada uzmu u obzir pojedini aspekt društvene odgovornosti za kojeg se banka zalaže. Istraživanja su dokazala postojanje pozitivne korelacije između DOP rejtinga banke ili razvijenosti DOP-a banke i bankovne profitabilnosti te između DOP-a banke i zadovoljstva bankovnih klijenata, a time indirektno i profitabilnosti.[87]

3.3. Osnovna obilježja bankarskog sektora Bosne i Hercegovine

Smatra se da je bankarski sektor Bosne i Hercegovine (BiH) najstabilniji segment ekonomije BiH te kao takav ima bitnu ulogu i značajan utjecaj na ekonomski razvoj zemlje.[88] Subjekti bankovnog sustava BiH su banke, bankarske grupe, razvojne banke, mikrokreditne organizacije, leasing društva, faktoring društva, mjenjači i druge financijske organizacije.

---

[84] Kundid Novokmet A., Bilić B. (2016): Društvena odgovornost banaka u vrijeme financijske krize: ususret direktivi Europske unije o nefinancijskom izvještavanju, Oeconomica Jadertina, Vol. 6 No. 1, 2016.
[85] Kundid A. (2012): Društveno odgovorno poslovanje banaka u Republici Hrvatskoj, Ekonomska misao i praksa, No. 2, 2012.
[86] Kundid Novokmet A., Bilić B. (2016): Društvena odgovornost banaka u vrijeme financijske krize: ususret direktivi Europske unije o nefinancijskom izvještavanju, Oeconomica Jadertina, Vol. 6 No. 1, 2016.
[87] Kundid Novokmet A., Bilić B. (2016): Društvena odgovornost banaka u vrijeme financijske krize: ususret direktivi Europske unije o nefinancijskom izvještavanju, Oeconomica Jadertina, Vol. 6 No. 1, 2016.
[88] Erceg Ž., Milovanović D., Mitrović G. (2017.): Bankarski sektor u funkciji oporavka ekonomije Bosne i Hercegovine, Naučni skup EKONBIZ, 298-309

Posluju pod nadzorom Agencije za bankarstvo Federacije Bosne i Hercegovine koja je osnovana u cilju uređenja, kontrole i nadzora subjekata bankovnog sustava.[89]

Zakonom o Centralnoj banci Bosne i Hercegovine regulirana je monetarna politika BiH. Centralna banka Bosne i Hercegovine (CBBiH) osnovana je 20. lipnja 1997. godine, a s radom je počela 11. kolovoza 1997. godine. CBBiH definira i kontrolira provođenje monetarne politike BiH, a jedan od njenih glavnih ciljeva je postići i održati stabilnost domaće valute (konvertibilna marka – KM, međunarodna oznaka je BAM). Navedeni cilj Centralna banka postiže izdavanjem domaće valute prema aranžmanu poznatom kao *currency board* (valutni odbor). Poslovanje pod aranžmanom valutnog odbora znači da svaka izdana novčanica i kovanica konvertibilne marke mora imati pokriće u slobodnim konvertibilnim deviznim sredstvima po fiksnom tečaju 1KM : 0,51129 EUR. Ukupan iznos monetarne pasive CBBiH koju čine gotov novac u optjecaju i domaći depoziti banaka i drugih rezidenata nikada ne smije biti veći od njenih neto deviznih rezervi, odnosno iznos mora biti u cijelosti pokriven stranom aktivom. Dakle, sva valuta u optjecaju i depoziti banaka kod CBBiH imaju pokriće u stranoj valuti.[90]

Smatra se da je ovakvim modelom monetarne politike postignuta stabilnost domaće valute i osigurano povjerenje građana, institucija i investitora u KM budući da je eliminirana moguća nesigurnost tečaja.[91] Dodatno, banke ne moraju brinuti o riziku inflacije i riziku deviznog tečaja što pozitivno utječe na stabilnost i razvoj bankarskog sektora, a prednost je i društvena budući da su negativnim utjecajima devalvacije ili inflacije u većoj mjeri pogođeni siromašniji slojevi. Smatra se da je glavni rizik s kojim se banke u BiH suočavaju kreditni rizik njihovih klijenata, koji još uvijek predstavlja veliki problem i koji se određenim politikama godinama pokušava umanjiti.[92]

Primjena principa valutnog odbora također znači da je CBBiH vrlo ograničena u pogledu provođenja osnovnih instrumenata monetarne politike u usporedbi s monetarnom politikom Europske Unije. CBBiH ne može davati kredite, ne može kreditirati državu, tj. pokrivati njen budžetski deficit te ne može odobravati kredite za likvidnost komercijalnim bankama, kao ni

[89] ZAKON O AGENCIJI ZA BANKARSTVO FEDERACIJE BOSNE I HERCEGOVINE, Službene novine Federacije BiH", broj: 75/17
[90] Centralna banka Bosne i hercegovine, [Internet], raspoloživo na: https://www.cbbh.ba/?lang=hr
[91] Centralna banka Bosne i hercegovine, [Internet], raspoloživo na: https://www.cbbh.ba/?lang=hr
[92] Erceg Ž., Milovanović D., Mitrović G. (2017.): Bankarski sektor u funkciji oporavka ekonomije Bosne i Hercegovine, Naučni skup EKONBIZ, 298-309

kredite za bilo koje namjene. S obzirom na to, ne određuje diskontnu stopu te na ijedan drugi način ne utječe na nivo kamatnih stopa u ekonomiji. Formiranje kamatnih stopa kod komercijalnih banaka i mikrokreditnih organizacija u BiH je slobodno te se radi o potpunoj liberalizaciji kamatnih stopa. Također, CBBiH ne može sudjelovati u operacijama na tržištu novca. Jedini instrument monetarne politike kojeg CBBiH koristi su obvezne rezerve, a stopa obveznih rezervi je trenutno na razini od visokih 10 % što je posljedica niske ekonomske aktivnosti i visoke zaduženosti javnih poduzeća koja je dovela do nemogućnosti podmirivanja postojećih obveza.[93]

Prema podacima Agencije za bankarstvo Federacije Bosne i Hercegovine, na dan 31.12.2019. godine bankarsku dozvolu u FBiH ima 15 komercijalnih banaka, dok je osnivanje i rad Razvojne banke FBiH regulirano posebnim zakonskim propisom. Što se tiče vlasničke strukture banaka, 14 banaka je u privatnom i pretežno privatnom vlasništvu, dok je jedna banka u državnom i pretežno državnom vlasništvu. Od 14 banaka u pretežno privatnom vlasništvu, 10 banaka je u većinskom stranom vlasništvu, dok su 4 banke u većinskom vlasništvu domaćih pravnih i fizičkih osoba. Prema kriteriju zemlje porijekla dioničara, najveći udjel imaju dioničari iz Austrije (45,7 % stranog kapitala), Turske (18 %) i Hrvatske (14,8 %), dok ostale zemlje nemaju značajniji pojedinačni udjel.[94]

Ukupan kapital bankarskog sektora u FBiH na dan 31.12.2019. godine iznosio je 3,1 milijardu KM te je povećan za 5,4 % u odnosu na kraj 2018. godine. Regulatorni kapital banaka sa 31.12.2019. iznosio je 2,7 milijardi KM i povećan je u odnosu na kraj 2018. godine za 8,5 %. U strukturi regulatornog kapitala bankarskog sektora BiH temeljni kapital sudjeluje sa 98,7 %, a dopunski kapital sa 1,3 %. Adekvatnost kapitala bankarskog sektora je posljednjih nekoliko godina kontinuirano održavana iznad 15 % te se radi o zadovoljavajućoj kapitaliziranosti na razini sektora. Zakonom o bankama propisano je da banke u svakom trenutku moraju ispunjavati kapitalne zahtjeve u pogledu stope regulatornog kapitala od 12 %, stope redovnog temeljnog kapitala od 6,75 % i stope temeljnog kapitala od 9 %. Tablica 3 prikazuje pokazatelje adekvatnosti kapitala bankarskog sektora BiH sa stanjem na dan 31.12.2019. godine.

[93] Erceg Ž., Mitrović G. (2018.): Uloga Centralne banke u funkciji poboljšanja likvidnosti bankarskog sektora BiH, Novi Ekonomist, Vol 12(2), Godina XII, broj 24, jul - decembar 2018.
[94] Agencija za bankarstvo Federacije Bosne i Hercegovine (2020.): Informacija o subjektima bankovnog sustava Federacije Bosne i Hercegovine sa stanjem na dan 31.12.2019., Sarajevo, ožujak 2020. godine, [Internet], raspoloživo na: https://www.fba.ba/upload/docs/korigovana_informacija_o_sbs_31122019_1gJ.pdf

Tablica 3: Pokazatelji adekvatnosti kapitala

R. B.	Stope kapitala	% i iznos viška ili manjka od propisanog minimuma 31.12.2018.	% i iznos viška ili manjka od propisanog minimuma 31.12.2019.
1.	**Stopa redovnog osnovnog kapitala**	**16,6 %**	**17,7 %**
2.	Višak (+) ili manjak (-) redovnog osnovnog kapitala	1.394.434.000 KM	1.642.724.000 KM
3.	**Stopa osnovnog kapitala**	**16,6 %**	**17,7 %**
4.	Višak (+) ili manjak (-) osnovnog kapitala	1.075.438.000 KM	1.304.787.000 KM
5.	**Stopa regulatornog kapitala**	**17,5 %**	**17,9 %**
6.	Višak (+) ili manjak (-) regulatornog kapitala	777.668.000 KM	887.971.000 KM

Izvor: Agencija za bankarstvo Federacije Bosne i Hercegovine (2020.): Informacija o subjektima bankovnog sustava Federacije Bosne i Hercegovine sa stanjem na dan 31.12.2019., Sarajevo, ožujak 2020. godine, [Internet], raspoloživo na: https://www.fba.ba/upload/docs/korigovana_informacija_o_sbs_31122019_1gJ.pdf

U tablici 3 vidljivo je da su stope kapitala na razini bankarskog sektora FBiH veće u odnosu na propisane minimalne stope. Stopa regulatornog kapitala na dan 31.12.2019. iznosi 17,9 % što je značajno više u odnosu na zakonski propisani minimum od 12 %.[95]

Za razdoblje 1.1. – 31.12.2019. na razini bankarskog sektora u FBiH iskazan je pozitivan financijski rezultat u iznosu od 273,9 milijuna KM, što je za 6,9 % više u odnosu na 2018. godinu. Dobit u poslovanju iskazalo je 14 banaka te je ukupna neto dobit iznosila 275,5 milijuna KM, dok je gubitak u iznosu od 1,6 milijuna KM iskazala jedna banka. Tablica 4 prikazuje ostvareni financijski rezultat na razini bankarskog sektora kroz 3 izvještajna razdoblja.[96]

Tablica 4: Ostvareni financijski rezultat: dobit/gubitak (u 000 KM)

Opis	31.12.2017.		31.12.2018.		31.12.2019.	
	Iznos	Broj banaka	Iznos	Broj banaka	Iznos	Broj banaka
Dobit	247.261	13	290.979	14	275.448	14
Gubitak	-7.288	2	-34.743	1	-1.559	1
Ukupno	**239.973**	**15**	**256.236**	**15**	**273.889**	**15**

Izvor: Agencija za bankarstvo Federacije Bosne i Hercegovine (2020.): Informacija o subjektima bankovnog sustava Federacije Bosne i Hercegovine sa stanjem na dan 31.12.2019., Sarajevo, ožujak 2020. godine, [Internet], raspoloživo na: https://www.fba.ba/upload/docs/korigovana_informacija_o_sbs_31122019_1gJ.pdf

[95] Agencija za bankarstvo Federacije Bosne i Hercegovine (2020.): Informacija o subjektima bankovnog sustava Federacije Bosne i Hercegovine sa stanjem na dan 31.12.2019., Sarajevo, ožujak 2020. godine, [Internet], raspoloživo na: https://www.fba.ba/upload/docs/korigovana_informacija_o_sbs_31122019_1gJ.pdf

[96] Agencija za bankarstvo Federacije Bosne i Hercegovine (2020.): Informacija o subjektima bankovnog sustava Federacije Bosne i Hercegovine sa stanjem na dan 31.12.2019., Sarajevo, ožujak 2020. godine, [Internet], raspoloživo na: https://www.fba.ba/upload/docs/korigovana_informacija_o_sbs_31122019_1gJ.pdf

Prema podacima iz 2018. godine, bankarski sektor BiH u odnosu na prethodne godine bilježi više pokazatelje kapitaliziranosti, poboljšanje kvalitete aktive i visoku razinu likvidnosti, a pokazatelji profitabilnosti zadržani su na visokoj razini. Unatoč tome što je došlo do smanjenja kreditnog rizika i dalje postoji relativno visoka razina nekvalitetnih kredita, naročito u sektoru nefinancijskih poduzeća. Također je zabilježen nastavak smanjenja preostale ročnosti ukupnih obveza bankarskog sektora.[97]

3.4. Zakon o bankama Bosne i Hercegovine

Osnivanje, poslovanje, upravljanje, supervizija poslovanja, restrukturiranje banaka i prestanak rada banaka uređeno je **Zakonom o bankama FBiH** („Službene novine FBiH“, br. 27/17).

Zakon o bankama FBiH definira **banku** kao dioničko društvo sa sjedištem u FBiH čiji je rad odobren od strane Agencije za bankarstvo FBiH, a čija je djelatnost primanje depozita i sredstava s obvezom vraćanja te davanje kredita za vlastiti račun, kao i obavljanje drugih poslova u skladu sa Zakonom. Banka koja je dobila dozvolu za rad od strane Agencije za bankarstvo FBiH dužna je postati članicom Agencije za osiguranje depozita BiH.[98]

Minimalni temeljni kapital potreban za osnivanje banke i iznos kapitala kojeg banka mora minimalno održavati iznosi 15.000.000,00 KM. Prije registracije banke i prilikom svakog sljedećeg povećanja ukupne vrijednosti dionica, dionice banke moraju biti u cijelosti uplaćene u novcu.[99]

Organi banke su:

- Skupština – Čine je dioničari banke.
- Nadzorni odbor – Obavlja nadzornu funkciju u banci. Članove nadzornog odbora bira i razrješava skupština, minimalan broj članova je pet, s tim da taj broj može biti i veći, uz uvjet da se radi o neparnom broju članova i da su minimalno dva člana nezavisna.
- Uprava – Uprava banke zastupa banku, vodi i organizira poslovanje banke te mora imati najmanje tri člana od kojih je jedan predsjednik uprave. [100]

[97] Centralna banka Bosne i Hercegovine (2018.): Izvješće o financijskoj stabilnosti 2018, [Internet], raspoloživo na: https://www.cbbh.ba/Content/Archive/575?lang=hr
[98] ZAKON O BANKAMA: „Službene novine FBiH“, br. 27/17
[99] Ibid, čl. 24.
[100] Ibid, čl. 42, 43, 48, 64.

Zakonom je propisano da su poslovi koje banka može obavljati sljedeći:[101]

- primanje i polaganje depozita ili drugih sredstava s obvezom vraćanja,
- davanje i uzimanje kredita i zajmova,
- izdavanje garancija i svih oblika jamstva,
- usluge unutarnjeg i međunarodnog platnog prometa i prijenosa novca,
- kupovina i prodaja strane valute i plemenitih metala,
- izdavanje i upravljanje sredstvima plaćanja (uključujući platne kartice, putne i bankarske čekove),
- financijski leasing,
- kupovina, prodaja i naplata potraživanja (faktoring, forfeting i drugo),
- udjel, kupovina i prodaja instrumenata tržišta novca za svoj ili tuđi račun,
- kupovina i prodaja vrijednosnih papira,
- upravljanje portfeljom vrijednosnih papira i drugim vrijednostima,
- poslovi podrške tržištu vrijednosnih papira, poslovi agenta i preuzimanje emisije,
- poslovi investicijskog savjetovanja i skrbnički poslovi,
- usluge financijskog menadžmenta i savjetovanja,
- usluge prikupljanja podataka, izrada analiza i davanje informacija o kreditnoj sposobnosti pravnih i fizičkih osoba koje samostalno obavljaju registriranu poslovnu djelatnost,
- usluge iznajmljivanja sefova,
- posredovanje u poslovima osiguranja,
- druge poslove koji predstavljaju podršku konkretnim bankarskim poslovima.

Banka je dužna uspostaviti i provoditi efikasan i pouzdan sustav upravljanja rizicima.[102] Pritom je nužno da sustav uključuje sve rizike koje se smatraju značajnima i kojima bi banka mogla biti izložena, a minimalno mora obuhvatiti sljedeće rizike: kreditni rizik, rizik likvidnosti, tržišne rizike (pozicijski rizik, valutni rizik, robni rizik i drugi tržišni rizici), operativni rizik, kamatni rizik u bankarskoj knjizi, rizik zemlje, rizik usklađenosti, koncentracijski rizik, rizik namirenja, strateški rizik te reputacijski rizik.[103]

[101] Ibid, čl. 74.
[102] Ibid, čl. 80.
[103] Ibid, čl. 81.

Banka je u svim područjima poslovanja dužna uspostaviti i provoditi efikasan sustav unutarnjih kontrola koji mora obuhvaćati:[104]

- adekvatnu organizacijsku strukturu,
- organizacijsku kulturu,
- uspostavu kontrolnih funkcija banke – funkciju upravljanja rizicima, funkciju praćenja usklađenosti i funkciju unutarnje revizije,
- adekvatne kontrolne aktivnosti i podjelu dužnosti,
- adekvatne unutarnje kontrole integrirane u poslovne procese i aktivnosti banke,
- adekvatne administrativne i računovodstvene postupke.

Na pitanja koja nisu uređena Zakonom o bankama primjenjuju se odredbe propisa o gospodarskim društvima koje uređuju dioničarska društva, kao i odredbe propisa koji uređuju računovodstvo i reviziju, unutarnji platni promet, devizno poslovanje, Centralnu banku Bosne i Hercegovine, posredovanje u osiguranju, sprječavanje pranja novca i financiranja terorističkih aktivnosti, tržište vrijednosnih papira, likvidacijski postupak, stečajni postupak i drugih zakona koje banke moraju primjenjivati.[105]

[104] Ibid, čl. 82, 83.
[105] Ibid, čl. 3.

4. DRUŠTVENA ODGOVORNOST BANAKA U BOSNI I HERCEGOVINI

Društveno odgovorno poslovanje u Bosni i Hercegovini nije zakonski regulirano, odnosno ne postoji zakon koji direktno uređuje DOP. Unatoč tome, postoji niz zakona relevantnih za različite aspekte DOP-a, poput niza pravnih propisa o zaštiti životne okoline, koji mogu poslužiti kao dobar temelj za implementaciju DOP-a i stvaranje jedinstvenog Zakona o društvenoj odgovornosti.[106]

Zbog dobrovoljne prirode DOP-a, izvještavanje o DOP-u je samoregulirano od strane poduzeća koje ga primjenjuje. Ekonomska, društvena i okolišna dimenzija su tri temeljne dimenzije izvještavanja o društvenoj odgovornosti.[107]

U nastavku će se prezentirati rezultati o primjeni izvještavanja o DOP-u na službenim internet stranicama banaka koje posluju na području Bosne i Hercegovine i koje se nalaze u registru Agencije za bankarstvo FBiH.

4.1. Osnovni podaci o bankama u Bosni i Hercegovini

Tablica 5 predstavlja popis banaka koje posluju u Bosni i Hercegovini u skladu sa Zakonom o bankama BiH i Zakonom o agenciji za bankarstvo BiH i koje predstavljaju predmet istraživanja o društvenoj odgovornosti. U tablici je za svaku banku navedena godina osnivanja, oblik trgovačkog društva i sjedište banke.

NLB banka, osnovana 1990. godine je najstarija banka u BiH, nakon čega 1992. godine slijedi osnivanje Union banke i Vakufske banke, dok su ASA banka i Privredna banka Sarajevo osnovane 2016. godine najmlađe banke na području BiH. Sve banke osnovane su kao dioničko društvo kao što je propisano Zakonom o bankama.

[106] Ćatić-Kajtazović E. (2011): Ekonomski i pravni okvir za implemetaciju društvene odgovornosti preduzeća u Bosni i Hercegovini, Tranzicija, Vol. 13 No. 28, 2011., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=111773

[107] Rogošić A., Kundid A. (2012): Izvještavanje o društvenoj odgovornosti banaka u Hrvatskoj, Praktični menadžment: stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta, Vol. 3 No. 2, 2012., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/96976

Četrnaest banaka ima sjedište u glavnom gradu Sarajevu, dok se sjedište Komercijalno-investicione banke nalazi u Velikoj Kladuši, a sjedište UniCredit banke u Mostaru.

Tablica 5: Banke u BiH

R.B.	Naziv	Godina osnivanja	Oblik trgovačkog društva	Sjedište
1.	Addiko Bank	2000.	dioničko društvo	Sarajevo
2.	ASA Banka	2016.	dioničko društvo	Sarajevo
3.	Bosna Bank International	2000.	dioničko društvo	Sarajevo
4.	Intesa Sanpaolo Banka	2000.	dioničko društvo	Sarajevo
5.	Komercijalno-investiciona banka	1998.	dioničko društvo	Velika Kladuša
6.	NLB Banka	1990.	dioničko društvo	Sarajevo
7.	Privredna banka Sarajevo	2016.	dioničko društvo	Sarajevo
8.	ProCredit Bank	1998.	dioničko društvo	Sarajevo
9.	Raiffeisen Bank	2000.	dioničko društvo	Sarajevo
10.	Razvojna banka	2008.	dioničko društvo	Sarajevo
11.	Sberbank BH	2013.	dioničko društvo	Sarajevo
12.	Sparkasse Bank	1999.	dioničko društvo	Sarajevo
13.	UniCredit Bank	2008.	dioničko društvo	Mostar
14.	Union banka	1992.	dioničko društvo	Sarajevo
15.	Vakufska banka	1992.	dioničko društvo	Sarajevo
16.	ZiraatBank BH	1996.	dioničko društvo	Sarajevo

Izvor: Prikaz autorice na temelju istraživanja web stranica banaka

4.2. Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti

Tablica 6 predstavlja prikaz Indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti koji se sastoji od 6 područja DOP-a (ljudski resursi, uključenost u zajednicu i dobročinstvo, poslovna strategija i tržišni odnosi, odnosi s klijentima, proizvodi/usluge, zaštita okoliša) i ukupno 24 aktivnosti koje su raspoređene po pripadajućim područjima.[108]

Tablica 6: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti

Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti	
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava
	3. Sigurnost na radu
	4. Zapošljavanje
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo
	8. Donacije za znanost i obrazovanje
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi
	10. Donacije i sponzorstva sporta

[108] Berić T. (2016.): Društveno odgovorno poslovanje osiguravajućih i reosiguravajućih društava u RH. Diplomski rad. Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split 2016.

	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa
	12. Donacije humanitarnim organizacijama
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program
	14. Etički kodeks
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača
	16. Politika odnosa prema konkurenciji
Odnosi s klijentima	17. Nagrade
	18. Posebne usluge
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge
	20. Razvoj proizvoda/usluga
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte
	22. Interna politika zaštite okoliša
	23. Eksterna politika zaštite okoliša
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte

Izvor: Berić T. (2016.): Društveno odgovorno poslovanje osiguravajućih i reosiguravajućih društava u RH. Diplomski rad. Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split 2016.

Istražit će se službena internet stranica svake banke na području BiH kako bi se prikupile informacije o poduzetim aktivnostima društvene odgovornosti te će se aktivnostima dodijeliti vrijednost 1 ili 0. Vrijednost 1 bit će dodijeljena ako banka izvještava o promatranoj aktivnosti, a vrijednost 0 ako ne izvještava. Temeljem ovakvog bodovanja najveći broj bodova kojeg pojedina banka može ostvariti je 24 boda, što bi značilo da banka izvještava o svim aktivnostima iz svakog područja društvene odgovornosti, dok je najmanji broj bodova kojeg banka može ostvariti 0 bodova, što bi značilo da banka ne izvještava o društvenoj odgovornom poslovanju putem internetske stranice.

Dati će se kratak komentar na Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti svake banke, a konačni rezultati će sadržavati podatke o broju banaka koje izvještavaju o pojedinom području DOP-a kako bi se utvrdilo o kojem području društvene odgovornosti banke najviše i najmanje izvještavaju, o broju područja o kojima izvještava pojedina banka, a na temelju izračunatih Indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti će biti izračunat prosječan broj bodova bankarskog sektora BiH.

Tablica 7: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Addiko banke

1. Addiko bank				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		**DA (1)**	**NE (0)**	**Ukupno**
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		**4**
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
	3. Sigurnost na radu	1		
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost		0	

	muškaraca i žena u upravi)			
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo	1		**6**
	8. Donacije za znanost i obrazovanje	1		
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi	1		
	10. Donacije i sponzorstva sporta	1		
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
	12. Donacije humanitarnim organizacijama	1		
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	**1**
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade	1		**2**
	18. Posebne usluge	1		
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge	1		**2**
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	**0**
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
		Ukupno		**15**

Izvor: Prikaz autorice na temelju istraživanja web stranice banke, [Internet], raspoloživo na: https://www.addiko.ba/

Tablica 7 je prikaz Indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti Addiko banke. Addiko banka je ostvarila sveukupno 15 bodova, odnosno 62,5 % od maksimalno mogućih 24 boda. Banka na svojoj web stranici najviše izvještava o aktivnostima iz područja uključenosti u zajednicu i dobročinstvo te je na tom području prikupila 6 bodova, što čini 25 % od ukupnog broja bodova. Aktivnosti koje banka objavljuje o području ljudskih resursa nose 4 boda, odnosno 16,67 %, dok izvještavanje o odnosima s klijentima i proizvodima/uslugama nosi po 2 boda što zajedno također čini 16,67 %. Izvještavanjem o aktivnostima na području poslovne strategije i tržišnih odnosa banka je ostvarila 1 bod, tj. 4,17 %. Jedino područje društvene odgovornosti o kojem Addiko banka ne izvještava javnost putem svoje internet stranice je zaštita okoliša.

Tablica 8: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti ASA banke

2. ASA banka				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		**DA (1)**	**NE (0)**	**Ukupno**
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		**4**
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
	3. Sigurnost na radu	1		
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)		0	

Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	**1**
	8. Donacije za znanost i obrazovanje	1		
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta		0	
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
	12. Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program	1		**3**
	14. Etički kodeks	1		
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade		0	**1**
	18. Posebne usluge	1		
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	**1**
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte	1		**1**
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
		Ukupno		**11**

Izvor: Prikaz autorice na temelju istraživanja web stranice banke, [Internet], raspoloživo na: https://www.asabanka.ba/

Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti ASA banke prikazan je u tablici 8 i iznosi 11 bodova od maksimalnih 24 boda što je 45,83 %. Banka na svojoj službenoj stranici izvještava o aktivnostima iz svih područja društveno odgovornog poslovanja, a najviše o aktivnostima iz područja ljudskih resursa koje nosi 4 boda ili 16,67 % i područja poslovne strategije i tržišnih odnosa koje nosi 3 boda ili 12,5 %. Iz svih ostalih područja, a to su uključenost u zajednicu i dobročinstvo, odnosi s klijentima, proizvodi/usluge te zaštita okoliša, banka je prikupila po 1 bod što zajedno iznosi 16,67 %.

Tablica 9: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Bosna Bank International

3. Bosna Bank International				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		**DA (1)**	**NE (0)**	**Ukupno**
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		**4**
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
	3. Sigurnost na radu	1		
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)		0	
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo	1		**6**
	8. Donacije za znanost i obrazovanje	1		
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi	1		
	10. Donacije i sponzorstva sporta	1		
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija	1		

	humanitarnih programa			
	12. Donacije humanitarnim organizacijama	1		
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	**0**
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača		0	
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade		0	**1**
	18. Posebne usluge	1		
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge	1		**2**
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	**0**
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
		Ukupno		**13**

Izvor: Prikaz autorice na temelju istraživanja web stranice banke, [Internet], raspoloživo na: http://www.bbi.ba/bs/stanovnistvo

Bosna Bank International je od moguća 24 boda ostvarila 13 bodova, odnosno 54,17 % od ukupnog broja bodova što je prikazano u tablici 9. Banka izvještava o svim aktivnostima iz područja uključenosti u zajednicu i dobročinstvo što nosi 6 bodova ili 25 % te o svim aktivnostima iz područja proizvoda/usluga što nosi 2 boda ili 8,33 %. Područje ljudskih resursa nosi 4 boda, tj. 16,67 % od ostvarenog rezultata, a preostalih 4,17 % ili 1 bod odnosi se na područje odnosa s klijentima, budući da na web stranici banke ne postoje informacije o društvenoj odgovornosti na području poslovne strategije i tržišnih odnosa te zaštite okoliša.

Tablica 10: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Intesa Sanpaolo banke

4. Intesa Sanpaolo Banka				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		**DA (1)**	**NE (0)**	**Ukupno**
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		**5**
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
	3. Sigurnost na radu	1		
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva	1		
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)		0	
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo	1		**4**
	8. Donacije za znanost i obrazovanje	1		
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi	1		
	10. Donacije i sponzorstva sporta		0	
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
	12. Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	**2**
	14. Etički kodeks	1		
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	

Odnosi s klijentima	17. Nagrade		0	**1**
	18. Posebne usluge	1		
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge	1		**2**
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte	1		**4**
	22. Interna politika zaštite okoliša	1		
	23. Eksterna politika zaštite okoliša	1		
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte	1		
		Ukupno		**18**

Izvor: Prikaz autorice na temelju istraživanja web stranice banke, [Internet], raspoloživo na: https://www.intesasanpaolobanka.ba/

Intesa Sanpaolo Banka izvještava o svim domenama društveno odgovornog poslovanja što je vidljivo u tablici 10, te je prikupila 18 bodova od mogućih 24, odnosno 75 % od ukupnog broja bodova, što ukazuje na iznadprosječan rezultat. Aktivnosti koje je banka najviše objavljivala odnose se na područje ljudskih resursa koje nosi 5 bodova, tj. 20,83 %. Objavljujući o poduzetim aktivnostima iz područja uključenosti u zajednicu i dobročinstvo banka je prikupila 4 boda što je 16,67 %, a isto vrijedi i za područje zaštite okoliša. Po 2 boda banka je ostvarila iz područja poslovne strategije i tržišnih odnosa i područja proizvoda/usluga što zajedno čini 16,67 %. Najmanje bodova, 1 bod ili 4,17 % odnosi se na aktivnosti iz područja odnosa s klijentima.

Tablica 11: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Komercijalno-investicione banke

5. Komercijalno-investiciona banka				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		**DA (1)**	**NE (0)**	**Ukupno**
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		**1**
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje		0	
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)		0	
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	**0**
	8. Donacije za znanost i obrazovanje		0	
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta		0	
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
	12. Donacije humanitarnim organizacijama		0	

Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	**0**
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača		0	
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade		0	**0**
	18. Posebne usluge		0	
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	**0**
	20. Razvoj proizvoda/usluga		0	
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	**0**
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
		Ukupno		**1**

Izvor: Prikaz autorice na temelju istraživanja web stranice banke, [Internet], raspoloživo na: http://www.kib-banka.com.ba/

Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Komercijalno-investicione banke prikazan je u tablici 11 i iznosi 1 bod od moguća 24 što je 4,17 % od ukupnog broja bodova, što znači da se radi o minimalnom izvještavanju o društvenoj odgovornosti na službenoj stranici. Na internetskoj stranici banke istaknuta je samo jedna društveno odgovorna aktivnost iz područja ljudskih resursa što je banci donijelo 1 bod ili 4,17 %. O aktivnostima na ostalim područjima, a to su uključenost u zajednicu i dobročinstvo, poslovna strategija i tržišni odnosi, odnosi s klijetima, proizvodi/usluge te zaštita okoliša, nisu pronađene nikakve informacije.

Tablica 12: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti NLB banke

6. NLB Banka				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		**DA (1)**	**NE (0)**	**Ukupno**
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		**5**
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
	3. Sigurnost na radu	1		
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva	1		
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)		0	
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo	1		**6**
	8. Donacije za znanost i obrazovanje	1		

	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi	1		
	10. Donacije i sponzorstva sporta	1		
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
	12. Donacije humanitarnim organizacijama	1		
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program	1		**4**
	14. Etički kodeks	1		
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
	16. Politika odnosa prema konkurenciji	1		
Odnosi s klijentima	17. Nagrade		0	**1**
	18. Posebne usluge	1		
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	**1**
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte	1		**4**
	22. Interna politika zaštite okoliša	1		
	23. Eksterna politika zaštite okoliša	1		
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte	1		
		Ukupno		**21**

Izvor: Prikaz autorice na temelju istraživanja web stranice banke, [Internet], raspoloživo na: http://www.nlb.ba/

Na temelju Indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti NLB banke koji je prikazan u tablici 12 te iznosi 21 od moguća 24 boda, odnosno visokih 87,5 % od ukupnog broja bodova, može se zaključiti da je banka iznadprosječno angažirana u pogledu izvještavanja o društvenoj odgovornosti na svojoj službenoj stranici. NLB banka pruža informacije o svim mogućim aktivnostima iz čak 3 područja, a to su područje uključenosti u zajednicu i dobročinstvo koje nosi 6 bodova, tj. 25 % i područje poslovne strategije i tržišnih odnosa te zaštite okoliša koje svako nosi po 4 boda što zajedno daje 33,33 %. Područje ljudskih resursa nosi također visokih 5 bodova, tj. 20,83 %. Preostala 2 područja, odnosi s klijentima te proizvodi/usluge nose po 1 bod što je zajedno 8,33 %.

Tablica 13: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Privredne banke Sarajevo

7. Privredna banka Sarajevo				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		**DA (1)**	**NE (0)**	**Ukupno**
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		**2**
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje		0	
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	

	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)		0	
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	**0**
	8. Donacije za znanost i obrazovanje		0	
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta		0	
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
	12. Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	**2**
	14. Etički kodeks	1		
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade		0	**1**
	18. Posebne usluge	1		
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	**1**
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	**0**
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
			Ukupno	**6**

Izvor: Prikaz autorice na temelju istraživanja web stranice banke, [Internet], raspoloživo na: http://www.pbs.ba/

Istraživanjem službene stranice Privredne banke Sarajevo formiran je Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti koji je prikazan u tablici 13 te iznosi 6 bodova od ukupno 24, odnosno 25 %. Banka je iz područja ljudskih resursa i područja poslovne strategije i tržišnih odnosa objavila informacije o dvije poduzete aktivnosti te tako prikupila po 2 boda za navedena područja što zajedno čini 16,67 %. Odnosi s klijentima i proizvodi/usluge su područja za koja je banka prikupila po 1 bod, a to zajedno daje 2 boda, tj. 8,33 %. O uključenosti u zajednicu i dobročinstvo te o zaštiti okoliša banka ne informira javnost putem internet stranice.

Tablica 14: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti ProCredit Bank

8. ProCredit Bank				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		**DA (1)**	**NE (0)**	**Ukupno**
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		**3**
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)		0	
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	**0**
	8. Donacije za znanost i obrazovanje		0	

	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta		0	
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
	12. Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	**1**
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade		0	**1**
	18. Posebne usluge	1		
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	**1**
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	**3**
	22. Interna politika zaštite okoliša	1		
	23. Eksterna politika zaštite okoliša	1		
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte	1		
			Ukupno	**9**

Izvor: Prikaz autorice na temelju istraživanja web stranice banke, [Internet], raspoloživo na: https://www.procreditbank.ba/

Od ukupno 24 boda, Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti ProCredit banke iznosi 9 bodova što je 37,5 %, a prikazan je u tablici 14. Riječ je o ispodprosječnom rezultatu iako banka ne izvještava o samo jednom području društvene odgovornosti, a to je uključenost u zajednicu i dobročinstvo. Iz područja ljudskih resursa i područja zaštite okoliša banka je ostvarila po 3 boda što je zajedno 25 %. Banka je iz područja poslovne strategije i tržišnih odnosa, odnosa s klijentima te proizvoda/usluga prikupila po 1 bod, budući da je objavila po samo jednu aktivnost koja se tiče društvene odgovornosti i tako ostvarila preostalih 12,5 % od ukupno prikupljenih bodova.

Tablica 15: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Raiffeisen banke

9. Raiffeisen Bank				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		**DA (1)**	**NE (0)**	**Ukupno**
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)		0	**3**
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
	3. Sigurnost na radu	1		
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)		0	
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo	1		**6**
	8. Donacije za znanost i obrazovanje	1		
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi	1		
	10. Donacije i sponzorstva sporta	1		

	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
	12. Donacije humanitarnim organizacijama	1		
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program	1		**3**
	14. Etički kodeks	1		
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade		0	**1**
	18. Posebne usluge	1		
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge	1		**2**
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte	1		**4**
	22. Interna politika zaštite okoliša	1		
	23. Eksterna politika zaštite okoliša	1		
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte	1		
		Ukupno		**19**

Izvor: Prikaz autorice na temelju istraživanja web stranice banke, [Internet], raspoloživo na: https://raiffeisenbank.ba/

Raiffeisen Bank izvještava javnost o svim područjima društveno odgovornog poslovanja što je vidljivo u tablici 15, dok Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti banke iznosi 19 bodova, odnosno 79,17 % od ukupnog broja bodova. Iz dva područja društvene odgovornosti banka je prikupila maksimalan broj bodova budući da pruža informacije o svim aktivnostima. To su uključenost u zajednicu i dobročinstvo koje nosi 6 bodova, tj. 25 % te zaštita okoliša koje nosi 4 boda, tj. 16,67 %. Izvještavanjem o području ljudskih resursa te poslovne strategije i tržišnih odnosa banka je ostvarila po 3 boda što zajedno čini 25 %. Područje proizvodi/usluge nosi 2 boda ili 8,33 %, dok najmanji broj bodova, odnosno 1 bod ili 4,17 % nosi područje odnosi s klijentima.

Tablica 16: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Razvojne banke

10. Razvojna banka Federacije BiH				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		**DA (1)**	**NE (0)**	**Ukupno**
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)		0	**0**
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje		0	
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)		0	
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	**0**
	8. Donacije za znanost i obrazovanje		0	
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta		0	
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	

	12. Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	**0**
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača		0	
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade		0	**0**
	18. Posebne usluge		0	
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	**1**
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	**0**
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
			Ukupno	**1**

Izvor: Prikaz autorice na temelju istraživanja web stranice banke, [Internet], raspoloživo na: http://www.rbfbih.ba/bih/index.php

Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Razvojne banke Federacije BiH iznosi samo 1 bod, odnosno 4,17 % od ukupnog broja bodova. U tablici 16 može se uočiti da banka javnosti putem internet stranice ne pruža informacije o nijednoj aktivnosti iz pet područja društvene odgovornosti, a to su ljudski resursi, uključenost u zajednicu i dobročinstvo, poslovna strategija i tržišni odnosi, odnosi s klijentima i zaštita okoliša. Banka je objavila podatke o jednoj poduzetoj društveno odgovornoj aktivnosti i to iz područja proizvoda/usluga te tako ostvarila 1 bod što zapravo zajedno daje ukupan rezultat od 4,17 %.

Tablica 17: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Sberbank BH

11. Sberbank BH				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		**DA (1)**	**NE (0)**	**Ukupno**
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		**4**
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva	1		
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)		0	
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo	1		**5**
	8. Donacije za znanost i obrazovanje	1		
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta	1		
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
	12. Donacije humanitarnim organizacijama	1		
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	**1**
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	

Odnosi s klijentima	17. Nagrade		0	**1**
	18. Posebne usluge	1		
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge	1		**2**
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	**0**
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
		Ukupno		**13**

Izvor: Prikaz autorice na temelju istraživanja web stranice banke, [Internet], raspoloživo na: https://www.sberbank.ba/bs/stanovnistvo

Sberbank je ostvarila prosječan rezultat što možemo zaključiti na temelju Indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti prikazanom u tablici 17 koji iznosi 13 bodova, odnosno 54,17 % od ukupnog broja bodova. Banka je ostvarila 5 bodova, tj. 20,83 % izvještavajući o poduzetim aktivnostima društvene odgovornosti na području uključenosti u zajednicu i dobročinstvo, a 4 boda, tj. 16,67 % na području ljudskih resursa. Iz područja proizvoda/usluga banka je prikupila 2 boda ili 8,33 %, a iz područja poslovne strategije i tržišnih odnosa te odnosa s klijentima po 1 bod što zajedno daje preostalih 8,33 %. O društveno odgovornom djelovanju banke na području zaštite okoliša nisu pronađene nikakve informacije na službenoj stranici.

Tablica 18: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Sparkasse bank

12. Sparkasse bank				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		**DA (1)**	**NE (0)**	**Ukupno**
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		**3**
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)		0	
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo	1		**6**
	8. Donacije za znanost i obrazovanje	1		
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi	1		
	10. Donacije i sponzorstva sporta	1		
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
	12. Donacije humanitarnim organizacijama	1		
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	**1**
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade		0	**1**
	18. Posebne usluge	1		
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge	1		**2**

	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte	1		**3**
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša	1		
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte	1		
		Ukupno		**16**

Izvor: Prikaz autorice na temelju istraživanja web stranice banke, [Internet], raspoloživo na:https://www.sparkasse.ba/bs/stanovnistvo

Pregledom službene stranice Sparkasse banke ustanovljeno je da banka izvještava o svim područjima društvene odgovornosti, a u tablici 18 nalazi se prikaz Indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti banke čija je vrijednost 16 od maksimalnih 24 boda što je 66,67 %. Banka je najviše aktivna na području uključenosti u zajednicu i dobročinstvo što nosi 25 % od ostvarenog rezultata, tj. 6 bodova. Zatim slijede područja ljudskih resursa i zaštite okoliša koja nose po 3 boda što zajedno daje 25 %. Proizvodi/usluge čine 8,33 % od ukupnog rezultata, odnosno 2 boda, a odnosi s klijentima te poslovna strategija i tržišni odnosi su područja koja nose najmanje bodova, odnosno po 1 bod što zajedno iznosi 8,33 %.

Tablica 19: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti UniCredit Bank

13. UniCredit Bank				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		**DA (1)**	**NE (0)**	**Ukupno**
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		**3**
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)		0	
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	**5**
	8. Donacije za znanost i obrazovanje	1		
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi	1		
	10. Donacije i sponzorstva sporta	1		
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
	12. Donacije humanitarnim organizacijama	1		
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program	1		**2**
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade	1		**2**
	18. Posebne usluge	1		
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge	1		**2**
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte	1		**4**
	22. Interna politika zaštite okoliša	1		

	23. Eksterna politika zaštite okoliša	1		
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte	1		
		Ukupno		**18**

Izvor: Prikaz autorice na temelju istraživanja web stranice banke, [Internet], raspoloživo na: https://www.unicredit.ba/ba/stanovnistvo.html

Od moguća 24 boda UniCredit banka prikupila je 18 bodova, odnosno 75 % od ukupnog broja bodova i izvještava o svim područjima društvene odgovornosti što je vidljivo u tablici 19 koja predstavlja Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti UniCredit banke. Najviše informacija banka pruža o aktivnostima poduzetim na području uključenosti u zajednicu i dobročinstvo što nosi 5 bodova, tj. 20,83 %, a zatim slijedi područje zaštite okoliša koje nosi 4 boda, tj. 16,67 % i područje ljudskih resursa s 3 boda ili 12,5 %. Poslovna strategija i tržišni odnosi, odnosi s klijentima i proizvodi/ usluge su područja koja nose po 2 boda što zajedno čini 25 % od ostvarenog rezultata.

Tablica 20: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Union banke

14. Union banka				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		**DA (1)**	**NE (0)**	**Ukupno**
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)		0	**2**
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava	1		
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)		0	
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	**2**
	8. Donacije za znanost i obrazovanje		0	
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi	1		
	10. Donacije i sponzorstva sporta	1		
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
	12. Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	**1**
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača	1		
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade		0	**1**
	18. Posebne usluge	1		
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge	1		**2**
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	**2**
	22. Interna politika zaštite okoliša	1		
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte	1		
		Ukupno		**10**

Izvor: Prikaz autorice na temelju istraživanja web stranice banke, [Internet], raspoloživo na: http://www.unionbank.ba/

Union banka ostvarila je 10 bodova, odnosno 41,67 % od moguća 24 te banka izvještava o svim područjima društvene odgovornosti, a to se može uočiti u tablici 20 koja prikazuje Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Union banke. U navedenoj tablici može se primijetiti da je banka prikupila 2 boda za objavljene društveno odgovorne aktivnosti iz područja ljudskih resursa, uključenosti u zajednicu i dobročinstvo, proizvoda/usluga te zaštite okoliša što ukupno iznosi 8 bodova odnosno 33,33 % od ostvarenog rezultata. Područje poslovna strategija i tržišni odnosi nosi 1 bod, a isto vrijedi i za područje odnosa s klijentima što zajedno daje preostalih 8,33 %.

Tablica 21: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Vakufske banke

15. Vakufska banka				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		**DA (1)**	**NE (0)**	**Ukupno**
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		**2**
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)		0	
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo	1		**6**
	8. Donacije za znanost i obrazovanje	1		
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi	1		
	10. Donacije i sponzorstva sporta	1		
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa	1		
	12. Donacije humanitarnim organizacijama	1		
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program		0	**0**
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača		0	
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade	1		**2**
	18. Posebne usluge	1		
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	**1**
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	**0**
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
		Ukupno		**11**

Izvor: Prikaz autorice na temelju istraživanja web stranice banke, [Internet], raspoloživo na: http://vakuba.ba/

Promatrajući podatke u tablici 21 može se zaključiti da Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Vakufske banke iznosi 11 bodova, odnosno 45,83 % od mogućih 24 boda te da banka ne izvještava o dva područja društvene odgovornosti, a to su poslovna strategija i tržišni odnosi te zaštita okoliša. Vakufska banka na svojoj službenoj stranici javnosti pruža najviše informacija o djelovanju na području uključenosti u zajednicu i dobročinstvo što joj je donijelo 6 bodova tj. 25 % od ostvarenog rezultata. Aktivnosti o kojima banka izvještava iz područja ljudskih resursa i odnosa s klijentima nose po 2 boda što ukupno čini 16,67 %, dok područje proizvodi/ usluge nosi 1 bod, odnosno preostalih 4,17 %.

Tablica 22: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti ZiraatBank BH

16. ZiraatBank BH				
Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti		**DA (1)**	**NE (0)**	**Ukupno**
Ljudski resursi	1. Edukacija (seminari, usavršavanja i sl.)	1		**2**
	2. Poštivanje osnovnih ljudskih i radničkih prava		0	
	3. Sigurnost na radu		0	
	4. Zapošljavanje	1		
	5. Ispitivanje i maksimalizacija zadovoljstva		0	
	6. Jednakost među spolovima (ravnopravnost muškaraca i žena u upravi)		0	
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	7. Donacije za zdravstvo		0	**0**
	8. Donacije za znanost i obrazovanje		0	
	9. Donacije i sponzorstva u umjetnosti i kulturi		0	
	10. Donacije i sponzorstva sporta		0	
	11. Donacije u humanitarne svrhe i organizacija humanitarnih programa		0	
	12. Donacije humanitarnim organizacijama		0	
Poslovna strategija i tržišni odnosi	13. Antikorupcijski program	1		**1**
	14. Etički kodeks		0	
	15. Zaštita osobnih podataka potrošača		0	
	16. Politika odnosa prema konkurenciji		0	
Odnosi s klijentima	17. Nagrade		0	**0**
	18. Posebne usluge		0	
Proizvodi/usluge	19. Nagrade za proizvode/usluge		0	**1**
	20. Razvoj proizvoda/usluga	1		
Zaštita okoliša	21. Donacije za ekološke projekte		0	**0**
	22. Interna politika zaštite okoliša		0	
	23. Eksterna politika zaštite okoliša		0	
	24. Posebni proizvodi za ekološke projekte		0	
			Ukupno	**4**

Izvor: Prikaz autorice na temelju istraživanja web stranice banke, [Internet], raspoloživo na: http://www.ziraatbosnia.com/

Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti ZiraatBank BH nalazi se u tablici 22 i iznosi 4 boda od moguća 24 što je 16,67 % od ukupnih bodova. Banka je putem internet stranice

izvijestila javnost o dvije društveno odgovorne aktivnosti iz područja ljudskih resursa te tako ostvarila 2 boda, odnosno 8,33 %. Iz područja poslovne strategije i tržišnih odnosa i proizvoda/usluga banka je navela da je poduzela jednu aktivnost te tako ostvarila po 1 bod za svako od navedenih područja što zajedno daje preostalih 8,33 %. Banka ne izvještava o društveno odgovornim aktivnostima iz područja uključenosti u zajednicu i dobročinstvo, odnosa s klijentima te iz područja zaštite okoliša.

4.3. Rezultati istraživanja

Na temelju provedenog istraživanja sumirat će se i iskazati konačni rezultati koji će prikazati koliko banaka izvještava o pojedinom području DOP-a da bi se utvrdilo o kojem se području društvene odgovornosti najviše i najmanje izvještava, o koliko područja DOP-a svaka banka izvještava te će se na temelju Indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti svih banaka uključenih u istraživanje izračunati prosječan broj bodova bankarskog sektora BiH, odnosno prosječna ocjena sektora.

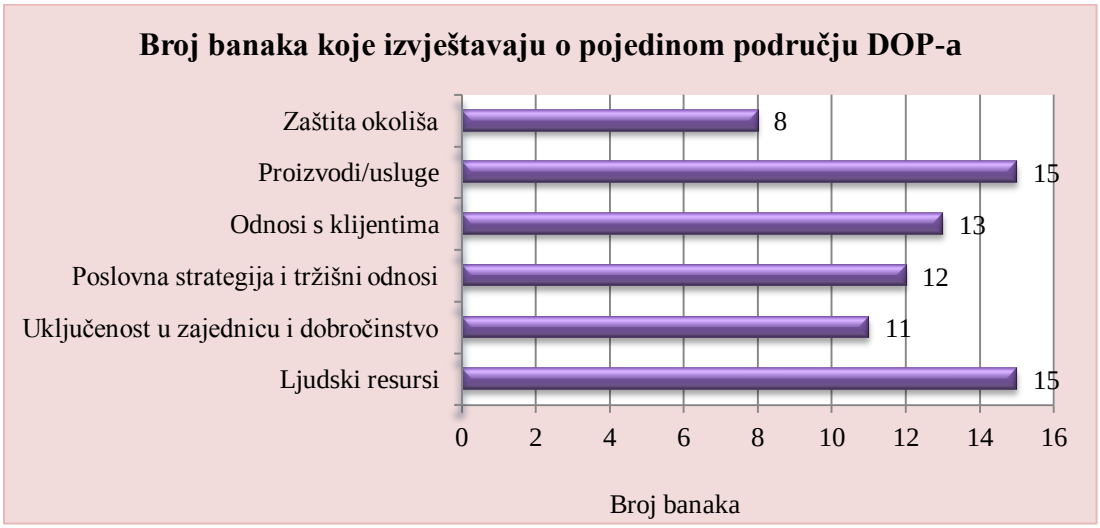
Tablica 23: Broj banaka koje izvještavaju o pojedinom području DOP-a

Područja društveno odgovornog poslovanja	Broj banaka koje izvještavaju o pojedinom području	Postotak (%)
Ljudski resursi	15	93,75
Uključenost u zajednicu i dobročinstvo	11	68,75
Poslovna strategija i tržišni odnosi	12	75
Odnosi s klijentima	13	81,25
Proizvodi/usluge	15	93,75
Zaštita okoliša	8	50

Izvor: Prikaz autorice na temelju istraživanja

Tablica 23 prikazuje koliko banaka izvještava o pojedinom području DOP-a, stoga se može zaključiti o kojem se području najviše i najmanje izvještava. Na temelju danih rezultata može se zaključiti da 15 banaka u BiH, tj. 93,75 % objavljuje o poduzetim aktivnostima na području ljudskih resursa i području proizvoda/usluga te su to ujedno i područja o kojima se najviše izvještava na internet stranicama. Veliki broj banaka, njih 13, odnosno 81,25 % izvještava o području odnosa s klijentima, nakon čega slijedi područje poslovna strategija i tržišni odnosi o kojem informacije pruža 12 banaka, tj. 75 %. Područje o kojem banke najmanje izvještavaju je zaštita okoliša te je o tom području izvijestilo 8 banaka što je 50%. Rezultati su prikazani i

grafikonom 1 kako bi se lakše mogle usporediti razlike u izvještavanju o pojedinim područjima društvene odgovornosti.



Grafikon 1: Broj banaka koje izvještavaju o pojedinom području DOP-a

Izvor: Prikaz autorice na temelju istraživanja

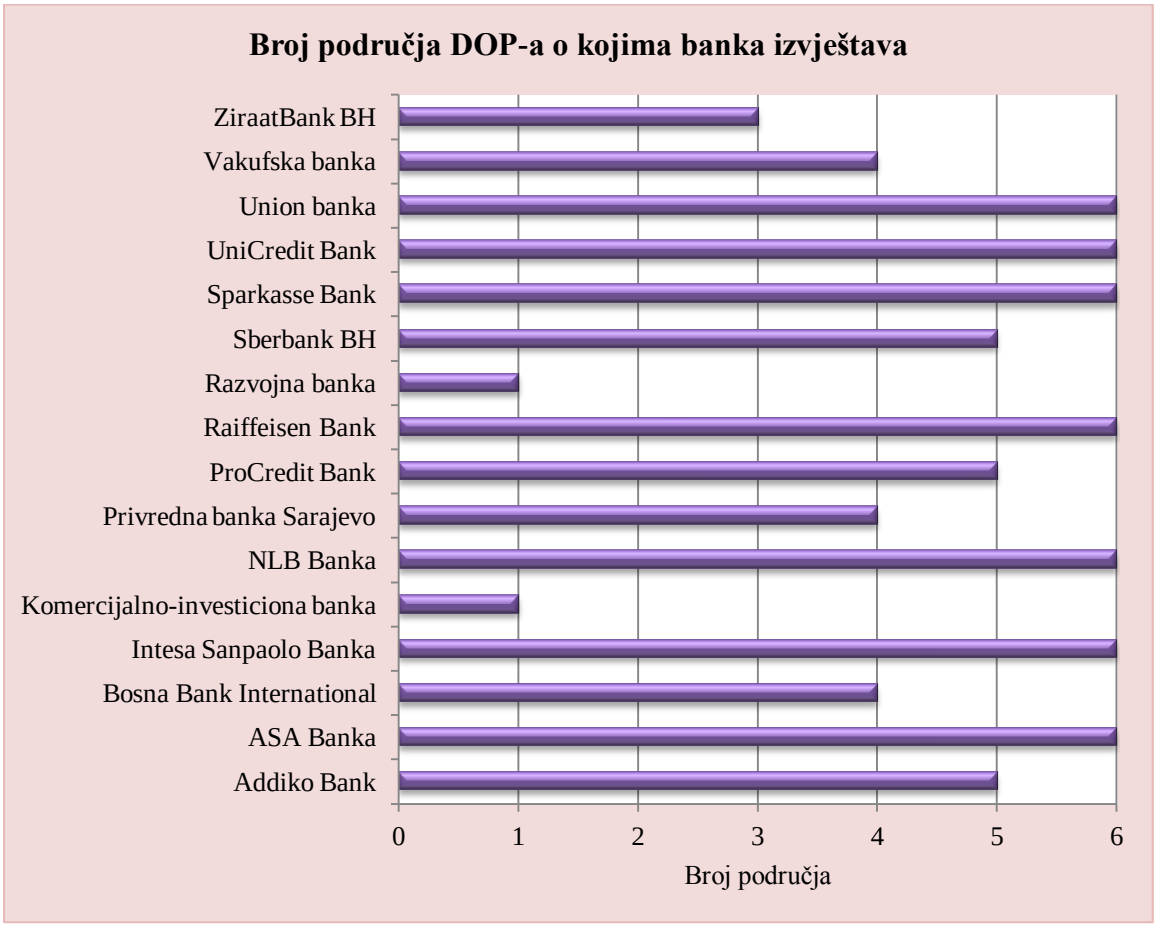
Tablica 24: Broj područja DOP-a o kojima banka izvještava

R.B.	Naziv	Broj područja društveno odgovornog poslovanja o kojima banka izvještava
1.	Addiko Bank	5
2.	ASA Banka	6
3.	Bosna Bank International	4
4.	Intesa Sanpaolo Banka	6
5.	Komercijalno-investiciona banka	1
6.	NLB Banka	6
7.	Privredna banka Sarajevo	4
8.	ProCredit Bank	5
9.	Raiffeisen Bank	6
10.	Razvojna banka	1
11.	Sberbank BH	5
12.	Sparkasse Bank	6
13.	UniCredit Bank	6
14.	Union banka	6
15.	Vakufska banka	4
16.	ZiraatBank BH	3

Izvor: Prikaz autorice na temelju istraživanja

Tablica 24 i grafikon 2 prikazuju o koliko područja društveno odgovornog poslovanja pojedina banka izvještava. Na temelju tako prikazanih rezultata može se zaključiti da čak sedam banaka izvještava o svim područjima društvene odgovornosti na svojim internet

stranicama. Tri banke izvještavaju o pet područja primjene društveno odgovornog poslovanja, a također tri banke objavljuju o društveno odgovornim aktivnostima iz četiri područja. Jedna banka izvještava o tri područja društvene odgovornosti, a nijedna banka ne izvještava o dva područja. Dvije banke pružaju informacije o društvenoj odgovornosti iz samo jednog područja. Dakle, sve banke na području BiH izvještavaju javnost o društveno odgovornom poslovanju putem internet stranica, budući da ne postoji banka koja ne objavljuje o primjeni društvene odgovornosti.



Grafikon 2: Broj područja DOP-a o kojima banka izvještava

Izvor: Prikaz autorice na temelju istraživanja

Tablica 25 prikazuje broj bodova koje je ostvarila svaka banka uključena u istraživanje na temelju čega je izračunat prosječni broj bodova bankarskog sektora BiH koji iznosi 11,63 što je 48,46 %, a s obzirom na to da je maksimalan broj bodova 24, može se reći da se radi o osrednjem prosjeku na razini sektora.

Tablica 25: Prosječna ocjena bankarskog sektora

R.B.	Naziv	Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti (max. 24)
1.	Addiko Bank	15
2.	ASA Banka	11
3.	Bosna Bank International	13
4.	Intesa Sanpaolo Banka	18
5.	Komercijalno-investiciona banka	1
6.	NLB Banka	21
7.	Privredna banka Sarajevo	6
8.	ProCredit Bank	9
9.	Raiffeisen Bank	19
10.	Razvojna banka	1
11.	Sberbank BH	13
12.	Sparkasse Bank	16
13.	UniCredit Bank	18
14.	Union banka	10
15.	Vakufska banka	11
16.	ZiraatBank BH	4
	UKUPNO (max. 384)	**186**
	PROSJEČNI BROJ BODOVA	**11,63**

Izvor: Prikaz autorice na temelju istraživanja

Na grafikonu 3 prikazan je Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti svih banaka te je linijom označen prosječni broj bodova bankarskog sektora (11,63 bodova).

Grafikon 3: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti

Izvor: Prikaz autorice na temelju istraživanja

Može se zaključiti da osam banaka, odnosno polovica od ukupnog broja, ima broj bodova veći od prosječnog. Od osam banaka koje imaju broj bodova veći od prosječnog, četiri banke znatno odskaču od prosjeka u pozitivnom smislu, a to su NLB banka s 21 bodom (87,5 %), Raiffeisen Bank sa 19 bodova (79,17 %), Intesa Sanpaolo banka s 18 bodova (75 %) te UniCredit Bank s 18 bodova (75 %). Od osam banaka koje su ostvarile broj bodova manji od prosječnog, četiri banke značajno odstupaju od prosjeka u negativnom smislu, a to su Privredna banka Sarajevo s 6 bodova (25 %), ZiraatBank BH s 4 boda (16,67 %), Komercijalno-investiciona banka sa 1 bodom (4,17 %) i Razvojna banka s 1 bodom (4,17 %). Kada se u obzir uzmu pozitivna i negativna odstupanja, za osam banaka se može reći da su po ostvarenom rezultatu više ili manje u blizini prosječnog broja bodova (11,63 boda) ustanovljenim ovim istraživanjem.

5. ZAKLJUČAK

Empirijski dio ovog rada odnosi se na istraživanje koje se provelo pretražujući službene internet stranice banaka kako bi se prikupili podaci o primjeni DOP-a za 16 banaka koje posluju na području BiH. Internet je medij koji je dostupan širokoj javnosti te ga danas koriste gotovo sva poduzeća kako bi izvijestila i prezentirala financijske i nefinancijske informacije o svom poslovanju svim zainteresiranim interesno-utjecajnim skupinama.

Istraživanjem se ustanovilo da svih 16 banaka koje posluju na području BiH izvještavaju o primjeni DOP-a na svojim internet stranicama. Ipak, uočile su se značajne razlike u količini prezentiranih informacija o praksi primjene DOP-a, kao i u načinu na koji su informacije prezentirane. Naime, potrebno je naglasiti činjenicu da od ukupno 16 banaka nad kojima je provedeno istraživanje, samo njih 6, odnosno 37,5 % na svojoj internet stranici ima istaknutu posebnu rubriku koja se odnosi na DOP. Preostalih 10 banaka, odnosno 62,5 % o DOP-u izvještava u okviru vizije, misije i ciljeva banke, politike banke, u rubrici koja se odnosi na zapošljavanje ili na drugim mjestima na stranici (čest je slučaj da banke o poduzetim društveno odgovornim aktivnostima izvještavaju u rubrici koja se odnosi na nedavne događaje, tj. na novosti i obavijesti o radu i aktivnostima banke). Ako je DOP uistinu implementiran kao dio strategije, a ne samo indirektno prezentiran na internet stranicama zbog trenutnih trendova, bilo bi poželjno i više vjerodostojno da banka ima poseban odjeljak na stranici koji će biti namijenjen izvještavanju javnosti o DOP-u, a savjetuje se i objavljivanje izvještaja o DOP-u.

Na internet stranicama banaka prikupljale su se informacije o primjeni unaprijed odabranih aktivnosti za koje se smatra da bi trebale biti poduzete od strane banke koja posluje u skladu s načelima DOP-a. Spomenute aktivnosti, njih 24, raspoređene su unutar 6 područja primjene DOP-a – ljudski resursi, uključenost u zajednicu i dobročinstvo, poslovna strategija i tržišni odnosi, odnosi s klijentima, proizvodi/usluge i zaštita okoliša. Ako banka na svojoj internet stranici navodi da provodi pojedinu aktivnosti, dodijeljena joj je vrijednost 1, a ako banka ne spominje provođenje pojedine aktivnosti, dodijeljena joj je vrijednost 0. Na taj način izračunat je Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti svake banke, a maksimalna vrijednost indeksa je 24 boda.

Rezultati istraživanja pokazuju da su najzastupljenija područja DOP-a u pogledu izvještavanja na internet stranicama od strane banaka u BiH područje ljudskih resursa i područje proizvoda/usluga. To možemo objasniti činjenicom da su ljudski resursi dio interne dimenzije DOP-a, pa se može pretpostaviti da banke ili poduzeća društvenu odgovornost najprije implementiraju unutar same banke te kasnije šire primjenu DOP-a na ostala područja svog utjecaja. Proizvodi/usluge dijele jednaku zastupljenost s područjem ljudskih resursa, a visoka zastupljenost tog područja može se objasniti time što proizvodi/usluge koje banke nude klijentima moraju biti predmet stalnog razvoja i unaprjeđenja kako bi mogli biti konkurentni na tržištu. Iduće područje koje slijedi prema zastupljenosti su odnosi s klijentima. Banke u cilju privlačenja i zadržavanja klijenata te stjecanja njihovog povjerenja omogućuju razne usluge koje klijentima olakšavaju poslovanje s bankom i pružaju im razne pogodnosti. Nakon odnosa s klijentima, po broju objavljenih informacija o aktivnostima društvene odgovornosti od strane banaka u BiH, slijede područja poslovna strategija i tržišni odnosi te uključenost u zajednicu i dobročinstvo. Banke u BiH najmanje izvještavaju o primjeni DOP-a na području zaštite okoliša. Banke koje izvještavaju o poduzetim aktivnostima društvene odgovornosti ovom području uglavnom navode da pružaju eko kredite za poduzeća, kredite za energetsku efikasnost, dok neke na svojoj internet stranici imaju priloženu ekološku politiku ili ekološku strategiju usvojenu od strane banke.

Prosječni broj bodova bankarskog sektora BiH iznosi 11,63 što je 48,46 %, a s obzirom na to da je maksimalan broj bodova 24, riječ je o osrednjem rezultatu. Upućuje na dobru prihvaćenost DOP-a od strane banaka u BiH, iako ostavlja prostor za daljnje poboljšanje na razini sektora. Rezultat je vrlo pozitivan kad se uzme u obzir da banke u BiH nisu obvezne izvještavati o društvenoj odgovornosti kao što je to slučaj s bankama u zemljama članicama EU.

Od 16 banaka uključenih u istraživanje, 8 banaka je ostvarilo broj bodova veći od prosječnog, dok se za 4 banke može reći da po broju ostvarenih bodova značajnije odskaču od prosječnog. Najveći broj bodova, odnosno 21 bod (87,5 %), ostvaren je od strane NLB banke. Od preostalih 8 banaka čiji rezultat Indeksa izvještavanja o društvenoj odgovornosti ukazuje na ispodprosječan broj bodova, također 4 banke odskaču od prosjeka u negativnom smislu.

LITERATURA

Knjige i članci:

1. Aleksić A. (2007): Poslovna etika-element uspješnog poslovanja, Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, Vol. 5 No. 1, 2007., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/26144
2. Berić T. (2016.): Društveno odgovorno poslovanje osiguravajućih i reosiguravajućih društava u RH. Diplomski rad. Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split 2016.
3. Buble, M. (2009): Menadžment, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Split.
4. Ćatić-Kajtazović E. (2011): Ekonomski i pravni okvir za implemetaciju društvene odgovornosti preduzeća u Bosni i Hercegovini, Tranzicija, Vol. 13 No. 28, 2011., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=111773
5. Dečman N., Švigir A., Rep A. (2019): Uloga nefinancijskih informacija u poslovnom odlučivanju u ovisnosti o karakteristikama poduzeća, Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, Vol. 17 No. 1, 2019., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/221179
6. Erceg Ž., Milovanović D., Mitrović G. (2017.): Bankarski sektor u funkciji oporavka ekonomije Bosne i Hercegovine, Naučni skup EKONBIZ, 298-309, [Internet], raspoloživo na: http://www.ekonbiz.ues.rs.ba/ojs/article/view/74.html
7. Erceg Ž., Mitrović G. (2018.): Uloga Centralne banke u funkciji poboljšanja likvidnosti bankarskog sektora BiH, Novi Ekonomist, Vol 12(2), Godina XII, broj 24, jul-decembar 2018., [Internet], raspoloživo na: http://doisrpska.nub.rs/index.php/NOEK/article/viewFile/5508/5311
8. Glavočević A., Radman Peša A. (2013): Društveno odgovorno poslovanje i CRM kao način integriranja društvene odgovornosti u marketinške aktivnosti, Oeconomica Jadertina, Vol. 3 No. 2, 2013., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=170022
9. Glumac M. (2018): Društvena odgovornost kao važan aspekt uspješnog poslovanja, Paragraf : časopis za pravna i društvena pitanja Pravnog fakulteta Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Vol. 2 No. 1, 2018., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=305074
10. Gregurek M., Vidaković N. (2011): Bankarsko poslovanje, RRiF plus, Zagreb
11. Krkač, K. (2007): Uvod u poslovnu etiku i korporacijsku društvenu odgovornost, MATE d.o.o./ZŠEM, Zagreb

12. Kundid A. (2012): Društveno odgovorno poslovanje banaka u Republici Hrvatskoj, Ekonomska misao i praksa, No. 2, 2012., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=138611
13. Kundid A. (2014): Etičko bankarstvo- novi koncept bankarstva, Financije nakon krize: forenzika, etika i održivost, Split: Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, 2014. str. 243-264, [Internet], raspoloživo na: https://www.bib.irb.hr/845444
14. Kundid Novokmet A., Bilić B. (2016): Društvena odgovornost banaka u vrijeme financijske krize: ususret direktivi Europske unije o nefinancijskom izvještavanju, Oeconomica Jadertina, Vol. 6 No. 1, 2016., Hrčak, [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=248641
15. Kurtić A. (2009): Društvena odgovornost- novi svjetski pokret i poslovni imperativ savremenog menadžmenta, Tranzicija, Vol. 11 No. 23-24, 2009., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/45989
16. Lacković Vincek Z., Dvorski S., Novak E. (2017): Usporedba društveno odgovornog poslovanja u proizvodnim i uslužnim poduzećima Republike Hrvatske, Ekonomski pregled, 68 (3) 267-296 (2017), [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/184596
17. Rakić S. (2016): Ispitivanje utjecaja društveno odgovornog poslovanja na profitabilnost banaka u Evropskoj uniji, Doktorska disertacija, [Internet], raspoloživo na: http://nardus.mpn.gov.rs/handle/123456789/7934
18. Rogošić A., Kundid A. (2012): Izvještavanje o društvenoj odgovornosti banaka u Hrvatskoj, Praktični menadžment: stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta, Vol. 3 No. 2, 2012., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/96976
19. Sisek B., Strahonja M. (2012): Stakeholderski pristup poduzeću, Poslovna izvrsnost, Vol. 6 No. 1, 2012., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=126169
20. Skoko B., Mihovilović M. (2014): Odnosi s javnošću u funkciji društveno odgovornog poslovanja, Praktični menadžment : stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta, Vol. 5 No. 1, 2014., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/134958
21. Srbljinović M. (2012): Utjecaj društvene odgovornosti poduzeća na ponašanje potrošača u Hrvatskoj, Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, Vol. 10 No. 2, 2012., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/93115
22. Vinšalek V. (2017): Društveno odgovorno poslovanje kao preduvjet stvaranja vrijednosti poduzeća, RAČUNOVODSTVO I MENADŽMENT – RiM 18.

međunarodna znanstvena i stručna konferencija, ZBORNIK RADOVA Svezak I. Scientific papers – znanstveni radovi, [Internet], raspoloživo na: https://www.hrvatski-racunovodja.hr/pub/2017/rim-2017-zbornik-znanstvenih-radova.pdf

23. Vrdoljak Raguž I., Hazdovac K. (2014): Društveno odgovorno poslovanje i hrvatska gospodarska praksa, Oeconomica Jadertina, Vol. 4 No. 1, 2014., [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/130001
24. Zelenika, R. (1998.) Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela, Ekonomski fakultet Rijeka, Rijeka

Pravilnik/Zakon:

1. ZAKON O AGENCIJI ZA BANKARSTVO FEDERACIJE BOSNE I HERCEGOVINE, Službene novine Federacije BiH", broj: 75/17, [Internet], raspoloživo na: https://www.fba.ba/hr/zakon-o-agenciji-za-bankarstvo-federacije-bosne-i-hercegovinebrsluzbene-novine
2. ZAKON O BANKAMA: „Službene novine FBiH“, br. 27/17, [Internet], raspoloživo na: https://www.fba.ba/hr/zakon-o-bankamabr-sluzbene-novine-federacije-bih-br-2717

Izvor s Interneta:

1. Addiko Bank d.d. Sarajevo, [Internet], raspoloživo na: https://www.addiko.ba/
2. Agencija za bankarstvo Federacije Bosne i Hercegovine (2020.): Informacija o subjektima bankovnog sustava Federacije Bosne i Hercegovine sa stanjem na dan 31.12.2019., Sarajevo, ožujak 2020. godine, [Internet], raspoloživo na: https://www.fba.ba/upload/docs/korigovana_informacija_o_sbs_31122019_1gJ.pdf
3. ASA Banka d.d. Sarajevo, [Internet], raspoloživo na: https://www.asabanka.ba/
4. Bosna Bank International d.d. Sarajevo, [Internet], raspoloživo na: http://www.bbi.ba/bs/stanovnistvo
5. Brošura otkrijte normu ISO 26000, [Internet], raspoloživo na: https://www.hzn.hr/default.aspx?id=54
6. Centralna banka Bosne i Hercegovine (2018.): Izvješće o financijskoj stabilnosti 2018, [Internet], raspoloživo na: https://www.cbbh.ba/Content/Archive/575?lang=hr
7. Centralna banka Bosne i hercegovine, [Internet], raspoloživo na: https://www.cbbh.ba/?lang=hr

8. Global Compact Hrvatska, [Internet], raspoloživo na: https://www.hup.hr/global-compact-hrvatska.aspx
9. Intesa Sanpaolo Banka d.d. Bosna i Hercegovina, [Internet], raspoloživo na: https://www.intesasanpaolobanka.ba/
10. Komercijalno-investiciona banka d.d. V.Kladuša, [Internet], raspoloživo na: http://www.kib-banka.com.ba/
11. NLB Banka d.d., Sarajevo, [Internet], raspoloživo na: http://www.nlb.ba/
12. Privredna banka Sarajevo d.d. Sarajevo, [Internet], raspoloživo na: http://www.pbs.ba/
13. ProCredit Bank d.d. Sarajevo, [Internet], raspoloživo na: https://www.procreditbank.ba/
14. Raiffeisen Bank d.d. BiH, [Internet], raspoloživo na: https://raiffeisenbank.ba/
15. Razvojna banka Federacije BiH, [Internet], raspoloživo na: http://www.rbfbih.ba/bih/index.php
16. Sberbank BH d.d. Sarajevo, [Internet], raspoloživo na: https://www.sberbank.ba/bs/stanovnistvo
17. Sparkasse Bank d.d. BiH, [Internet], raspoloživo na:https://www.sparkasse.ba/bs/stanovnistvo
18. UniCredit Bank d.d. Mostar, [Internet], raspoloživo na:https://www.unicredit.ba/ba/stanovnistvo.html
19. Union banka d.d. Sarajevo, [Internet], raspoloživo na: http://www.unionbank.ba/
20. Vakufska banka d.d. Sarajevo, [Internet], raspoloživo na:http://vakuba.ba/
21. ZiraatBank BH d.d., [Internet], raspoloživo na: http://www.ziraatbosnia.com/

POPIS TABLICA, DIJAGRAMA, SLIKA I GRAFIKONA

Popis tablica:

Tablica 1: Osnovne razlike između ekonomskog i socioekonomskog modela.....23
Tablica 2: Interni i eksterni aspekti društvene odgovornosti banaka.....39
Tablica 3: Pokazatelji adekvatnosti kapitala.....43
Tablica 4: Ostvareni financijski rezultat: dobit/gubitak (u 000 KM).....44
Tablica 5: Banke u BiH.....48
Tablica 6: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti.....49
Tablica 7: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Addiko banke.....50
Tablica 8: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti ASA banke.....51
Tablica 9: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Bosna Bank International.....52
Tablica 10: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Intesa Sanpaolo banke...53
Tablica 11: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Komercijalno-investicione banke.....54
Tablica 12: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti NLB banke.....55
Tablica 13: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Privredne banke Sarajevo.....56
Tablica 14: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti ProCredit Bank 57
Tablica 15: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Raiffeisen banke.....58
Tablica 16: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Razvojne banke.....59
Tablica 17: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Sberbank BH.....60
Tablica 18: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Sparkasse bank.....61
Tablica 19: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti UniCredit Bank.....62
Tablica 20: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Union banke.....63
Tablica 21: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti Vakufske banke.....64
Tablica 22: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti ZiraatBank BH.....65
Tablica 23: Broj banaka koje izvještavaju o pojedinom području DOP-a.....66
Tablica 24: Broj područja DOP-a o kojima banka izvještava.....68
Tablica 25: Prosječna ocjena bankarskog sektora.....70

Popis dijagrama:

Dijagram 1: Hijerarhija društvene odgovornosti poduzeća.....19
Dijagram 2: Odgovor poduzeća na društvene zahtjeve.....30

Popis grafikona:

Grafikon 1: Broj banaka koje izvještavaju o pojedinom području DOP-a.....67

Grafikon 2: Broj područja DOP-a o kojima banka izvještava.....69

Grafikon 3: Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti.....69

SAŽETAK

Društveno odgovorno poslovanje predstavlja težnju i nastojanje poduzeća da svoje ekonomske ciljeve postiže načinom poslovanja koji omogućuje ostvarenje tih ciljeva te istovremeno pozitivno doprinosi dobrobiti cjelokupnog društva i okoliša u kojem djeluje. Takav koncept poslovanja sve više poduzeća implementira u svoje poslovanje i dugoročnu poslovnu strategiju.

Ovim radom se provelo istraživanje o zastupljenosti primjene društveno odgovornog poslovanja u bankarskom sektoru Bosne i Hercegovine. Na službenim internet stranicama 16 banaka koje posluju na području Bosne i Hercegovine prikupile su se sve informacije koje banke objavljuju o primjeni društveno odgovornog poslovanja koje obuhvaća 6 područja od kojih je svako podijeljeno na određene aktivnosti.

Istraživanje je rezultiralo zaključkom se društveno odgovorno poslovanje primjenjuje u bankarskom sektoru Bosne i Hercegovine i da sve banke u Bosni i Hercegovini izvještavaju o primjeni društveno odgovornog poslovanja na svojim službenim internet stranicama. Rezultati istraživanja se temelje na Indeksu izvještavanja o društvenoj odgovornosti.

Ključni pojmovi: društveno odgovorno poslovanje, Indeks izvještavanja o društvenoj odgovornosti, bankarski sektor

SUMMARY

Corporate social responsibility is the aspiration and effort of a company to achieve its economic goals in a way that conducts the achievement of these goals and at the same time positively contributes to the well-being of society as a whole and the environment in which it operates. More and more companies are implementing such a business concept in their business and long-term business strategy.

This paper conducted a study on the prevalence of corporate social responsibility in the banking sector of Bosnia and Herzegovina. The official website of 16 banks operating in Bosnia and Herzegovina has collected all the information that banks publish on the implementation of corporate social responsibility, which includes 6 areas, each of which is divided into specific activities.

The research resulted in the conclusion that corporate social responsibility is applied in the banking sector of Bosnia and Herzegovina and that all banks in Bosnia and Herzegovina report on the application of corporate social responsibility on their official websites. The results of the research are based on the Index of reporting on social responsibility.

Key terms: corporate social responsibility, Index of reporting on social responsibility, banking sector