

UNIVERZITET U SARAJEVU
EKONOMSKI FAKULTET
DOKTORSKI STUDIJ

MA, Aida Hanić

**UTICAJ KORPORATIVNE DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI NA FINANSIJSKE
PERFORMANSE ISLAMSKIH BANAKA SA POSEBNIM OSVRTOM NA BOSNU I
HERCEGOVINU**

Doktorska disertacija

Sarajevo, novembar 2020. godine

UNIVERZITET U SARAJEVU
EKONOMSKI FAKULTET
DOKTORSKI STUDIJ
Program: Menadžment

MA, Aida Hanić

**UTICAJ KORPORATIVNE DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI NA FINANSIJSKE
PERFORMANSE ISLAMSKIH BANAKA SA POSEBNIM OSVRTOM NA BOSNU I
HERCEGOVINU**

Doktorska disertacija

*Disertacija urađena i prezentirana kao sastavni dio programa III ciklusa studija na
Ekonomskom fakultetu u Sarajevu za sticanje zvanja
Doktora ekonomskih nauka*

Odobrena od strane Komisije u sastavu:

1. prof. dr Emina Resić
2. dr Velid Efendić, mentor i član
3. dr Jasna Kovačević
4. dr Maja Arslanagić Kalajdžić
5. dr Alija Avdukić

Student: Ma Aida Hanić
Broj index-a: 103- PhD-m/b/12
Datum odbrane:

Sarajevo, novembar 2020. godine

„I u času bujne sreće i kad tuga uzdah sprema, moja ljubav pjesmu kreće: što te nema, što te nema“...

(Aleksa Šantić)

*Mojoj majci Mersidi
(10.10.1957-17.01.2015)*

Sažetak

Korporativna društvena odgovornost (*engl. Corporate Social Responsibility*) kao koncept, način poslovanja i naučno-istraživačko pitanje, zaokuplja pažnju svjetske javnosti duže od 60 godina. U toj eri naučnog istraživanja da li je korporacija vještačka tvorevina ili „subjekat“ koji ima odgovornost prema društvu u kojem posluje, još uvijek nije utvrđena jedinstvena definicija ovog koncepta, što je dovelo do pojave različitih pristupa razumijevanju interakcije poslovne organizacije sa društvom. Pitanje koje se posebno ističe nakon 1970-tih godina jeste uticaj korporativne društvene odgovornosti na finansijske performanse poslovnih subjekata. U utvrđivanju ove veze važno je istaći smjer uticaja tj. da li korporativna društvena odgovornost utiče na finansijske performanse ili je situacija obrnuta i da li je uticaj te relacije pozitivan, negativan ili neutralan. Rezultati istraživanja su različiti i nisu isključivi već su sva tri ishoda jednako moguća i naučno prihvatljiva.

U bankarstvu se koncept društvene odgovornosti banaka počeo kasno ispitivati jer su banke dugo vremena bile izolirane od društvenih procesa. Takvu praksu prekinula je svjetska ekonomska kriza iz 2007. godine, kada je konvencionalni finansijski sistem doživio kolaps. Nakon toga, pažnja globalne javnosti usmjerila se na poslovanje islamskih banaka kao etički određenih poslovnih subjekata koji svoje poslovanje baziraju na religijskim postulatima. Odgovornost prema društvu inkorporirana je u islamski vrijednosni sistem čime se korporativna društvena odgovornost smatra sastavim dijelom poslovanja islamskih banaka. Istraživačko pitanje postavljeno u ovoj disertaciji jeste koliko je korporativna društvena odgovornost zaista prisutna u poslovanju islamskih banaka, da li utiče na njihove finansijske performanse i da li je taj intenzitet veći kod velikih banaka u odnosu na male?

Kao način kvantifikovanja korporativne društvene odgovornosti, korišten je koncept objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti na bazi indeksa što je u engleskoj literaturi poznato pod terminom Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI). Naučna metoda primjenjena u analizi društvenih uticaja jeste metoda analize sadržaja godišnjih izvještaja. Istraživanje se baziralo na uzorku od ukupno 18 banaka iz KISMUT zemalja i jedne banke iz Bosne i Hercegovine, za period 2006-2016. KISMUT zemlje (Katar, Indonezija, Saudijska Arabija, Malezija, UAE i Turska) su odabrane za analizu iz razloga što je u okviru tih zemalja skoncentrisano 80% vrijednosti ukupne aktive islamskog bankarstva i što osnivači jedine banke u BiH koja posluje po principima islamskog bankarstva, dolaze iz KISMUT zemalja.

Rezultati pokazuju da su islamske banke društveno odgovorne, ali da stepen objelodanjivanja podataka analiziranih islamskih banaka varira tokom vremena što znači da izvještaji nisu standardizovani i da se isti podaci ne objelodanjuju svake godine. Najveća diskrepanca između onoga što se objelodanjuje i što bi trebalo da se objelodanjuje odnosi se na pitanje Zekata, Qard-hasan kredita i Šerijatskog odbora. Rezultati empirijskog istraživanja pokazali su pozitivan uticaj CSRDI na finansijske performanse analiziranih islamskih banaka ali bez statističke značajnosti dok je uticaj CSRDI na finansijske performanse, konkretno u slučaju povrata na kapital, kod velikih banaka pozitivan i značajan. Pored kompozitnog uticaja CSRDI na finansijske performanse, dodatno je analiziran uticaj svake pojedinačne komponente indeksa na finansijske performanse. Statistički značajan uticaj ispoljile su samo dvije dimenzije; Izjava o misiji i viziji i Šerijatski odbor, i to na nivou značajnosti od 10%.

Ključne riječi: korporativna društvena odgovornost, finansijske performanse, indeks objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti (CSRDI), BiH, KISMUT

Abstract

Corporate Social Responsibility, as a concept, a way of doing business and a research question, attracts the attention of the world public for more than 60 years. In this era of scientific research, whether a corporation is an artificial entity or a „person“ with a responsibility to the society in which it operates, a unique definition of this concept has not yet been established, leading to different approaches to understanding the business organization's interaction with the society. An issue that is particularly prominent after the 1970s is the impact of corporate social responsibility on the financial performance of businesses. In establishing this relationship, it is essential to emphasize the direction of influence, whether corporate social responsibility affects financial performance or the situation is reversed where the impact of that relationship is positive, negative, or neutral. The research results are different and not exclusive, but all three outcomes are equally possible and scientifically acceptable.

In banking, the concept of corporate social responsibility began to be questioned late as banks were isolated from social processes for a long time. This practice was interrupted by the 2007 global economic crisis when the conventional financial system collapsed. Subsequently, the attention of the worldwide public focused on the business of Islamic banks as ethically determined business entities, which base their business on religious postulates. The concept of speculative action is not permitted, making Islamic banks more secure and responsible than conventional ones. Corporate social responsibility has been incorporated into the Islamic value system, making it an integral part of Islamic banks' operations. The research question in this dissertation is how much corporate social responsibility is present in Islamic banks' business, does it affect their financial performance and is this intensity higher at large banks than at small ones?

As a way of quantifying corporate social responsibility, the concept based on Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI) was used based on content analysis of annual reports. The survey included a sample of 18 banks from QISMUT countries (Qatar, Indonesia, Saudi Arabia, Malaysia, UAE, and Turkey) and one bank from Bosnia and Herzegovina for the period 2006-2016. This region was selected for analysis because 80% of the total Islamic banking assets are concentrated within QISMUT countries and the founders of the only Islamic bank in B&H, comes from QISMUT region.

The results show that Islamic banks are socially responsible, but the degree of disclosure of the data of the analyzed Islamic banks varies over time, which means that the reports are not standardized and that the same data are not disclosed every year. The most significant discrepancy between what banks disclosed and what should be disclosed concerns the issue of Zakat, grants and the Shariah Board. In this context, the results of empirical research have shown positive impact of CSRDI on the financial performance of the analyzed Islamic banks but with no statistical significance while the impact of CSRDI on financial performance, specifically in the case of return on equity, in large banks is positive and significant. In addition to the composite impact of CSRDI on financial performance, the impact of each individual component of the index on financial performances was further analyzed. Only two dimensions had a statistically significant effect; Mission and Vision statement and the Shariah Board, at a significance level of 10%.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Financial Performance, Corporate Social Responsibility Disclosure Index, B&H, QISMUT

Zahvale

Arapska poslovice kaže: „*Ako ne možeš nagraditi, makar se zahvali*“. Duga je lista onih kojima dugujem svoju zahvalnost, a koji su svojim djelovanjem mnogo doprinjeli da se ova disertacija privede kraju. Najprije, zahvaljujem se svojoj porodici, suprugu Edinu, svojoj divnoj djeci, sinu Amiru i kćerki Lejli koji su, iako mali da bi shvatili šta ja to tačno radim, razumjeli da „*mama mora da piše*“.

Veliku zahvalnost dugujem svom svekru, uvaženom emeritusu prof. dr Hasanu Haniću na svim dobronamjernim komentarima, prijedlozima i sugestijama. Posebnu zahvalnost iskazujem svojoj divnoj svekrvi, Guleri Hanić koja mi je nebrojano puta čuvala djecu uz njenu poznatu izreku: „*Putuj igumane i ne brini za manastir*“. Zahvaljujem se i svojoj snahi, Sućeska Azri, koja je umjesto mene preuzela brigu o djeci tokom godišnjeg odmora i mom bratu Ervinu koji je, u trenutcima panike da neću završiti na vrijeme, bio glas razuma.

Ovim putem izražavam i veliku zahvalnost mom mentoru, dr Velidu Efendiću na savjetima, komentarima i strpljenu, članovima komisije, dr Maji Arslanagić-Kalajdžić, dr Jasni Kovačević, dr Aliji Avdukić i dr Emini Resić, gospodinu Adrian Buchanan, menadžeru odjela The Banker Database u okviru časopisa The Banker, na besplatno ustupljenim podacima o finansijskim pokazateljima islamskih banaka. Isto tako, želim da se zahvalim direktoru Instituta ekonomskih nauka Beograd, dr Jovanu Zuboviću na razumijevanju u toku ovog procesa koji je trajao duže od očekivanog kao i mladoj kolegici Đini Ivanović koja mi je pomogla pri sakupljanju teško dostupne literature.

Ipak, posebnu zahvalnost dugujem svojim roditeljima. Jedan od najboljih američkih trenera bejzbola, Jim Volvano, je rekao: „*Moj otac mi je dao najbolji dar koji možeš dati nekome - vjerovao je u mene*“. Dragi oče, hvala ti za svu ljubav, podršku, strpljenje i što si uvijek bio divan i brižan otac. Nikad povišenog tona i blage naravi.

Draga majko, riječi nisu dovoljne da opišu ono što si bila ti; primjer istinske ljubavi i majčinske požrtvovanosti. Vizionar budućnosti. Pomalo i tvrdoglava, ali uvijek u pravu za sve. Dama. Ovaj rad posvećujem tebi, iako je moja sreća nepotpuna, jer sve je još rano i svježe i slike i sjećanja naviru iako život ide dalje, ali ostaje u prošlosti. Ostaje u tvom liku. U liku koji ne stari već se ponosno smije i ispraća nas ostale koji te se sjećamo u našim mislima i molitvama: "*A ti, o dušo smirena, vrati se Gospodaru svome zadovoljna, a i On tobom zadovoljan, pa uđi među robove Moje i uđi u Džennet Moj!*" (Kur'an; 89:27-30). Volim te.

Acknowledgements

An Arabic proverb says, *"If you can't reward, at least say thank you."* It is a long list of those to whom I owe my thanks, who have contributed a great deal to bring this dissertation to an end. First of all, I would like to say thanks to my family, my husband Edin and my beautiful children, son Amir and daughter Lejla, who, although young to understand what I was doing accurately, realized that *"Mom has to write."*

I owe a lot of gratitude to my father-in-law, the respected emeritus Professor Hasan Hanić for, all kind comments and suggestions. Special thanks to my wonderful mother-in-law, Gulera Hanić, who look afeter my kids numerous times, with her famous saying, *"Travel the abbots and don't worry for the Monastery"*. My thanks also go to my sister-in-law, Azra Sućeska, who took care of my children during the holiday season, and to my brother Ervin, who, in moments of panic that I would not finish on time, was the voice of reason.

I would also like to express my gratitude to my mentor, Professor Velid Efendić for his advice, comments and patience, to the members of the committee, Professor Maja Arslanagić-Kalajdžić, Professor Jasna Kovačević, Professor Alija Avdukić and Professor Emina Resić, to Mr. Adrian Buchanan, Manager of The Banker Database within The Banker, on free information on financial indicators of Islamic banks. I would also like to thank to the director of the Institute of Economic Sciences, Belgrade, Professor Jovan Zubović, for all the understanding during this process that took longer than expected, as well as to my young colleague, Đina Ivanović, who helped me to find literature that was hard to find.

Nevertheless, I owe a special thanks to my parents. One of America's best baseball coaches, Jim Volvano, said: *"My father gave me the best gift you can give someone - he believed in me."* Dear dad, thank you for all your love, support, patience, and for always being a wonderful and caring father. Never elevated in tone and mild.

Dear mother, words are not enough to describe what you were, but one is for sure: an example of genuinely loving and maternal sacrifice. A visionary of the future. A bit stubborn but always right for everything. A true lady. I dedicate this work to you, even though my happiness is incomplete because everything is still early and fresh, and the images and memories also fade though life goes on but remains in the past. It remains in your image. In a character who does not grow old, who laughs proudly and follow the rest of us you who remembers you in our thoughts and prayers: *„O reassured soul, return to your Lord, well-pleased and pleasing to Him, and enter among my [righteous] servants and enter My Paradise“ (Quran; 89:27-30).* I love you.

SADRŽAJ

Uvod	19
Kontekstualni okvir istraživanja	20
Problem i predmet istraživanja	21
Svrha i ciljevi istraživanja	21
Pregled literature i razvoj hipoteze istraživanja	22
Metodologijski pristup istraživanju	24
1 ISLAMSKA EKONOMSKA MISAO	27
1.1 Osnovni postulati islama	27
1.2 Islamski vjerski zakon (Šerijat)	28
1.3 Islamska ekonomija.....	32
1.3.1 Islamska moralna ekonomija.....	38
2 OSNOVE ISLAMSKOG BANKARSTVA.....	45
2.1 Suština islamskog bankarstva	52
2.2 Osnovni ugovori i instrumenti islamskog bankarstva	56
2.3 Karakteristike poslovanja islamskih banaka.....	63
2.3.1 Uloga Šerijatskog odbora.....	64
2.3.2 Rizici u islamskom bankarstvu.....	67
3 KONCEPT KORPORATIVNE DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI.....	71
3.1 Definicija i historijski razvoj korporativne društvene odgovornosti	71
3.2 Teorijske postavke korporativne društvene odgovornosti.....	90
3.3 Analiza stakeholdera i proces implementacije korporativne društvene odgovornosti..	101
3.3.1 Vlada.....	104
3.3.2 Kupci.....	106
3.3.3 Zaposleni	107
3.3.4 Lokalna zajednica	108
3.3.5 Investitori	111
3.3.6 Konkurencija	112
3.4 Prednosti implementacije korporativne društvene odgovornosti.....	115
3.5 Nedostaci i kritike koncepta korporativne društvene odgovornosti	116
3.6 Primjena korporativne društvene odgovornosti u bankarskom sektoru	118
3.7 Korporativna društvena odgovornost i finansijske performanse	121
3.8 Korporativna društvena odgovornost i religija	139
4 KONCEPT KORPORATIVNE DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI U ISLAMSKOM BANKARSTVU.....	143
4.1 Modeli islamskog koncepta korporativne društvene odgovornosti	145
5 KONCEPT NEFINANSIJSKOG IZVJEŠTAVANJA I OBJELODANJIVANJA PODATAKA O KORPORATIVNOJ DRUŠTVENOJ ODGOVORNOSTI (CSR)	158
5.1 Historijski razvoj nefinansijskog izvještavanja i primjeri primjene koncepta objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti.....	160
5.2 Objelodanjivanje podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti u islamskom bankarstvu	167

5.2.1	Upotreba AAOIFI standarda u praksi objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti i islamski modeli objelodanjivanja podataka	170
5.2.2	Praksa objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti i uticaj na finansijske performanse islamskih banaka	176
5.2.3	Globalna inicijativa za izvještavanje (Global Reporting Initiative - GRI)	180
5.2.4	Islamska inicijativa za izvještavanje (Islamic Reporting Initiative – IRI).....	184
6	KARAKTERISTIKE ISLAMSKOG BANKARSTVA I PRIMJENA KONCEPTA KORPORATIVNE DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI U BOSNI I HERCEGOVINI I KISMUT ZEMLJAMA	187
6.1	Bankarski sistem Bosne i Hercegovine	187
6.2	Karakteristike islamskog bankarstva u Bosni i Hercegovini	190
6.2.1	Pregled istraživanja iz oblasti islamskog bankarstva u Bosni i Hercegovini	196
6.2.2	Uloga BBI banke u razvoju islamskog bankarstva u Bosni i Hercegovini i rezultati sprovedenog kvalitativnog istraživanja	199
6.3	Islamsko bankarstvo u KISMUT zemljama	203
6.3.1	Karakteristike islamskog bankarstva u Kataru	205
6.3.2	Karakteristike islamskog bankarstva u Indoneziji	209
6.3.3	Karakteristike islamskog bankarstva u Saudijskoj Arabiji	213
6.3.4	Karakteristike islamskog bankarstva u Maleziji	216
6.3.5	Karakteristike islamskog bankarstva u Ujedinjenim Arapskim Emiratom	220
6.3.6	Karakteristike islamskog bankarstva u Turskoj	223
7	METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA.....	228
7.1	Izvori podataka i strategija uzorkovanja	228
7.2	Metoda analize sadržaja i proces kodiranja	235
7.3	Metod mjerenja finansijskih performansi i definisanje zavisnih varijabli	238
7.4	Konstrukcija indeksa objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti (CSRDI) i definisanje objašnjavajućih varijabli	239
7.5	Empirijski modeli i analiza	248
7.5.1	Ocjenjivanje statičkih modela	250
7.5.2	Ocjenjivanje dinamičkih modela	253
7.5.3	Empirijski modeli, metodološke napomene i strategija ocjenjivanja	254
8	REZULTATI ISTRAŽIVANJA	259
8.1	Ukupna vrijednost CSRDI za analizirane islamske banke	259
8.1.1	Vrijednost dimenzije Izjave o misiji i viziji za analizirane banke.....	264
8.1.2	Vrijednost dimenzije Uprava banke i top menadžment za analizirane banke	272
8.1.3	Vrijednost dimenzije Proizvodi za analizirane banke.....	276
8.1.4	Vrijednost dimenzije Zekat, donacije i Qard-hasan krediti za analizirane banke ..	283
8.1.5	Vrijednost dimenzije Zaposleni za analizirane banke	289
8.1.6	Vrijednost dimenzije Kreditori za analizirane banke	298
8.1.7	Vrijednost dimenzije Društvena zajednica za analizirane banke	301
8.1.8	Vrijednost dimenzije Šerijatski odbor za analizirane banke	308
8.2	Rezultati empirijske analize uticaja korporativne društvene odgovornosti na finansijske performanse analiziranih islamskih banaka	313
8.2.1	Rezultati ocjene uticaja CSRDI na ROA	316
8.2.2	Rezultati ocjene uticaja CSRDI na ROE	319
8.2.3	Rezultati ocjene uticaja komponenata CSRDI na ROA i ROE.....	324

9	ZAKLJUČAK	326
10	NAUČNI DOPRINOS ISTRAŽIVANJA, OGRANIČENJA I PREPORUKE ZA DALJNJA ISTRAŽIVANJA	332
11	LITERATURA	337
	PRILOZI	379

POPIS TABELA

Tabela 1: Ciljevi Šerijata prema konceptu kojeg je definisao Najjar	31
Tabela 2: Osnovni aksiomi islamske moralne ekonomije	41
Tabela 3: Etički aksiomi islamskog pristupa korporativnoj društvenoj odgovornosti	42
Tabela 4: Vrste organizacija koje pružaju usluge islamskog bankarstva i finansija	50
Tabela 5: Razlika između ribe (kamate) i profita sa islamskog stanovišta	52
Tabela 6: Klasifikacija instrumenata/ugovora u islamskom bankarstvu	58
Tabela 7: Model korporativne društvene odgovornosti prema Wood (1991)	81
Tabela 8: Društvene odgovornosti i principi društvene odgovornosti prema Wood (1991)	82
Tabela 9: Različite definicije korporativne društvene odgovornosti	86
Tabela 10: Karakteristike teorija korporativne društvene odgovornosti	98
Tabela 11: Podjela stakeholdera na primarne i sekundarne	103
Tabela 12: Relacija vlade i korporativne društvene odgovornosti	104
Tabela 13: Primjer proces implementacije korporativne društvene odgovornosti	113
Tabela 14: Veza između korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi prema Griffin i Mahon (1997)	124
Tabela 15: Veza između korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi prema Roman (1999)	125
Tabela 16: Determinante odabranih reputacijskih indeksa kao mjere korporativne društvene odgovornosti	131
Tabela 17: Korištene varijable u mjerenju finansijskih performansi u analizi odnosa sa korporativnom društvenom odgovornošću	132
Tabela 18: Pregled određenog broja radova iz oblasti odnosa između korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi	133
Tabela 19: Uticaj korporativne društvene odgovornosti na finansijske performanse banka – pregled odabranih radova	137
Tabela 20: Opis vrsti korporativne društvene odgovornosti	149
Tabela 21: Heterogenost u konceptima i definicijama nefinansijskog izvještavanja	162
Tabela 22: Razlike između zapadnog i islamskog pristupa računovodstvu i prakse izvještavanja	169
Tabela 23: Bitni događaji u razvoju GRI Smjernica i Standarda	181
Tabela 24: Dimenzije IFC indeksa	193
Tabela 25: Klasifikacija IFDI indeksa	194
Tabela 26: Pozicija Bosne i Hercegovine u IFDI indeksu za 2019. godinu	194
Tabela 27: Vrijednost indikatora i podindikatora u slučaju Bosne i Hercegovine u IFDI indeksu za 2014. i 2019. godinu	195
Tabela 28: Pojedinačno učešće zemalja u okviru KISMUT po vrijednosti ukupne aktive	204
Tabela 29: Pozicija Katara u IFDI indeksu za 2019. godinu	208
Tabela 30: Broj finansijskih institucija koje pružaju usluge islamskog bankarstva u Indoneziji	211
Tabela 31: Pozicija Indonezije u IFDI indeksu za 2019. godinu	212
Tabela 32: Pozicija Saudijske Arabije u IFDI indeksu za 2019. godinu	216

Tabela 33: Finansijske institucije koje pružaju usluge islamskog bankarstva i finansija u Maleziji	218
Tabela 34: Pozicija Malezije u IFDI indeksu za 2019. godinu	219
Tabela 35: Pozicija UAE u IFDI indeksu z 2019. godinu	222
Tabela 36: Pozicija Turske u IFDI indeksu za 2019. godinu.....	225
Tabela 37: Dostupnost godišnjih izvještaja islamskih banaka iz uzorka.....	231
Tabela 38: Finansijski parametri korišteni u istraživanju.....	239
Tabela 39: Dimenzije CSRDI indeksa.....	240
Tabela 40: Korigovana dimenzija indeksa CSRDI.....	243
Tabela 41: Vrijednost CSRDI za Qatar Islamic Bank (2006-2016).....	259
Tabela 42: Vrijednost CSRDI za Qatar International Islamic Bank (2010-2016).....	259
Tabela 43: Vrijednost CSRDI za Bank Muamalat Indonesia (2008,2010-2013,2015-2016).260	
Tabela 44: Vrijednost CSRDI za Bank Syariah Mandiri (2011,2014-2016).....	260
Tabela 45: Vrijednost CSRDI za Al Rajhi bank (2006,2008-2013, 2015-2016).....	260
Tabela 46: Vrijednost CSRDI za Albilad banku (2012-2016).....	261
Tabela 47: Vrijednost CSRDI za AlJazira banku (2008-2016)	261
Tabela 48: Vrijednost CSRDI za National Commercial Bank (2014-2016)	261
Tabela 49: Vrijednost CSRDI za Bank Islam Malaysia Berhad (2006-2016).....	261
Tabela 50: Vrijednost CSRDI za Bank Muamalat Malaysia Berhad (2006-2016).....	262
Tabela 51: Vrijednost CSRDI za CIMB Islamic banku (2006-2016)	262
Tabela 52: Vrijednost CSRDI za RHB Islamic (2006-2016)	262
Tabela 53: Vrijednost CSRDI za Dubai Islamic Bank (2009, 2011-2012)	262
Tabela 54: Vrijednost CSRDI za Abu Dhabi Islamic Bank (2013-2016)	263
Tabela 55: Vrijednost CSRDI za Kuveyt Turk (2006-2016).....	263
Tabela 56: Vrijednost CSRDI za Turkiye Finans (2008-2012; 2013-2016)	263
Tabela 57: Vrijednost CSRDI za Albaraka banku (2006-2016)	263
Tabela 58: Vrijednost CSRDI za BBI banku (2007-2016).....	263
Tabela 59: Prosječna vrijednost dimenzije „Izjave o misiji i viziji“ banaka iz uzorka	271
Tabela 60: Prosječna vrijednost dimenzije „Uprava banke i top menadžment“ banaka iz uzorka	275
Tabela 61: Prosječna vrijednost dimenzije „Proizvodi“ banaka iz uzorka.....	282
Tabela 62: Prosječna vrijednost dimenzije „Zekat, donacije i Qard-hasan krediti“ banaka iz uzorka	288
Tabela 63: Prosječna vrijednost dimenzije „Zaposleni“ banaka iz uzorka.....	298
Tabela 64: Prosječna vrijednost dimenzije „Kreditori“ banaka iz uzorka.....	300
Tabela 65: Prosječna vrijednost dimenzije „Društvena zajednica“ banaka iz uzorka	307
Tabela 66: Prosječna vrijednost dimenzije „Šerijatski odbor“ banaka iz uzorka	312
Tabela 67: Rangiranje po zastupljenosti dimenzija CSRDI u izvještajima analiziranih banaka	312
Tabela 68: Statistički indikatori posmatranih varijabli	314
Tabela 69: Deskriptivna analiza za poduzorak velikih banaka.....	315
Tabela 70: Deskriptivna analiza za poduzorak malih banaka.....	315
Tabela 71: Korelaciona matrica svih varijabli uključenih u model	316

Tabela 72:Uporedni prikaz POLS, RE i AB ocjena modela sa ROA kao zavisnom varijablom	317
Tabela 73: AB test autokorelacije prvih diferenci slučajnih grešaka	318
Tabela 74: Uporedni prikaz POLS, FE i RE ocjena modela sa ROE kao zavisnom varijablom	319
Tabela 75: AB test autokorelacije prvih diferenci slučajnih grešaka	321
Tabela 76: Klasifikacija na velike i male banke na osnovu vrijednosti aktive iz 2016. godine	322
Tabela 77: Uporedni prikaz estimacije ROA i ROE regresije sa veličinom banke kao regresorom	323
Tabela 78:Ocjene uticaja pojedinačnih komponenti CSRDI na ROA	325
Tabela 79: Ocjene uticaja pojedinačnih komponenti CSRDI na ROE.....	325
Tabela 80: Prijedlog unaprijeđenih dimenzija CSRD indeksa.....	334

POPIS SLIKA

Slika 1: Društvena odgovornost prema definiciji američkog komiteta za ekonomski razvoj ..77	
Slika 2: Piramida korporativne društvene odgovornosti	83
Slika 3: Bottom line pristup	85
Slika 4: Revidirana piramida korporativne društvene odgovornosti.....	87
Slika 5: Piramida korporativne društvene odgovornosti za zemlje u razvoju	88
Slika 6: Međunarodna piramida korporativne društvene odgovornosti	88
Slika 7: Input – output model.....	94
Slika 8: Stakeholder model	94
Slika 9: Odnos stakeholder teorije i korporativne društvene odgovornosti.....	97
Slika 10: Uticaj stakeholdera na finansijske performanse kompanije - Pelozo i Papania (2008)	101
Slika 11: Veza između korporativne filantropije i prihoda.....	106
Slika 12: ESG performanse i korporativna društvena odgovornost na primjeru banaka	112
Slika 13: Islamski pristup konceptu korporativnih društvenih performansi - Sairally (2005)	145
Slika 14: Etički aksiomi islamskog pristupa korporativnoj društvenoj odgovornosti.....	147
Slika 15: Piramida javnog interesa	147
Slika 16: Islamski pristup korporativnoj društvenoj odgovornosti zasnovan principu društvenog blagostanja	148
Slika 17: Islamski model korporativne društvene odgovornosti - Khurshid et al. (2014).....	151
Slika 18: Islamski model korporativne društvene odgovornosti na bazi paradigme Tevhida i Šerijata	151
Slika 19: Islamski model korporativne društvene odgovornosti - Turker (2016).....	152
Slika 20: Novi model islamskog pristupa korporativnoj društvenoj odgovornosti.....	153
Slika 21: Teorijski okvir islamske perspektive izvještavanja	171

POPIS SHEMA

Shema 1: Islamski finansijski sistem.....	45
Shema 2: Rizici u islamskom bankarstvu	68
Shema 3: Trodimenzionalni model društvene odgovornosti	79
Shema 4: 3P model korporativne društvene odgovornosti	80
Shema 5: Osam koraka za implementaciju korporativne društvene odgovornosti	102
Shema 6: Kultura, društvene vrijednosti i računovodstvena subkultura	168
Shema 7: Benchmark za društveno izvještavanje i praksu objelodanjivanja podataka.....	173

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1: Globalna vrijednost islamskih finansija (u milijardama USD)	46
Grafikon 2: Globalna vrijednost aktive islamskih banaka (u milijardama USD)	47
Grafikon 3: Ukupna aktiva bankarskog sektora Bosne i Hercegovine za period 2006-2018.	188
Grafikon 4: Vrijednost aktive BBI banke za period 2006-2018 (u USD)	200
Grafikon 5: Vrijednost aktive islamskih banaka u KISMUT zemljama	203
Grafikon 6: Ukupna aktiva bankarskog sektora Katara za period 2006-2018 (u USD).....	206
Grafikon 7: Vrijednost aktive QIB i QIIB za period 2006-2018 (u USD)	209
Grafikon 8: Ukupna aktiva bankarskog sektora Indonezije za period 2006-2019 (u USD)...	210
Grafikon 9: Vrijednost aktive islamskog bankarstva u Indoneziji za period 2010-2019 (u USD).....	211
Grafikon 10: Tržišno učešće islamskog bankarstva u bankarskom sektoru Indonezije za period 2011-2017	212
Grafikon 11: Vrijednost aktive BMI i BSM za period 2008-2018 (u USD)	213
Grafikon 12: Ukupna aktiva bankarskog sektora Saudijske Arabije za period 2006-2018 (u USD).....	215
Grafikon 13: Vrijednost aktive NCB, Al Rajhi, AlJazira i Albilad za period 2006-2018 (u USD).....	215
Grafikon 14: Ukupna aktiva bankarskog sektora Malezije za period 2007-2019 (u USD)....	217
Grafikon 15: Vrijednost aktive BIMB, BMMB, CIMB Islamic i RHB Islamic za period 2006-2018 (u USD)	219
Grafikon 16: Ukupna aktiva bankarskog sektora UAE za period 2008-2018 (u USD)	221
Grafikon 17: Vrijednost aktive DIB i ADIB za period 2008-2018 (u USD).....	221
Grafikon 18: Vrijednost aktive bankarskog sektora Turske za period 2006-2019 (u USD) .	224
Grafikon 19: Vrijednost aktive KT, TF i Albaraka Turk za period 2006-2018 (u USD).....	225

PRILOZI

Tabela A 1: Prikaz bitnih događaja u razvoju islamske ekonomske misli u svijetu i BiH.....	379
Tabela A 2: CSRDI po bankama.....	384
Tabela A 3: MV po bankama.....	384
Tabela A 4: UB po bankama.....	384
Tabela A 6: ZE po bankama.....	385
Tabela A 7: ZA po bankama.....	386
Tabela A 8: KR po bankama.....	386
Tabela A 8: DZ po bankama.....	387
Tabela A 9: SO po bankama.....	387
Tabela A 10: ROA po bankama.....	388
Tabela A 11: ROE po bankama.....	388
Tabela A 12: Varijabla veličina banke (VB) po bankama.....	389
Tabela A 13: Varijabla racio kapitala (RK) po bankama.....	389
Tabela A 14: Varijabla tržišno učešće (TU) po bankama.....	389
Tabela A 15: Varijabla udio muslimanskog stanovništva (MR) po bankama.....	390
Tabela A 16: Varijabla Šerijatski odbor (SB) po bankama.....	390
Tabela A 17: CSRDI po godinama.....	391
Tabela A 18: MV po godinama.....	391
Tabela A 19: UB po godinama.....	391
Tabela A 20: PR po godinama.....	392
Tabela A 21: ZE po godinama.....	392
Tabela A 22: ZA po godinama.....	392
Tabela A 23: KR po godinama.....	393
Tabela A 24: DZ po godinama.....	393
Tabela A 25: SO po godinama.....	393
Tabela A 26: ROA po godinama.....	394
Tabela A 27: ROE po godinama.....	394
Tabela A 28: Varijabla veličina banke (VB) po godinama.....	394
Tabela A 29: Varijabla racio kapitala (RK) po godinama.....	394
Tabela A 30: Varijabla tržišno učešće (TU) po godinama.....	395
Tabela A 31: Udio muslimanskog stanovništva (MR) po godinama.....	395
Tabela A 32: Varijabla Šerijatski odbor (SB) po godinama.....	395
Tabela A 33: Ocjene uticaja pojedinačnih komponenti CSRDI na ROA – kompletni rezultati estimacije.....	396
Tabela A 34: Ocjene uticaja pojedinačnih komponenti CSRDI na ROE- kompletni rezultati estimacije.....	397
Grafikon I 1: CSRDI, ROA i ROE za BBI za period 2007-2016.....	398
Grafikon I 2: CSRDI, ROA i ROE za QIB za period 2006-2016.....	398
Grafikon I 3: CSRDI, ROA i ROE za QIB za period 2010-2016.....	399
Grafikon I 4: CSRDI, ROA i ROE za BMI za period 2008-2016.....	399
Grafikon I 5: CSRDI, ROA i ROE za BSM za period 2011-2016.....	399

Grafikon I 6: CSRDI, ROA i ROE za Al Rajhi za period 2006-2016	400
Grafikon I 7: CSRDI, ROA i ROE za Albilad za period 2012-2016.....	400
Grafikon I 8: CSRDI, ROA i ROE za AlJazira za period 2008-2016.....	400
Grafikon I 9: CSRDI, ROA i ROE za NCB za period 2014-2016.....	401
Grafikon I 10: CSRDI, ROA i ROE za BIMB za period 2006-2016.....	401
Grafikon I 11: CSRDI, ROA i ROE za BMMB za period 2006-2016.....	401
Grafikon I 12: CSRDI, ROA i ROE za RHB Islamic za period 2006-2016.....	402
Grafikon I 13: CSRDI, ROA i ROE za CIMB Islamic za period 2010-2016.....	402
Grafikon I 14: CSRDI, ROA i ROE za ADIB za period 2013-2016	402
Grafikon I 15: CSRDI, ROA i ROE za DIB za period 2009-2012	403
Grafikon I 16: CSRDI, ROA i ROE za KT za period 2006-2016.....	403
Grafikon I 17: CSRDI, ROA i ROE za TF za period 2006-2016	403
Grafikon I 18: CSRDI, ROA i ROE za Albaraka za period 2006-2016.....	404

POPIS SKRAĆENICA

AAOIFI – The Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions (Organizacija za računovodstvo i reviziju islamskih finansijskih institucija)
ADIB – Abu Dhabi Islamic Bank
AIBIM – The Association of Islamic Banking and Financial Institutions Malaysia (Asocijacija islamskih banaka i finansijskih institucija Malezije)
BBI – Bosna Bank International
BIMB – Bank Islam Malaysia Berhad
BMI – Bank Muamalat Indonesia
BMMB – Bank Muamalat Malaysia Berhad
BSM – Bank Sharyah Mandiri
CAGR – Compound Annual Growth Rate (Složena godišnja stopa rasta)
CIBAFI – General Council for Islamic Banks and Financial Institutions (Generalno vijeće za islamske banke i finansijske institucije)
CSP – Corporate Social Performance (Korporativne društvene performanse)
CSR – Corporate Social Responsibility (Korporativna društvena odgovornost)
CSRD – Corporate Social Responsibility Disclosure (Objelodanjivanje podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti)
CSRDI – Corporate Social Responsibility Disclosure Index (Indeks objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti)
DIB – Dubai Islami Bank
FCIC – The Financial Crisis Inquiry Commission (Istražna komisija o finansijskoj krizi)
GCC – Gulf Cooperation Countries (Zemlje Zaliva)
GRI- Global Reporting Initiative
IDB – Islamic Development Bank (Islamska Razvojna Banka)
IFI – Islamic Finance Development Indicator (indikator razvijenosti islamskih finansija)
IIBR – Islamic Interbank Benchmark Rate (Islamska međubankarska referenta stopa)
IRI – Islamic Reporting Initiative
ISCT – Integrative social contract theory (Integrativne teorije društvenog ugovora)
KISMUT – Katar, Indonezija, Saudijska Arabija, Malezija, Ujedinjeni Arapski Emirati, Turska
KT – Kuveyt Turk
NCB – National Commercial Bank
OIC – Organization of the Islamic Conference (Organizacija Islamske konferencije)
PLS – Profit and Loss Sharing (Pradigma podjele profita i gubitka)
QFC – Qatar Financial Centre
QFCRA – Qatar Financial Centre Regulatory Authority (Finansijsko regulatorno tijelo Katara)
QFMA – Qatar Financial Markets Authority (Uprava za finansijska tržišta u Kataru)
QIB – Qatar Islamic Bank
QIIB – Qatar International Islamic Bank
QMA – Qatar Monetary Agency
SAMA – Saudi Arabian Monetary Agency (Monetarna agencija Saudijske Arabije)
SESRIC – The Statistical, Economic and Social Research and Training Centre for Islamic Countries (Centar za istraživanja i obuku u području statistike, ekonomije i socijalnih pitanja za islamske zemlje)
SIC - Stakeholder influence capacity (Kapacitet uticaja stakeholdera)
TBL – Triple Bottom Line
TF – Turkiye Finans

Uvod

Korporativna društvena odgovornost (*engl. Corporate Social Responsibility – ili skraćeno CSR*) kao koncept, način poslovanja i naučno-istraživačko pitanje, zaokuplja pažnju svjetske javnosti već duži niz godina. U teorijskom pogledu, mogli bismo reći da se korporativna društvena odgovornost odnosi na uticaj poslovnog subjekta na društvo u kojem posluje, sa akcentom odgovornosti prema tom društvu. Međutim, jedna od specifičnosti ovog koncepta jeste nepostojanje jedinstvene definicije čime se ističe njegova kompleksnost.

Odnos poslovne organizacije prema društvu i postojanje određenog stepena odgovornosti datira od kraja 18-og i početkom 19. stoljeća kada se javljaju prva razmišljanja bogatih i istaknutih pojedinaca o njihovom uticaju na društvo. Početkom 20-og stoljeća došlo je do razvoja poslovne organizacije kao pravnog subjekta gdje su rukovodioci takvih institucija viđeni kao nosioci društvenih pitanja tog vremena pa se tada i javljaju prva pisanja na temu društvene odgovornosti. Ipak, akademski razvoj korporativne društvene odgovornosti počinje 1950-tih godina kada je zvanično i data prva definicija obrisa šta bi društvena odgovornost mogla da podrazumijeva. Poseban doprinos u razvoju literature iz ove oblasti dali su američki autori, budući da je koncept upravo tamo i nastao kao rezultat sve većeg interesovanja javnosti za poslovanje pravnih subjekata i analizi njihovog uticaja na društvo. Kasnije se razvojem ovog pristupa počinje vršiti podjela na američki i evropski pristup korporativnoj društvenoj odgovornosti gdje je evropski pristup više okrenut ka pravnoj formulaciji za razliku od američkog koji je više dobrovoljnog karaktera.

U periodu 1970-tih godina javljaju se i prva osporavanja ovog koncepta, ali istovremeno se počinje detaljnije analizirati korelacija između korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi (*engl. corporate financial performance*) koja može biti pozitivna, negativna, ali i neutralna (nejasna) u smislu da ne postoji veza između korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi. Iako se ova analiza može vršiti unutar svake industrije, posebnu značajnost poprima u pogledu bankarstva budući da su banke važne finansijske institucije, a u nekim slučajevima, i nosioci cjelokupnog finansijskog sistema jedne zemlje. Na osnovu toga može se postaviti fundamentalno pitanje primjene ovog koncepta u okviru djelovanja samih banaka i uticaja korporativne društvene odgovornosti na njihove finansijske performanse.

Nakon izbijanja svjetske ekonomske krize 2008. godine i kolapsa konvencionalnog bankarskog sistema, pažnja svjetske javnosti bila je usmjerena na islamske banke i traženje odgovora na pitanje na osnovu kojih principa islamsko bankarstvo funkcioniše. Dodatnu pažnju privukao je i članak u časopisu vatikanskih novina „*Osservatore Romano*“, iz 2009. godine, i saznanja o islamskom postulatu društvenog interesa, čime se može reći da je društvena odgovornost kao takva, inkorporirana u poslovne aktivnosti islamskih banaka što je moglo uticati na njihovu stabilnost koje su pokazale tokom prvog talasa krize. Iz tog razloga, u ovoj disertaciji akcenat je stavljen na istraživanje islamskog pristupa konceptu korporativne društvene odgovornosti, njegove primjene u islamskom bankarstvu i utvrđivanju uticaja korporativne društvene odgovornosti na finansijske performanse islamskih banaka, sa posebnim osvrtom na Bosnu i Hercegovinu.

U teoriji razvoja korporativne društvene odgovornosti, uticaj religije na ovaj koncept nije izostavljen pa tako Frederick (1998) dekomponira sam naziv CSR na C – kosmos (*engl. Cosmos*), S-nauka (*engl. Science*) i R- religija (*engl. Religion*) navodeći da su religijska osjećanja bitna komponenta korporativne društvene odgovornosti, jer mogu uticati na proces

donošenja odluka od strane organizacije kao i na ponašanje na radnom mjestu. Do sličnog zaključka došli su i autori Brammer et al., (2007) koji su na uzorku od 17.000 odgovorenih anketa, u 20 zemalja, uočili da religijska uvjerenja mogu biti značajan faktor u pogledu individualnog mišljenja na temu korporativne društvene odgovornosti. Na osnovu toga, istraživanje na relaciji religija – korporativna društvena odgovornost poprima i naučnu dimenziju budući da temelj za ispitivanje takve veze postoji. Mi ćemo tu vezu istraživati na primjeru islamskih banaka koje posluju u skladu sa islamskim principima.

Da bi se korporativna društvena odgovornost mogla kvantifikovati, potrebno je pristupiti mjerenju društvenih aktivnosti poslovnih organizacija. Vremenom su se razvile određene metode, počevši od reputacijskih indeksa, rangiranja na osnovu specifičnih pokazatelja koji su razvijeni od strane uticajnih časopisa poput Fortune, do objelodanjivanja nefinansijskih podataka gdje se najčešće upotrebljava metod analize sadržaja na osnovu koje se pristupa utvrđivanju onoga što je predmet analize određenog istraživanja. Takav pristup je u ekonomskoj teoriji poznat kao CSRD, skraćeno od engleskog naziva *Corporate Social Responsibility Disclosure* što u slobodnom prevodu na naš jezik znači objelodanjivanje podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti.

Mathews (1997) definiše CSRD kao „*dobrovoljno otkrivanje informacija, kvalitativnih i kvantitativnih od strane organizacije u cilju informisanja ili uticaja na javnost, pri čemu kvantitativne informacije koje se objave mogu biti finansijske ili nefinansijske prirode*“. U tom smislu zadatak je identificirati koliko islamske banke u svojim godišnjim izvještajima objelodanjuju podatke o društvenim aktivnostima. Primjenom CSRD izlazi se iz okvira klasičnog izvještavanja o finansijskim elementima za vlasnike kapitala odnosno dioničare, jer u ovom sistemu izvještavanja dolazi do izražaja objelodanjivanje nefinansijskih podataka kao indikatora društvene angažovanosti.

U slučaju islamskih banaka, autori Haniffa i Hudaib (2007) razvili su indeks etičkog identiteta (*engl. Ethical Identity Index*) islamskih banaka sa ciljem kvantifikacije korporativne društvene odgovornosti. Autori su pokazali da se analizom godišnjih izvještaja islamskih banaka može odrediti stepen etičnosti odnosno stepen primjene korporativne društvene odgovornosti. Pored izvornog naziva ovog indeksa, u literaturi se može pronaći i termin *Corporate Social Responsibility Disclosure Index*, skraćeno CSRDI, odnosno indeks objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti. U skladu sa time, istraživanje u ovoj doktorskoj disertaciji usmjereno je na analizu uticaja korporativne društvene odgovornosti, kroz upotrebu CSRD indeksa, na finansijske performanse islamskih banaka.

Kontekstualni okvir istraživanja

Autori Baydoun i Willet (2000) ističu da se islamski pristup odgovornosti sastoji od društvene odgovornosti i principa transparentnosti (principa potpunog objelodanjivanja podataka) što je u skladu sa osnovnim polazištem islama, kao religije i svjetonazora, a to je ostvarenje javnog interesa (*arap. masleha*). Ako uzmemo u obzir i činjenicu da je taj aksiom star koliko i sama religija, preko 1400 godina, onda se pouzdano može zaključiti da je sistem društvene odgovornosti, kao osnov javnog interesa, duboko ukorijenjen u Šerijatu, što implicira da su i islamske banke nosioci društvene odgovornosti (Platonova, 2013). Ipak, pored ovog teorijskog stajališta potrebno je istražiti stepen društvene odgovornosti islamskih banaka kao poslovnih organizacija koje u svojoj osnovi jesu različite od konvencionalnih banaka, ali istovremeno su i ekonomski subjekti koji imaju određene ekonomske ciljeve.

Analizirani period istraživanja je 2006. – 2016. godina. Prilikom definisanja uzorka, korišteni su regionalni kriterijum na osnovu kojeg su analizirane islamske banke iz KISMUT zemalja. Ovu skupinu čine Katar, Indonezija, Saudijska Arabija, Malezija, Ujedinjeni Arapski Emirati i Turska. Razlog odabira ove skupine jeste što je u okviru tih zemalja skoncentrisano 80% vrijednosti ukupne aktive islamskog bankarstva. Pored regionalnog kriterijuma, korišten je kriterijum uspješnosti islamskih banaka na osnovu nagrade „*Best Islamic Financial Institution*“ koju dodjeljuje časopis „*Global Finance*“ kao i kriterijum članstva u okviru Generalnog vijeća za islamske banke i finansijske institucije (*engl. CIBAFI*) kao krovne institucije u domenu islamskih finansija.

Imajući u vidu da je Bosna i Hercegovina u našem posebnom istraživačkom interesu, u analizu je uključena i Bosna Bank International (BBI) kao banka čiji osnivači dolaze iz KISMUT zemalja, ali i kao banka koja je članica CIBAFI-ja. Na osnovu ovih kriterijuma, došli smo do konačnog uzorka koji uključuje 18 banaka odnosno:

- Katar (Qatar Islamic Bank, Qatar International Islamic bank),
- Indonezija (Bank Syariah Mandiri, Bank Muamalat Indonesia),
- Saudijska Arabija (Al Rajhi, National Commercial Bank, Bank Albilad, Al Jazira),
- Malezija (CIMB Islamic Bank, Bank Islam Malaysia Berhad, Bank Muamalat Malaysia Berhad, RHB Islamic Bank Berhad),
- Ujedinjeni Arapski Emirati (Abu Dhabi Islamic Bank, Dubai Islamic Bank)
- Turska (Turkiye Finans, Kuveyt Turk, Albaraka Türk Participation Bank).
- Bosna i Hercegovina (Bosna Bank International).

Svi finansijski podaci korišteni u izračunavanju numeričkih vrijednosti, konvertovani su u američki dolar (USD), po zvaničnom kursu na dan objave podatka (finansijskog izvještaja). Time se postiže konzistentnost posebno ako se uzme u obzir da su valute određenih zemalja iz uzorka, poput Katara, Saudijske Arabije i UAE, fiksno vezani za USD.

Problem i predmet istraživanja

Istraživanje u disertaciji usmjereno je na:

1. *utvrđivanje indeksa korporativne društvene odgovornosti* odabranih islamskih banaka prema metodologiji koju su razvili autori Haniffa i Hudaib (2007),
2. *ispitivanje uticaja korporativne društvene odgovornosti na finansijske performanse (kroz prizmu koncepta CSR)* koristeći parametre ROA i ROE i
3. *utvrđivanje razlika u stepenu primjene koncepta korporativne društvene odgovornosti između banaka u uzorku odabranih islamskih banaka.* Zemlje KISMUT-a su identifikovane kao one u kojima se islamsko bankarstvo razvija po najvećoj stopi ali se istovremeno radi o zemljama koje nisu na istom stepenu razvoja islamskog bankarstva i koje imaju svoje specifičnosti u ovoj oblasti. U slučaju BiH, islamsko bankarstvo je u povoju i javnost još uvijek nije dovoljno upoznata sa ovim načinom poslovne aktivnosti. Isto tako, ovom analizom stavlja se naglasak na utvrđivanje koliko je BBI banka usmjerena ka ispunjenju svoje društvene uloge.

Svrha i ciljevi istraživanja

Osnovna svrha rada jeste da, oslanjajući se na rezultate dosadašnjih teorijsko-metodoloških istraživanja i analizirajući praksu poslovanja islamskih banaka, istraži uticaj korporativne društvene odgovornosti na finansijske performanse ovih institucija kroz prizmu CSR. Prvi korak podrazumijeva utvrđivanje vrijednosti indeksa korporativne društvene odgovornosti.

Na osnovu empirijskih podataka iz uzorka ispitana je veza između korporativne društvene odgovornosti, zasnovanom na konceptu objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti, i finansijskih parametara te se stekao uvid u to koja od analiziranih osam dimenzija, na osnovu kojih je konstruisan indeks, je najviše zastupljena. Time se također i analizirala praksa i stepen zastupljenosti primjene koncepta CSRD.

Budući da se analiza odnosi na zemlje KISMUT-a kao i Bosnu i Hercegovinu, stvorena je mogućnost usporedbe stanja i stepena razvoja kako islamskog bankarstva tako i same prakse korporativne društvene odgovornosti odnosno primjene objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti. Pojedinačni ciljevi usmjereni su na:

- analizu karakteristika islamske ekonomije i bankarstva posebno u domenu društvenog djelovanja,
- ispitivanje stepena razvoja islamskog bankarstva u zemljama KISMUT-a,
- ispitivanje stepena razvoja islamskog bankarstva u Bosni i Hercegovini,
- analizu specifičnosti islamskog pristupa korporativnoj društvenoj odgovornosti u odnosu na konvencionalni pristup,
- ispitivanje forme sačinjavanja godišnjih izvještaja islamskih banaka,
- istraživanja posebnih aspekata islamskog bankarstva koji se tiču korporativne društvene odgovornosti i nefinansijskog izvještavanja kao tematike koja, inače, nije dovoljno istražena u našoj literaturi.

Pregled literature i razvoj hipoteze istraživanja

Koncept korporativne društvene odgovornosti, u akademskom pogledu, počinje da se razvija 1950-tih godina kada je Howard Bowen objavio djelo *“Društvena odgovornost poslovnog čovjeka”* (engl. *Social Responsibilities of the Businessman*). Bowen (1953) navodi da je društveno odgovorno poslovanje obaveza poslovnih ljudi da slijede takve politike poslovanja, da donose odluke ili slijede smjernice koje su poželjne u smislu ostvarivanja ciljeva i vrijednosti našeg društva. Deset godina nakon Bowen-ove definicije, Joseph McGuire posmatra korporativnu društvenu odgovornost ne sa aspekta pojedinca već sa aspekta korporacije ističući da ideja društvene odgovornosti pretpostavlja da korporacija nema samo ekonomske i pravne obaveze, već i određene odgovornosti prema društvu koje su izvan ovih obaveza (McGuire, 1963).

Sličan stav kao i McGuire imao je i Clarence Walton (1967), navodeći da *„novi koncept društvene odgovornosti prepoznaje bitnost odnosa između korporacija i društva i da shvata da takav odnos mora biti u fokusu top menadžerima sa težnjom postizanja ciljeva u interesu korporacije i stakeholdera“*. Nasuprot tome, u članku pod nazivom *„The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits“* koji je objavljen 1970. godine, Milton Friedman iznosi stav da je korporacija vještačka tvorevina i da kao takva ne može imati odgovornost već da se ta odgovornost odnosi isključivo na pojedinca koji može da ima određeni stepen društvene odgovornosti. Friedman (1970) insistira da se društvena odgovornost svodi na akcije pojedinca u kojima on troši svoj novac, a ne drugih poput zaposlenih u kompaniji, kupaca ili dioničara i da je ustvari jedina društvena odgovornost biznisa da upotrijebi resurse i pokrene aktivnosti koje će dovesti do povećanja profita. S druge strane važno je voditi računa i o *„pravilima igre“* što u konačnici znači otvorenu i slobodnu konkurenciju bez *„zamajavanja i prevara“*.

Archie B. Carroll je 1979. godine predstavio model društvene odgovornosti koji se sastoji od četiri odgovornosti: ekonomska (biti profitabilan), pravna (poslovati legalno), etička (biti

odgovoran prema svojim zaposlenima) i diskreciona očekivanja koja je kasnije revidirao u filantropsku odgovornost organizacije prema društvu, a koja se definiše kao biti korporativni građanin. Ovakvo poimanje korporativne društvene odgovornosti određeno je kao *“Piramida društvene odgovornosti”* koja je vremenom nadograđivana, posebno kada su u pitanju zemlje u razvoju. Ono što je bitno istaći jeste da se sve ove četiri odgovornosti moraju posmatrati kao cjelina a ne kao poseban element, jer ako se posmatraju odvojeno, najveći stepen neslaganja bi bio između ekonomske i pravne; ekonomske i etičke i ekonomske i filantropske odgovornosti.

Na osnovu toga, vrlo je važan motiv primjene koncepta korporativne društvene odgovornosti, jer je potrebno odgovoriti na pitanje da li se njegovom implementacijom zaista postiže javni interes ili se samo radi o poslovnoj strategiji namijenjenoj da utiče na povećanje prihoda, tržišnog udjela ili kompetitivne pozicije? Motiv implementacije usko je povezan i sa uticajem ovog koncepta na finansijske performanse poslovnih organizacija. Rezultati istraživanja ove relacije nisu jednostrani i mogu biti i pozitivni i negativni, ali i neutralni u smislu da ne postoji uticaj među analiziranim pitanjima. Iako neki autori kao što su Orlitzky et al. (2003) ili Margolis et al. (2007) iznose zaključak da je pozitivna veza odnosno pozitivan uticaj korporativne društvene odgovornosti na finansijske performanse učestaliji u odnosu na ostale moguće ishode, važno je napomenuti da konačan ishod istraživanja zavisi od niza faktora poput industrije u okviru koje se istraživanje sprovodi, veličina analizirane institucije, vrsta finansijskih parametara angažovanih za mjerenje uticaja, način kvantifikovanja korporativne društvene odgovornosti itd.

Kada govorimo o bankama, primjena korporativne društvene odgovornosti u bankarstvu razlikuje se od ostalih industrija prije svega zbog specifičnosti proizvoda i usluga koje banke pružaju. Nwankwo (1991) ističe da banka istovremeno mora da omogući ekonomski rast zemlje u kojoj posluje ali i da bude društveno odgovorna prema svojoj zajednici jer je veliki broj ljudi direktno izložen aktivnostima ovih poslovnih institucija. U slučaju islamskih banaka, teorija naglašava da je korporativna društvena odgovornost sastavni dio vjerskog djelovanja i da kao takva mora biti integrisana u njihovo poslovanje. U tom kontekstu, vremenom su se razvili modeli koji razmatraju isključivo islamski pristup korporativnoj društvenoj odgovornosti, evidentirajući stepen koliko je ta društvena odgovornost zaista izražena u djelovanju islamskih banaka. Time se otvorilo pitanje kvantifikacije korporativne društvene odgovornosti na primjeru islamskih banaka.

Teorijski, Gray et al. (1987) definiše taj odnos pod terminom CSR (engl. *Corporate Social Responsibility Disclosure*) kao „*proces komuniciranja između socijalnih i ekoloških efekata koje data organizacija, u ekonomskom smislu, ima na određene stakeholdere u društvu i za društvo u cjelini.*” Historijski posmatrano, CSR pristup afirmisao se tokom 1990-tih godina kada je ispoljena tendencija da kompanije u većoj mjeri počinju da objelodanjuju nefinansijske podatke. Ispitivanje koncepta CSR u poslovanju islamskih finansijskih institucija nalazimo u radovima autora Maali et al. (2006), Hanifa i Hudaib (2007), Abdul Rahman et al. (2010), Hassan i Harahap (2010), Farook et al. (2011), Aribi i Gao (2011), Belal et al. (2014) i drugi.

Osnovno pitanje na koje se dao odgovor u ovom istraživanju jeste: „*U kojoj mjeri korporativna društvena odgovornost utiče na finansijske performanse islamskih banaka?*” U cilju utvrđivanja pouzdanog odgovora, analizirana su i sljedeća dodatna istraživačka pitanja:

- U kojoj mjeri je koncept CSR zastupljen u godišnjim izvještajima islamskih banaka u zemljama KISMUT-a i koji je nivo kvaliteta tog izvještavanja?

- U kojoj mjeri je koncept CSRD zastupljen u godišnjim izvještajima jedine banke koja posluje po principima islamskog bankarstva u Bosni i Hercegovini?
- Koje su dimenzije CSRDI najviše zastupljene u godišnjim izvještajima islamskih banaka u zemljama KISMUT-a?
- Koje su dimenzije CSRDI najviše zastupljena u godišnjim izvještajima jedine banke koja posluje po principima islamskog bankarstva u Bosni i Hercegovini?
- U kojoj mjeri korporativna društvena odgovornost utiče na profitabilnost banaka koje posluju po principima islamskog bankarstva u odabranom uzorku?

Hipoteze, koje su testirane istraživanjem u doktorskoj disertaciji, definisane su na slijedeći način:

H1: Korporativna društvena odgovornost pozitivno utiče na finansijske performanse islamskih banaka.

Da bi se istražila hipoteza o uticaju korporativne društvene odgovornosti na finansijske performanse islamske banke, korišteni su parametri finansijskih performansi ROA i ROE koji su zasnovani na računovodstvenim podacima. Lee et al., (2009), Aras *et al.*, (2010), koji su se bavili istraživanjem povezanosti finansijskih performansi i korporativne društvene odgovornosti, također su koristili parametre ROA i ROE kao ključne finansijske indikatore. Ullman (1985) navodi da se u longitudinalnim istraživanjima uglavnom koriste parametri čije se vrijednosti izračunavaju na osnovu historijskih (računovodstvenih) podataka.

H2: Intenzitet uticaja korporativne društvene odgovornosti na finansijske performanse će biti jači kod većih banaka u odnosu na manje banke

Smirlock (1985) navodi da ukoliko je banka veća time je i veća njena profitabilnost. S druge strane, veličina banke je determinatna u pogledu nefinansijskog izvještavanja (Branco i Rodrigues, 2006; Day i Woodward, 2009). U dokazivanju ove hipoteze, kao i u opštem slučaju dokazivanja postavke o uticaju korporativne društvene odgovornosti na finansijske performanse, korišten je indeks CSRD koji izražava stepen etičnosti odnosno korporativne društvene odgovornosti te koji predstavlja svojevrsnu mjeru nefinansijskog izvještavanja, tipičnu za islamske banke. Za mjerenje veličine banke koristi se više indikatora kao što su veličina aktive, bilansna suma, veličina kapitala banke i drugi. U dokazivanju navedne hipoteze, mi smo koristili veličinu aktive kao pokazatelj veličine banke, pri čemu su sve uzorkom obuhvaćene banke klasifikovane na velike i male banke. Velike banke su definisane kao banke čija je aktiva veća od medijalne banke, dok su male banke definisane kao banke čija je aktiva manja od aktive medijalne banke.

Metodologijski pristup istraživanju

U istraživanju problemske tematike korišten je metod komparativne analize s ciljem utvrđivanja razlika u pristupu definisanja koncepta korporativne društvene odgovornosti i njegove zastupljenosti u pojedinim islamskim bankama te načinu iskazivanja pojedinih elemenata toga koncepta u izvještajima islamskih banaka. Isto tako, korištena je i metoda analize sadržaja domaće i strane literature iz oblasti islamske ekonomije i islamskog bankarstva kao i relevantna literatura iz oblasti korporativne društvene odgovornosti odnosno razmatranja uticaja korporativne društvene odgovornosti na finansijske performanse, prije svega u bankarskoj industriji.

Metoda analize sadržaja kao metod istraživanja korporativne društvene odgovornosti odavno je prepoznat kao vrlo koristan alat (Milne i Adler, 1999). Krippendorff (2004) analizu sadržaja definiše kao „tehniku istraživanja kojom se omogućava da se informacije iz teksta mogu upotrijebiti u kontekstu njihove upotrebe“. Centralni dio empirijskog istraživanja zasniva se na ekonometrijskom ocjenjivanju panel podataka.

Za kvantifikovanje stepena zastupljenosti nefinansijskih podataka u godišnjim izvještajima odnosno stepena objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti, korišten je indeksni metod. Općenito, koncept korištenja godišnjih izvještaja kao izvor podataka, kako ističe Tilt (1994), široko je rasprostranjen iz razloga što predstavlja vid komunikacije sa stakeholderima, a njegov sadržaj je kontrolisan od strane revizora i računovođa u pogledu objelodanjivanja finansijskih odnosno nefinansijskih podataka.

Indeks objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti bit će izračunat prema sljedećoj formuli:

$$CSRDI_{jt} = \frac{\sum_{i=1}^n x_{ijt}}{N}$$

gdje je:

$CSRDI_{jt}$ – indeks nefinansijskog izvještavanja j-te banke u vremenu t;

N – broj individualnih elementa koji konstituišu osnovne dimenzije indeksa, pri čemu je $N \leq 78$;

x_{ijt} – binarna varijabla koja uzima vrijednost jedan ukoliko je dati podatak u okviru određene dimenzije objelodanjen i nula ukoliko podatak nije objelodanjen od strane banke.

Kako bi se ispitala veza između korporativne društvene odgovornosti kroz prizmu CSRDI i finansijskih performansi korišten je regresioni model u kome je CSRDI osnovna eksplanatorna varijabla. U tom kontekstu uvedene su i kontrolne varijable koje se odnose na veličinu banke, ratio kapitala, tržišni udio banke. Izbor ovih kontrolnih varijabli izvršen je po ugledu na istraživače Demirguc-Kunt i Huizinga (2000) dok je po ugledu na autore Fetscherin et al. (2010) kao kontrolna varijabla uključena i makroekonomska varijabla GDP per capita (u logaritamskom obliku) koja se odnosi na zemlju u kojoj se konkretna banka nalazi. U konstrukciji regresionih jednačina kao zavisna varijabla u jednom slučaju je korištena vrijednost varijable ROA, a u drugom slučaju ROE:

$$ROA_{jt} = \alpha + \beta_1 CSRDI_{jt} + \beta_2 Veličina\ banke_{jt} + \beta_3 Racio\ kapitala_{jt} + \beta_4 Tržišni\ udio_{jt} + \beta_5 \ln GDP\ per\ capita_t$$

$$ROE_{jt} = \alpha + \beta_1 CSRDI_{jt} + \beta_2 Veličina\ banke_{jt} + \beta_3 Racio\ kapitala_{jt} + \beta_4 Tržišni\ udio_{jt} + \beta_5 \ln GDP\ per\ capita_t$$

Na osnovu definisanog predmeta istraživanja, postavljenih istraživačkih ciljeva, radnih hipoteza, istraživačkih pitanja, metoda korištenih u istraživanju, prikupljene relevantne naučne i stručne literature, identificiranih izvora podataka te primjene odgovarajućih tehnika ekonometrijske analize, zajedno sa pratećim parametrima kvaliteta upotrebljenih modela, rezultati su obezbijedili potpuniji naučni i stručni uvid u osnovne aspekte korporativne društvene odgovornosti islamskih banaka, općenito, i posebno u zemljama KISMUT-a kao i u jedinjoj banci koja posluje po principima islamskog bankarstva u Bosni i Hercegovini.

*„Čitaj, u ime Gospodara tvoga Koji stvara, stvara čovjeka od ugruška! Čitaj, plemenit je
Gospodar tvoj, Koji poučava peru, Koji čovjeka poučava onome što ne zna“.*

Kur'an (96:1-5).

1 ISLAMSKA EKONOMSKA MISAO

Da bi se razumio uticaj religije na ekonomsku aktivnost poslovnih organizacija, potrebno je krenuti od onoga što predstavlja srž datog religijskog učenja. Ovaj aspekt je posebno izražen u slučaju islama koji, za razliku od drugih sistema mišljenja, čini posebnim njegova jedinstvena perspektiva koja odbacuje razliku između svetog i svjetovnog što znači da svi njegovi elementi moraju činiti organsku cjelinu. U praksi to znači da se, na primjer, njegov ekonomski sistem ne može posmatrati izolirano bez poznavanja konceptualnog okvira koji daje povod tom dijelu ili aspektu (Iqbal i Mirakhor, 2009).

Islam nema jedan centralni autoritet već prednost daje zajednici i ostvarenju javnog interesa (Chapra, 1996) što je uticalo na formiranje određenih modela islamskog ekonomskog sistema i uloge islamskih banaka u tom modelu. Na osnovu toga, u prvom poglavlju analizirat ćemo osnovne postulate islama, objasniti ulogu Kur'ana i Sunneta poslanika Muhameda i njihovu povezanost sa etičkim, ekonomskim i društvenim karakteristikama islamskog ekonomskog sistema i osvrnuti se na postulate islamske moralne ekonomije kao baze za razvoj korporativne društvene odgovornosti sa islamskog stanovišta.

1.1 Osnovni postulati islama

Historijski kontekst pojavu islama evidentira u 7. stoljeću što ga sa oko 1,7 milijardi sljedbenika određuje kao najmlađu monoteističku religiju. Islamska kultura, nauka i umjetnost svoj puni procvat doživljavaju od 9. do 15.-og stoljeća koje se smatra zlatnim periodom islama. Riječ *islam* na arapskom jeziku znači *predanost (jednom Bogu)* odnosno Božijoj volji. Azim Nanji, citiran u Singer (2004), ističe pisanje zapaženog poznavaoa islamske misli sa Univerziteta Chicaga, Fazlur Rahmana, koji je isticao kako su islam u njegovoj početnoj fazi pokretale duboke i racionalne potrebe za reformisanjem društva, i da se ta moralna nastojenost iskazala na načine koji podstiču duboku predanost umnim i racionalnim raspravama. Iz tog razloga je naveden ajet (odlomak iz Kur'ana) sa početka ovog poglavlja.

Bleher (1992), citiran u Benić (2017), navodi da „*svaka ideologija ima svoju ishodišnu filozofiju: kapitalizam naglašava slobodnu volju pojedinca, komunizam izjednačava vrijednost čovjeka s njegovim proizvodnim kapacitetom, a suvremena filozofija naglašava relativnost svega. Ishodišni filozofski pojam islama jeste ravnoteža. Kad je Bog stvorio svijet, sve je bilo na pravome mjestu. Naknadnom interakcijom brojnih entiteta i snaga u svijetu taj se red neprekidno narušava. Ravnoteža će biti izgubljena sve dok se neravnoteža ne otkloni, a čovječanstvo vrati na pravi, pošten i izjednačen put. Ovo se načelo može primijeniti na sva područja ljudskog iskustva, a novčana moć narušila je ravnotežu u svijetu više od bilo kojeg sredstva kontrole*“.

Bog se u islamu objavljuje na dva načina, *ex revelatio* – putem Svoje objave i *ex creatio* – putem Svog stvaranja (Taslaman, 2008). Objava je sadržana u Kur'anu, kao temelju islama i različitih kulturoloških sistema koji proizilaze iz njega. Objavljen je poslaniku Muhamedu na način usmenog prenošenja od 610. godine pa sve do njegove smrti 632. godine, po gregorijanskom kalendaru. Sastoji se od 114 sura ili poglavlja, a kao jedna knjiga (*arap. Mushaf*) sakupljen je nakon smrti poslanika Muhameda. Lingvistički posmatrano, riječ Kur'an potiče iz riječi *qaree* (*čitati, recitovati, objasniti*) u skladu sa objašnjenjem datim u samom Kur'anu:

(„*A kada ga čitamo, ti prati čitanje njegovo*“ (75:18)).

Taslaman (2008) navodi da je naučno tumačenje ove svete knjige nastalo pod uticajem savremenih otkrića i spoznaja, a da pravi zamah doživljava u 19. i 20. stoljeću u periodu muslimanske dekadencije i istovremeno velikog naučnog i tehnološkog napretka na Zapadu. Karić (2010) ističe da muslimansko čovječanstvo Božiju riječ raspoznaje kao vertikalni pravac što uključuje redosljed Bog – Kur'an – Muhamed (Čovjek). Time čovjek dobija ulogu povjerenika (*engl. trustee*) ili namjesnika na zemlji što je, prema Sharawy (2000), bitno radi razumijevanja konteksta nastanka islamske ekonomske misli i principa koji proizilaze iz njih a samim tim i uloge koju islamska poslovna organizacija ima u takvom redosljedu. U tom kontekstu može se spomenuti koncept Zekata. Autori Hayat i Malik (2014) definišu Zekat kao porez za društveno blagostanje (*engl. social welfare tax*). Zekat označava čišćenje, rast, napredovanje i predstavlja obavezu za svakog muslimana da od svog imetka odvoji 2,5% u korist društva.

Obavljajući ulogu povjerenika, čovjek mora da bude odgovoran u svom ponašanju o čemu Kur'an kaže:

(„I ne pravite nered na Zemlji, kada je na njoj red uspostavljen“ . (7:56));

i u svakom svom postupku prema ljudima da bude pošten i pravedan. Ovaj koncept najbolje opisuje primjer, opisan u Ali (2014), u kojem se objašnjava slučaj islamskog učenjaka Sari Al Sagdi-ja koji je jedne noći dobio vijest da je izbio veliki požar i da je njegova trgovina u potpunosti izgorjela. Krećući se prema svojoj trgovini, sreo je grupu ljudi koji su mu rekli da su ostale trgovine izgorjele ali da je njegova ostala netaknuta. Incijalno je pomislio „*hvala Bogu*“ ali onda je zastao i razmislio rekavši: „*zahvalio sam se Bogu što je zaštitio moju imovinu nemareći što je imovina drugih uništena*“. Nakon toga, Al Sagdi je svu robu koju je posjedovao u svojoj trgovini podijelio drugima u cilju sapiranja svog grijeha.

U tom kontekstu, ako postavimo pitanje, prije svega sa ekonomskog aspekta, zašto je ideologija toliko bitna, Iqbal i Mirakhor (2009) navode da „*što je jača ideologija, manja su odstupanja između odluka koje donose pojedinci i odluka koje se od njih očekuju prema ciljevima institucija pa je, posljedično, niži trošak provođenja ugovora i pravila ponašanja. Prema tome, poštovanjem pravila uklanja se veliki dio nesigurnosti pa su asimetrija i moralni hazard minimalni*“.

U pogledu razvoja islamske ekonomije i finansijskog sistema, vrlo često se u literaturi koristi izraz „*u skladu sa Šerijatom*“ odnosno na engleskom „*Shariah compliant*“. Budući da je islamska ekonomija upravo zasnovana na Šerijatu, potrebno je upoznati se sa aspektom normi koji ga regulišu. O osnovama Šerijata, pravnoj podjeli i uticaju na razvoj islamske ekonomije, bit će govora u nastavku.

1.2 Islamski vjerski zakon (Šerijat)

Religijski zakoni kao pravni zakoni, historijski posmatrano, zauzimaju važno mjesto u pogledu uspostavljanja društvenih normi. Berman (1974) ističe neizbježnu i neophodnu povezanost religije i zakona kako bi postojao pravičan društveni poredak, ali i kako bi se izbjegla sentimentalnost i milosrdno sažaljnje u cilju smanjenja krhkosti zakona. On također navodi i da je kanonsko pravo prvi moderni pravni zapadni sistem.

Šerijat je arapski izraz koji u doslovnom prijevodu znači „*put koji vodi ka izvoru ili pojilu*“. Određujući da se Šerijat odnosi samo na zakonske propise nije ispravno, jer Šerijat ustvari reguliše svaki aspekt čovjekog života i ima odlike religijskog, moralnog i društveno-pravnog

karaktera (Karčić, 2011) i prema Sardar (2015), predstavlja metodologiju usmjerenu ka rješavanju problema današnjice i sutrašnjice. Pored religijskih aspekata tu ubrajamo i elemente ekonomije, kulture, politike, etike, društvene zajednice itd. Šerijat se dijeli na dvije velike skupine: pitanja koja regulišu vjeru (*ibadet*) i međuljudske odnose (*muamalat*).

Veliki islamski naučnik, Ibn al-Qayim, citiran u Auda (2012), smatra da je „*Šerijat zasnovan na mudrosti i postizanju blagostanja ljudi u ovom životu i onom poslije smrti. Šerijat se ustvari odnosi na pitanja pravde, milosti, mudrosti i dobra. Dakle, svaka vladavina koja zamjenjuje pravdu sa nepravdom, milost u nemilost, opšte dobro u štetu ili mudrost sa gluposti, je vladavina koja ne pripada Šerijatu, čak i ako tvrdi da je tako prema svojoj interpretaciji* ". Ako bi ovaj koncept posmatrali iz ugla sadašnjice onda se on, prema Hanić i Sućeska (2018), može uporediti sa jednim od 17 ciljeva održivog razvoja koje je definisao UN, a to je cilj 16 odnosno; mir, pravda i jake institucije.

U skladu sa time, Šerijat karakteriše to što nije već određen nego ima stvaralački karakter što znači da nije dat u gotovom obliku. Takav stav posebno ističe Sardar (2015) navodeći da „*Šerijat nije ništa osim niza principa, ili jednog vrijednosnog okvira koji ... nije statičan i jednom zasvagda dat, nego dinamično deriviran unutar promjenljivih konteksta i životnih uslova. Kao takav, Šerijat predstavlja metodologiju rješavanja problema prije nego zakon*“.

Pravno tumačenje određenih pojava vrše učenici ljudi ili skupina učenjaka (*arap. ulema*). Još jedna od karakteristika Šerijata jeste postojanje konsenzusa (*arap. idžma*) i analogije (*arap. kijas*) i predstavlja rješenje problema po osnovu analogije. U pogledu konsenzusa, poslanik Muhamed je rekao:

(*"Moj ummet se neće složiti u grešci".*)

Islamsko pravo naziva se *fikh* što u prijevodu znači *razumijevanje vjere* čime fikh ustvari predstavlja spoznajni dio islama. Fikh se sastoji od određenih pravila odnosno radnji što uključuje sljedeće:

- Ono što se mora izvršiti (*arap. farz*),
- Ono što je preporučeno (*arap. mustehab*),
- Ono što je dozvoljeno (*arap. mubah*),
- Ono što je pokuđeno (*arap. mekruh*),
- Ono što je zabranjeno (*arap. haram*).

Iako se postulati Islama kao religije nikada nisu mijenjali, u islamu se nakon smrti poslanika Muhameda desio raskol pa su se sljedbenici podijelili na Sunite i Šiite. Suština vjerovanja ostala je ista ali određene historijske ličnosti, događaji kao i način ispovjedanja vjere poprimio je drugačiju formu.¹ U današnjem omjeru, većina muslimanskog svijeta su Suniti, oko 85%,

¹ Nakon smrti poslanika Muhameda ključno pitanje bilo je ko će naslijediti njegovu političku funkciju kao vođu tadašnje muslimanske države. U tom kontekstu politički lideri bili su pravedne halife: prvi izabrani halifa bio je Ebu Bekr koji je vladao od 632. do 634. Oko njegovog izbora je kasnije i nastao najveći razdor i podjela na Sunite i Šiite. Za vrijeme njegove vladavine, u ekonomskom pogledu, El-Ashker i Wilson (2006) izdvajaju događaj kada se jedno pleme pobunilo zbog plaćanja Zekata. Međutim Ebu Bekr je bio odlučan da se od tog principa ne može odustati prije svega iz razloga što je Zekat sastavni dio religije dok je s druge strane on već određen kao nešto što pripada siromašnijim stanovnicima. Drugi pravedni halifa bio je Omer koji je vladao od 634. do 644. godine. Po njegovom prijedlogu muslimani su počeli da evidentiraju vrijeme od trenutka preseljenja poslanika Muhameda iz Meke u Medinu. Za Omerovog halifata osvojeni su Irak i Sirija. Glavno pitanje nakon osvajanja ovih zemalja bilo je podjela zemlje. Omer je insistirao da se osvojena zemlja nacionalizira, ali vlasnici nastave da je obrađuju i plaćaju porez državi (porez na poljoprivredno zemljište – haradž), a da onda država taj novac koristi za državne potrebe. Time je Omer bio prvi koji je oformio državnu kasu i sačinio knjige evidencije (El-Ashker i Wilson, 2006). Omer se protivio ideji podjele osvojene zemlje vojnicima jer pored već navedenog

dok je Šiizam rasprostranjen u zemljama kao što je Iran, dijelovi Iraka, Azerbejdžan, Bahrein, dijelovi Jemena, Libana itd. Ovaj raskol imao je uticaj i kada je u pitanju ekonomija budući da se neki islamski ugovori različito tretiraju u pogledu naprijed definisanih radnji što utiče na dozvoljenost i stepen primjene takvih ugovora.

Stvaralački duh islamskog prava u sunitskoj islamskoj misli doveo je do pojave pravnih škola odnosno *mezheba*. Razlike u tumačenjima rezultat su polemika i diskusija islamskih učenjaka sa napomenom da njihovo znanje i poznavanje vjere mora biti neupitno i utemeljeno i na Kur'anu i na Sunetu. Neke islamske banke u svojim godišnjim izvještajima navode bitnost uvažavanja različitog mišljenja kao rezultat pripadnosti različitim pravnim školama. Budući da se istraživanje u ovoj doktorskoj disertaciji odnosi na zemlje koje su sunitске, onda ova odlika neće biti dalje spominjana kada su u pitanju karakteristike Šerijata i njegovi ciljevi. U tom pogledu razvile su se četiri pravne škole za koje se smatra da su jedine legitimne budući da oko njihovog učenja postoji konsenzus da je ispravno.

Mezhebi su dobili ime po imamima koji su ih i osnovali, a to su:

- *Hanefijski mezheb* kojeg je osnovao imam Ebu Haniffa i najstariji je u islamskoj pravnoj školi. Smatra se jednim od najliberalnijih u odnosu na ostale. Ovaj mezheb je i službeni mezheb islamske zajednice nekih zemalja kao što je slučaj sa Bosnom i Hercegovinom. Hanefijski mezheb prisutan je u našoj zemlji od dolaska islama na ove prostore. Djelo koje se najviše ističe, a koje pripada hanefijskom mezhebu jeste knjiga „*Kitab al-Haradž*“², koju je objavio Ebu Yusuf, učenik imama Hanife, a koja obrađuje tematiku oporezivanja;
- *Malikijski mezheb* je dobio ime po imamu Malik ibn Anas i oko 25% muslimana širom svijeta pripada ovom mezhebu. Ovaj mezheb se razlikuje od hanefijskog po tome što dijelom Suneta smatra i pravna rješenja uzeta od prvih četiri pravednih halifa. Najznačajnije djelo svakako je *Muvetta*, najpoznatija Hadiska zbirka, imama Malika.
- *Šafijski mezheb* je osnovao imam Šafija i njega slijedi oko 15% muslimana. Najreprezentativnije djelo iz ovog mezheba jeste *Kitabu-r-risale* imama Šafije.
- *Hanbelijski mezheb*, koji se smatra rigidnijim u odnosu na ostale pravne škole, osnovao je imam Ahmed ibn Hanbel koji je bio učenik imama Šafije pa postoji vrlo uska veza između ova dva mezheba. Njegova najznačajnija knjiga jeste „*Al-Musnad*“.

Tema pripadnosti pravnoj školi dolazi do izražaja kada je u pitanju poslovanje islamskih banaka budući da svaka islamska banka mora da ima Šerijatski odbor. U tom pogledu, odluke odnosno proizvodi koje islamska banka odluči da ponudi i odobri zavisi i od toga kojoj pravnoj školi pripadaju članovi Šerijatskog odbora. Ovaj aspekt je posebno izražen kada su u

ekonomskog aspekta smatrao je da se time stvara klasna razlika među muslimanima što je suprotno učenju Kur'ana. Omer je savjetovao da čovjek ne troši sav svoj prihod nego da se podijeli na dio koji će se trošiti i dio za reinvestiranje. Treći pravedni halifa bio je Osman koji je vladao od 644. do 656. godine. Posljedni halifa bio je Alija koji je vladao od 656. do 661. godine. Šiiti smatraju da je Alija trebao biti nasljednik poslanika Muhameda, umjesto Ebu Bekra. U ekonomskom pogledu, Alija je bio vizionar, začetnik guvernerstva (El-Ashker i Wilson, 2006). Od svojih namjesnika tražio je da obezbijede robu za svoje stanovnike i da učine da gradovi budu prosperitetni što se moglo ostvariti poštujući Božije odrednice i zalagajući se za poštovanje ljudskih prava. Sistem guvernerstva podijelo je na sedam kategorija: vojsku, sudije, izvršne službenike i sveštenstvo, oni koji obrađuju zemlju, trgovce, industrijalce i siromašne, oni koji žive oskudno, koji su bez novca i one koji nisu sposobni za rad. Za vrijeme svakog pravednog halife došlo je do razvoja određenog ekonomskog aspekta koji je kasnije imao uporište u principima islamske ekonomije.

² *Kitab al-Haradž* je djelo koje je nastalo na zahtjev halife Harun al-Rašida, kada je tadašnjom islamskom državom vladala Abasidska dinastija. Ebu Yusuf je u pisanju koristio sistem da je o nekom pitanju prvo dao šerijatski stav zatim savjet i svoje mišljenje dok bi konačnu odluku ipak prepustio samom halifi. Yusri (1988), navodi da je upravo Ebu Yusuf bio prvi koji je ekonomskim pitanjima dao karakter naučnog.

pitanju proizvodi islamskog bankarstva oko kojih postoji razilaženje u pogledu da li su u potpunosti dozvoljeni ili su pokuđeni. O ovome će biti više govora u drugom poglavlju.

Da bi se određeni principi islamskog djelovanja mogli bolje razumjeti, važno je spomenuti i ciljeve Šerijata (*arap. Maqasid al Shariah*) budući da se na osnovu ovih ciljeva izvode i određeni postulati samog islamskog bankarstva. Er-Rejsuni (2011) navodi da se za Šerijat općenito kaže da je okrenut koristima pojedinca i koristima zajednice i da su njegovi propisi uređeni tako da štite te koristi i omogućavaju poboljšanje uvjeta za čovjekov život. Historijski posmatrano, tekstualistička tradicija u prva tri stoljeća nije pokazala puno interesa za ciljeve Šerijata sve do vremena istaknutih islamskih učenjaka Al Gazalija i Al Šatibija kada su postignuti značajni napredci u obličavanju teorije ciljeva Šerijata (Kamali i Auda, 2015).

Prema Auda (2012), riječ *maqasid* znači svrha, cilj, načelo, namjera i nije validna ako ne vodi ostvarenju nekog dobra ili javnog interesa (*arap. masleha*) ili izbjegavanju nekog zla (*arap. mefseda*). Jedan od islamskih učenjaka koji je prvi koristio kombinaciju svrhe i javnog dobra jeste Al Gazali koji je definisao ciljeve Šerijata na način da oni teže ka ostvarenju blagostanja za cijelo društvo što se ogleda u očuvanju vjere (*arap. din*), života (*arap. nefis*), intelekta (*arap. aql*), potomstva i imovine (*arap. mal*). Pored ovih pet stubova koji su kasnije postali osnov i od strane drugih islamskih učenjaka, Chapra (2008) posebnu pažnju poklanja i pitanju ljudskog blagostanja (*arap. falah*) koji se, kao pojam, 40 puta spominje u Kur'anu. Islamski učenjak šejh Yusuf Al-Qaradawi, citiran u Hayat i Malik (2014), na ovu listu dodaje i ljudsko dostojanstvo, slobodu, društveno blagostanje i bratstvo dok Kamali (1999) predlaže da se doda i ekonomski i tehnološki razvoj.

Svoj pogled na ciljeve Šerijata dao je i Abdel Majid Najjar citiran u Bedoui (2012), kojeg je autor podijelo na četiri cilja unutar kojeg svaki cilj ima specifični rezultat što je predstavljeno u tabeli ispod. Ova podjela je bitna, jer je kasnije često korištena u istraživanjima koja su se bavila islamskim pristupom korporativnoj društvenoj odgovornosti i utvrđivanju primjene navedenih ciljeva Šerijata u poslovanju islamskih banaka.

Tabela 1: Ciljevi Šerijata prema konceptu kojeg je definisao Najjar

Cilj	Rezultat
Očuvanje vrijednosti ljudskog života	- Vjera - Ljudska prava
Očuvanje ljudskog jastva (osobnosti)	- Osobnost - Intelekt
Čuvanje društva	- Potomstvo - Društveno ustrojstvo
Čuvanje fizičke okoline	- Bogatstvo - Životna sredina (Ekologija)

Izvor: Bedoui (2012)

Šerijat također ističe i pitanja zajednice odnosno sljedbenika islama širom svijeta što je u terminologiji poznato kao *umet*. S tim u vezi Askari i Taghavi (2005) navode da umet treba da analizira islamsku etiku, moral i standarde prije odlučivanja da li su određena pravila zasnovana na islamskim principima. U skladu sa time autori dalje navode da se treba pristupiti dodatnom proučavanju Sunneta i analiziranju na koji način je poslanik Muhamed formulisao islamsku politiku koja je ispunila specifične socio-ekonomske i političke potrebe rane muslimanske države. Pored svakodnevnih životnih aktivnosti, Šerijat je dao formulaciju i u pogledu ekonomije čime je stvorena osnova za jasno određenje temelja ekonomije u skladu sa islamskim principima što je detaljnije objašnjeno u nastavku.

1.3 Islamska ekonomija

Ekonomija kao društvena disciplina polazi od pretpostavke da društvo raspolaže sa oskudnim resursima te da se ona kao nauka bavi izučavanjem na koji način društvo koristi oskudna sredstva u cilju proizvodnje dobara i njihove raspodjele. Suština ekonomije je spoznati realnost oskudnosti i tada odgonetnuti kako organizovati društvo na način koji rezultira najefikasnijom upotrebi resursa. U tim svojim okvirima, zapadna ekonomija svoj fokus stavlja na *homoeconomicus* gdje je prema Robbins (1935) ekonomija neutralna „između krajeva“ dok Tomes (1985) naglašava da je ekonomija uglavnom ateistička i gdje religijska uvjerenja, praksa i ponašanje ne igraju nikakvu ulogu u životu *homoeconomicusa*. To znači da pojedinac odluke donosi na osnovu svog razuma i da su svi zakoni, teorije, stavovi i metode proizvod ljudskog djelovanja. Isto tako, naučne metode koje služe za dokazivanje ili opovrgavanje istine, a koje se koriste u tom procesu, također su razvijene od strane čovjeka. Routh (1989) navodi kako se ustvari ideje odnosno koncepti nisu mijenjali nego su se ekonomisti mijenjali što znači da je koncept vlastitog interesa, potrošačkih prava i maksimizacije profita uvijek bio prisutan.

Nasuprot ovog pristupa postoji sistem koji istražuje aspekte materijalne proizvodnje, raspodjele i razmjene sa vjerskog odnosno islamskog stanovišta gdje su kategorije kao što su roba, vrijednost, zarada, proizvod, novac, banka, budžet, nadnica istog naziva kao u konvencionalnoj ekonomiji, ali se njihovo značenje principijelno razlikuje. Takav jedan sistem jeste islamska ekonomija prema kojoj sredstva jesu oskudna, ali je ta oskudnost relativna, ali ne i apsolutna, i gdje su resursi ograničeni samo u onoj mjeri koliko je ograničeno ljudsko znanje (Smolo, 2013).

Načelno, islamska ekonomija može se definisati kao integracijska, vrijednosno orijentisana nauka koja vrijednosne norme pozicionira kao osnovu ekonomskog rezonovanja (Mannan, 1980). Zarqa (1991) navodi da se zapadna ekonomija posmatra kao pozitivna izjava o stvarnosti dok se prema Khurshid (1992) islamska ekonomija definiše kao sistemski napor da se razumiju ekonomski problemi i ljudsko ponašanje u relaciji sa tim problemom iz islamske perspektive. Naučni aspekt ove oblasti ističu Avdukić et. al (2017), navodeći da se islamska ekonomija može identificirati kao oblast studiranja, jer je ona zagovornik vlastitih jedinstvenih islamskih aksioma, filozofije, društvenih i političkih sfera, pored sistema zasnovanog na vrijednostima koji dovodi do vrijednošću vođenim praksama islamskog društva.

Odlika islamske ekonomije jeste koncept *homoislamicusa* koji akcenat stavlja na izvore islama. Kao najvažniju razliku između *homoeconomicusa* i *homoislamicusa*, Warde (2000) navodi pretpostavku altruizma gdje je islam, kao i drugi prije kapitalistički sistemi, preokupiran blagostanjem zajednice u kojoj se svaki pojedinac ponaša altruistički i prema religijskim normama. Chapra (1991) zauzima stav da se u islamskoj ekonomiji akcenat treba staviti na čovjeka i analizu ciljeva Šerijata koje je definisao imam Al Gazli. U tom pogledu, njegove vrijednosti kao i vrijednosti institucija neće imati suverenitet već će biti protkane moralnim vrijednostima koje će uticati na njegove preference i na kraju na njegove potrošačke navike. Time fokus neće biti stavljen na zadovoljavanje ličnih potreba i pretjerenu potrošnju već na efikasnu alokaciju i distribuciju resursa.

Neizostavno pitanje koje se nameće jeste u čemu je razlika između ekonomskih sistema u kojima je religija prisutna za razliku od onih u kojima je odvojena? Neki autori zastupaju stav da religija direktno utiče na ekonomski prosperitet zemlje zato što uloga religije može zavisiti

od društvenog i historijskog konteksta u kojem se razvila (Guiso et al., 2003). Isti autori ističu pisanje profesora David S. Landes (2004), koji se u svojoj knjizi „*Bogatstvo i siromaštvo nacija - zašto su neki tako bogati, a neki tako siromašni*“, između ostalog, dotiče i pitanja uticaja religije i ističe primjer Španije u 16. i 17. stoljeću i njen neuspjeh da se razvije usljed kulture netolerancije koja je raspršena od strane Katoličke crkve, što je uticalo da neki od najposobnijih ljudi, nekatolika, napuste zemlju.

S druge strane, u ekonomskom pogledu, Chapra (1991) postavlja pitanje da li varijable kao što su cijene i troškovi, za koje kažemo da su objektivno formirani od strane slobodnog tržišta, zaista pomažu u alociranju resursa u skladu sa potrebama realizacije cilja smanjenja siromaštva, povećanja zaposlenosti, ekonomskog rasta i ekonomske stabilnosti? Prema Chapra (1991) realizacija ekonomskih ciljeva može da se ostvari samo u slučaju jednake distribucije prihoda i bogatstva, jer bi onda svi potrošači, bez obzira na materijalni status, imali jednako učešće i uticaj u pogledu tržišnog donošenja odluka. Time se akcenat stavlja na islamsku ekonomiju i njene postulate, ali da bismo razumjeli njene osnove, potrebno je analizirati genezu razvoja islamske ekonomije, što je dato u nastavku.

Iako su pitanja trgovine, kamate, duga, roka posuđivanja i ostalih ekonomskih aktivnosti spomenutih u Kur'anu stari koliko i sama religija, razvoj islamske ekonomije kao naučne discipline počinje znatno kasnije. Suštinski bi se taj proces mogao razmatrati i sa aspekta razvoja nauke o Kur'anu u smislu da, kako se razvijao proces tumačenja tako su se i pojavila određena shvatanja i o ekonomskim aspektima. Pored toga, značajan doprinos islamskoj naučnoj misli dao je i proces prevođenja djela grčkih filozofa i onih koji su pisali na grčkom gdje profesor Peter Adamson određuje drugu polovinu osmog stoljeća kao početkom tog procesa³.

Siddiqi (1996), citiran u Hadžić (2005), razvoj islamske ekonomske misli podjelio je na četiri perioda:

- prvi period traje do 1058. godine i predstavlja ranu fazu razvoja islamske ekonomske misli,
- drugi period traje od 1058. do 1445. godine,
- treći period započinje 1445. i traje do 1932. godine dok
- četvrtim periodom možemo označiti fazu koja je započela od 1932. godine i traje do danas.

U knjizi „*Contributions of Muslim scholars to economic thought*“, Abdul Azim Islahi (2005) identificira pisanja određenih autora tokom 1930-tih godina. Iz tog perioda ističe autora Muhammad Zaki Salih (1933) koji se bavio ekonomskim idejama islamskih teologa i učenjaka poput Ibn Haldun-a, al-Maqrizi-ja i al-Dulaji-a. U ovoj skupini, može se reći da je Ibn Haldun (1332.-1406.) imao najveći uticaj kao jedan od najznačajnijih islamskih historičara filozofa i ekonomista. Njegovo najpoznatije djelo jeste *Muqaddima (Predgovor)* koje je napisao 1337. godine a u kojem se dotakao mnogih tema, između ostalih, i pitanja rada i raspodjele rada, zarade, uloge države, oporezivanja itd. Poređenja radi, Adam Smith je *Bogatstvo naroda* napisao tek 1776. godine, što je skoro 400 godina kasnije u odnosu na Ibn Halduna. Međutim, razlog zbog čega ovo kapitalno djelo nije ranije dobilo na značaju jeste što je Ibn Haldun bio poznat samo u arapskom svijetu i što je njegovo najveće djelo prevedeno na engleski jezik tek 1958. godine.

³<https://aeon.co/ideas/arabic-translators-did-far-more-than-just-preserve-greek-philosophy> (Pristupljeno 13.9.2018.)

Ibn Haldun poseban akcenat stavlja na rad kao izvor vrijednosti odnosno da su rad, podjela rada i višak rada izvor blagostanja, jer je rad sastavni dio kapitala. Njegov stav se zasnivao na tome da pojedinac ne može raditi sam već da mu je potrebna pomoć drugih što dovodi do toga da, što je veći broj pojedinaca koji rade zajedno time će njihova dostignuća biti veća. Samim tim to utiče na proizvodnju i profit čime se stvaraju potrebe iznad osnovnih potreba što doprinosi rastu i razvoju. Benić (2016) navodi da Ibn Haldun uvodi kategoriju viška rada što je jedno od osnovnih polazišta u teoriji koju je Karl Marx postavio 500 godina kasnije.

Tokom 1940-tih, objavljen je prvi članak na engleskom jeziku pod nazivom “*The Social and Political Ideas of Ibn Khaldun*” autora Abdul Qadir (1941) kao i prva knjiga na engleskom jeziku „*Islam and the Theory of Interest*“ koju je 1946. godine objavio autor Anwar Iqbal Qureshi. U osnovi, ekonomski sistem zastupljen je u islamskom učenju od samog početka pojave religije što je u suprotnosti sa tvrdnjom koju je iznio Joseph Alois Schumpeter u knjizi „*History of Economic Analysis*“ navodeći da u historiji razvoja ekonomske misli postoji praznina od pet stotina godina odnosno u periodu između Grka i renesanse (Schumpeter, 1954).

Ipak, i pored vrlo uspješnog perioda razvoja islamske ekonomske misli usljed pojave kolonijalizma dolazi do zatiranja ovih ideja. Time islamska ekonomska misao biva „*uspavana*“ budući da su kolonizatori donijeli jedan potpuno novi sistem, kako državni tako i ekonomski, koji je dugo vremena bio i jedini u islamskim zemljama. Nakon završetka procesa dekolonizacije i sticanja ponovne nezavisnosti, 1950-tih godina, islamska ekonomija ponovo dobija na značaju. Tu se posebno izdvajaju naučna djela *Iqtisaduna* (engl. *Our Economics*, 1961) autora Muhammad Baqir Al-Sad koji pravi jasnu distinkciju između nauke i doktrine. Autor navodi da je doktrina sistem dok je nauka interpretacija i zaključuje da je islamska ekonomija doktrina, a ne nauka, jer je to put koji islam preferira slijediti u potrazi za svojim ekonomskim životom, a ne tumačenje kojim islam razjašnjava događaje ekonomskog života i zakone kojima se upravlja. Drugo bitno naučno djelo iz ovog perioda jeste *Economic System of Islam* (1970), autora Sayyid Abul A'la Mawdudi⁴ koji je najviše bio fokusiran na postizanje društvenog blagostanja u skladu sa Šerijatom. Centralno pitanje u njegovim djelima bila je pozicija muslimana usljed višestoljetne okupacije muslimanskih zemalja od strane kolonizatora. Intenzivno je pisao o islamskoj viziji, različitim pristupima islamskog načina života i potrebnj strategiji da bi se islamska vizija pretvorila u stvarnost.

U periodu 70-tih godina, kao posebno bitan događaj izdvaja se prva naučna međunarodna konferencija o islamskoj ekonomiji održana 1976. godine u Saudijskoj Arabiji. Konferencija je održana na King Abdulaziz Univerzitetu sa više hiljada učesnika. Na konferenciji su predstavljene konkretne ideje koncepta ekonomskog razvoja u islamskom okviru sa jasnom distinkcijom islamske ekonomije, ekonomskih ciljeva, monetarnih, fiskalnih i ostalih instrumenata kako bi se ti ciljevi i ostvarili kao i pitanja koja uključuju stabilnost, rast i ravnotežu u islamskoj ekonomiji.

Element koji se također može uzeti u obzir kada je u pitanju ponovo izučavanje i prihvatanje islamske ekonomije od strane muslimanskih zemalja jeste islamizacija bankarskog odnosno finansijskog sektora u nekim islamskim zemljama. Islamski Univerzitet u Omdurmanu, Sudan, 1966. godine predstavio je članak o islamskoj ekonomiji što je dalo ideju za formiranje islamske banke u ovoj zemlji (Babiker et. al, 2011) da bi se već 1977. godine

⁴ Sayyid Abul A'la Mawdudi (1903. – 1979.) indijski učenjak, teolog, reformator, ideolog. Istaknuta ličnost u periodu 30-tih godina, posebno nakon nastanka države Pakistan 1947. godine. Centralne teme njegovog pisanja su pitanje kolonijalizma i preovladavajući hinduistički stav za razvoj nezavisne Indije.

otvorila prva islamska banka u Sudanu, Faisal Islamic Bank. Dvije godine nakon ovog događaja, dešava se islamska revolucija u Iranu koja, prema Hussain (1988), zauzima vrlo bitnu poziciju iz razloga što su zapadni teoretičari cijeli koncept postojanja država formirali na principima modernizacije koja je odbacivala svaki oblik tradicionalnih uvjerenja kao nazadne gdje su upravo ta tradicijska uvjerenja, posebno u muslimanskim zemljama, značila prisustvo religije. Pored toga islamska revolucija u Iranu rezultirala je sa konvertovanjem iranskog bankarskog sektora u islamski kada je 1983. godine donesen Zakon o beskamatnom poslovanju da bi 1984. godine banke počele da implementiraju islamsko bankarstvo.

Pored Irana i Sudana, Pakistan je treća zemlja koja je konvertirala svoj bankarski sistem u islamski. Nakon sticanja nezavisnosti od Velike Britanije, prvi pakistanski Ustav donesen 1956. godine podrazumijeva eliminaciju kamate iz transakcija. Vlada 1962. godine donosi odluku da se kamata eliminiše iz bankarskog sektora dok 1973. godine ta odluka se odnosi na cijeli ekonomski sistem (Ahmad et. al, 2010). Islamsko bankarstvo u Pakistanu počelo je postepeno da se uvodi 1979. godine. Već naredne godine, vladi Pakistana predstavljen je *Izveštaj o eliminisanju kamate* sa ciljem definisanja praktičnih aktivnosti i mjera za kreiranja alternativa ekonomskom sistemu zasnovanom na kamati. Izveštaj se odnosio na sve sektore kako bi se kreirao sistem koji će svoje poslovanje obavljati u skladu sa Šerijatom. Prva uspješna konverzija konvencionalne banke u islamsku obavljena je 2003. godine kada je sa radom počela da radi Bank of Khyber.

Jedno od posebno bitnih pitanja u islamu odnosno islamskoj ekonomiji jeste pitanje kamate. Razlog tome jeste što islam poima novac ne kao robu nego kao sredstvo razmjene. Kur'an o zabrani kamate govori u više ajeta⁵. Suština islamskog viđenja poslovne aktivnosti nije ograničavanje profita nego se akcenat stavlja na poduzimanje onih aktivnosti koji su u skladu sa Šerijatom, a koje imaju za cilj ostvarenje društvenog blagostanja. Drugim riječima, islam dozvoljava slobodnu tržišnu ekonomiju u kojoj ponudu i potražnju određuje tržište, a ne vlada. U isto vrijeme, ona usmjerava funkciju tržišnog mehanizma nametanjem određenih zakona i etike kako bi sistem funkcionisao u korist svih (Alrifai, 2015).

Općenito, kamata je u današnjem finansijskom sistemu sastavni dio svih poslovnih transakcija. Historijski posmatrano, prve pojavne oblike naplate kamate srećemo u doba Sumerske civilizacije dok izražajnije pisane tragove imamo u Hamurabijevom zakoniku koji je imao definisanu maksimalnu visinu kamate⁶. Pitanje kamate došlo je do izražaja za vrijeme industrijske revolucije čime je antikamatski stav, koji je smatrao kamatu kao besmisleno, počeo da slabi od kraja 19 stoljeća. U tom kontekstu, Ibreljić (2001) ističe vrlo interesantan stav kojeg je iznio britanski advokat i ekonomist, Nassau William Senior (1790. – 1864.), koji je kamatu posmatrao kao nagradu za ljudsko potiskivanje želja da se potroši ono što se zaradilo, jer vlasnik ustvari apstinira od kupovine i time kamata predstavlja njegovu nagradu.

Zabranu kreiranja novca na osnovu novca susrećemo i u djelima grčkih filozofa, ali i u drugim religijama. Tako na primjer, Aristotel je rekao da je svrha novca razmjena, a ne rast kamata budući da novac ne može prirodno da rađa novac kao zemlja i stoka, odnosno da novac nije produktivan, jer ne može da stvori novu vrijednost što navodi da je kamata pljačka dužnika od strane zajmodavca (Benić, 2016).

Reformator Martin Luter smatrao je da „...postoje neki koji ne žele da prodaju robu za gotov novac, već samo na kredit, kako bi ostvarili veće zarade. Primjećujem da je ovaj način

⁵ (2:275-76, 2:278-279, 3:130, 4:161 i 30:39).

⁶ Za više o historiji kamate pogledati u Homer, S., Sylla, R. (2005). *A History of Interest Rates*.

poslovanja – protiv volje božje, protiv razuma i poštenja i dolazi iz očigledne bezobzirnosti i pohlepe“.

U Bibliji također susrećemo nekoliko stihova koji se tiču kamate kao što je sljedeći;

("Ako tvoj brat zapadne u škripac i ne mogne održavati svoje odnose s tobom, primi ga; i neka s tobom živi kao stranac ili gost. Ne uzimaj od njega ni lihve ni kamata. Boga se svoga boj, i neka tvoj brat živi s tobom! Ne uzajmljuy mu novac na kamate niti mu lihvarski davaj svoju hranu“. (Levitski zakonik, poglavlje 25: 35-37)).

Kada govorimo o judaizmu, kamata je zabranjena da se zaračunava samo Jevrejima. U tom kontekstu, Abdul-Rahman (2010) ističe da su početkom 16 stoljeća rabini u Poljskoj i drugim dijelovima Istočne Evrope donijeli dokument pod nazviom *Heter Iska*. Osnova ovog dokumenta jeste transformacija odnosa *zajmodavac-zajmotražilac* u investicijski odnos. Dobavljač kapitala postaje partner u poduhvatu u kojem će zajmodavac biti angažovan na način da će određeni procenat ostvarenog profita podijeliti sa investitorom. Time je došlo do posmatranja kredita kao investicije što je omogućilo jevrejskim trgovačkim preduzećima da uspiju bez kršenja zakona o zabrani naplate kamate. *Heter Iska* je omogućila da se zajmodavac odnosno investitor ne izlaže neprihvatljivom nivou rizika i da se osigura određena mjera povrata sredstava koja je garantovana ugovorom.

Prije ponovog interesovanja za islamsku ekonomiju, centralno pitanje islamskih učenjaka, posebno u vremenu pod vlašću kolonizatora, bila je legitimnost kamate koju su naplaćivale konvencionalne banke. Ta dilema došla je do izražaja iz razloga što Kur'an koristi termin *riba*, ali bez jasne definicije šta je *riba*. Neki autori poput Anwar (1987) smatraju da se *riba* ustvari odnosi na lihvarstvo odnosno zelenaštvo dok Iqbal i Mirakhor (2009) definišu ribu kao praksu zaračunavanja finansijske kamate ili premije koja premašuje glavnice zajma. U toj relaciji postoje četiri obilježja koja definišu zabranjenu kamatnu stopu, a to su: da je pozitivna i da je fiksirana, da je vezana za vremensko razdoblje i iznos zajma, da se njeno plaćanje jamči neovisno o ishodu ili namjeri zbog koje se posuđuje glavnica i da državni organi odobravaju i provode njeno ubiranje. Prema Alrifai (2015), *riba* se može definisati i kao profit koji je ostvaren bez da se nešto drugo ponudi u zamjeni.

Shinsuke (2012) navodi da su islamski učenjaci u vremenu kolonizacije posmatrali odnosno tretirali ribu sa aspekta da li je jedna strana dovedena u lošiji odnosno nejednak položaj u odnosu na drugu i do kojeg stepena se kamata ustvari može izjednačiti sa terminom *riba*. Prema Kahf i Khan (1992), u kamatonosnim transakcijama objekat prodaje je vrijeme dok je *riba* njegova cijena. Ipak, svako uvećanje odnosno porast ne mora imati karakteristiku ribe odnosno onoga što je zabranjeno jer, kako ističe Chapra (2006), *riba* se odnosi na *premiju* koju je osoba dužna isplatiti kreditoru zajedno sa osnovicom kao uslov za odobrenje kredita ili za produžavanje roka isporuke. Budući da jasno određenje ribe nije dato u Kur'anu njena jasnija formulacija izvedena je iz Hadisa gdje su definisane dvije vrste kamate: *riba al-fadl* (kamata koja se odnosi na barter transakcije) i *riba al-nasi'ah* (kamata vezana za prodaju ili kreditiranje). *Riba al-fadl* se odnosi na trgovinu robom po osnovu riječi poslanika Muhameda koji je insistirao da se roba razmjenjuje za gotov novac, a ne za drugu robu zbog bojazni u kvalitetu kako se jedna strana ne bi dovela u nepovoljniji položaj u odnosu na drugu. *Riba al-nasi'ah*⁷ se odnosi na kredite i podrazumijeva višak koji je plaćen iznad glavnice kao vid naknade za kašnjenje u plaćanju.

⁷ Prema Iqbal i Mirakhor (2009) riječ *asi'ah* dolazi od korijena *nasa'a* što znači odgoditi, a odnosi se na vrijeme u kojem dužnik mora vratiti posuđena sredstva u zamjenu za „premiju“. Zabrana ove vrste kamate govori o

S druge strane, islamska ekonomija umjesto kamate koristi paradigmu podjele profita i gubitka (*engl. Profit and Loss-Sharing ili skraćeno PLS*) koja govori o tome da su partneri ravnopravni u investicijskom odnosu i da nije moguća situacija u kojoj samo jedna strana snosi gubitak ili ostvaruje profit. Pored toga, PLS omogućava da se pored novčanih sredstva kao inputa u investicijskom poduhvatu vrednuje i znanje, trud, menadžerske sposobnosti i sposobnosti upravljanja rizikom. Princip podjele dobiti i gubitka prvi je analizirao islamski učenjak Qureshi (1946), ali njegovu formalnu primjenu objasnio je Ahmad (1947).

Pored kamate, islamska ekonomija zabranjuje i *gharar* (*špekulativne aktivnosti odnosno neizvjesnost*) kao i *majsir* (*kockanje*). Gharar je povezan sa neizvjesnošću u pogledu nedostatka informacija o predmetu ugovora od strane jedne ili obje ugovorne strane. Nastaje kao posljedica neupućenosti u bitne elemente transakcije kao što je na primjer tačna cijena predmeta kupoprodaje. S druge strane može da se radi o prodaji nečega što u suštini ne mora ni da postoji, što šerijatski nije dozvoljeno, jer se kosi sa principom pravednosti. U konvencionalnoj ekonomiji klasičan primjer ovakve situacije jesu izvedeni vrijednosni papiri⁸ koji su 2007. bili pokretač svjetske ekonomske krize. Kriza je pokazala sve prednosti islamskog načina poslovanja budući da veliki stepen neizvjesnosti nije dozvoljen što je usko povezano i sa upravljanjem rizicima.

Islam zabranjuje prekomjernu količinu neizvjesnosti (*gharar febiš*), jer potpuna eliminacija gharara nije moguća (*trivijalni gharar ili gharar jesir*). Kockanje odnosno majsir je također zabranjeno, jer dovodi do situacije ostvarenja ekonomske koristi bez truda. U suštini, mejsir je primjer igre nulte sume gdje jedna strana uvijek gubi. Mjesir i gharar se mogu posmatrati kao dvije strane jedne medalje, jer tamo gdje postoji velika neizvjesnost obično su prisutni i elementi mejsira.

Pored prethodno navedenih isključivih zabrana u islamu, islamska ekonomija zasnovana je na finansiranju onih poslovnih aktivnosti koje nisu u suprotnosti sa Šerijatom (*arap. halal* odnosno dozvoljene) za razliku od onih koje su zabranjene (*arap. haram*) kao što su aktivnosti za koje postoji isključiva zabrana u Kur'anu poput proizvodnja alkohola, proizvoda od svinjskog mesa, igre na sreću, proizvodnja oružja itd. Alrifai (2015) navodi da se islamska ekonomija sastoji od sljedećih elemenata:

1. *Profit se ne može ostvariti bez preuzimanja određenog stepena rizika* (ulaganje u ekonomske instrumente koji su bezrizični nema Šerijatsku osnovu. U tom kontekstu, vrlo je bitan aspekt ulaganja u realni sektor ekonomije za razliku od nenamjenskih kredita);
- *Ne postoji garancija na povrat* (fiksno određeni povrat moguć je samo u vidu rente na mjesečnoj ili godišnjoj osnovi dok u pogledu investicione aktivnosti takva opcija nije moguća, jer poslovni poduhvat može biti neuspješan što je usko povezano i sa vrstama proizvoda koje nude islamske banke);
- *Gubitak ne može biti veći od investiranog* (ovdje dolazi do izražaja PLS paradigma kao osnov islamske ekonomije što je usko povezano i sa vrstama proizvoda islamskog bankarstva);

šerijatskoj osnovi po kome nije dozvoljeno fiksirati očekivani pozitivni povrat na posuđena sredstva kao vid nagrade za čekanje, jer se time jedna strana dovodi u bolji položaj.

⁸ Za razliku od izvedenih vrijednosnih papira, ulaganje u dionice nije okarakterisano kao špekulativno jer se procjena zasniva na određenim metodama, kao što je fundamentalna analiza. S druge strane, pored izvedenih vrijednosnih papira neki islamski učenjaci smatraju da i proizvodi životnog osiguranja imaju elemente gharara (Algaoud i Lewis, 2007).

- Jednakost svih investitora (kao i u prethodnom slučaju i ovdje dolazi do izražaja odnos pravednosti kao i upotreba PLS paradigme);
- Predmet prodaje ne može biti roba koja nije u vlasništvu prodavca (u cilju izbjegavanja neizvjesnosti odnosno špekulacija, predmet kupoprodaje mora biti u vlasništvu onoga ko ga prodaje);
- Investicije u produktivne aktivnosti – (novac mora da bude „*uposlen*“ iz više razloga: - plaćanje Zekata od 2,5% na novac koji „*stoji*“ kao i ostvarenje povrata na uloženo ukoliko je cilj ostvarenje profita);
- Transparentnost u ulaganju (tačno je definisano šta je ko od ulagača unio u investicijski poduhvat);
- Eliminacija mejsira u procesu investiranja (neizvjesne aktivnosti kao u slučaju izvedenih vrijednosnih papira nisu dozvoljene)
- Novac nije roba nego sredstvo razmjene (novac se u islamskoj ekonomiji posmatra samo kao sredstvo razmjene, a ne kao roba).

Iako navedeni elementi predstavljaju temeljne odrednice islamske ekonomije, u ovom domenu bitno je istaći temeljne odrednice islamske moralne ekonomije kao osnove za razumijevanje odnosa islama prema konceptu korporativne društvene odgovornosti kao društvenom fenomenu, ali i kao njegovom sastavnom dijelu.

1.3.1 Islamska moralna ekonomija

Haniffa i Hudaib (2007) su ustanovili da postoji pet osobina po osnovu kojih se islamske banke razlikuju od konvencionalnih banaka, a to su a) isticanje filozofije i vrijednosti poslovanja, b) pružanje beskamatnih proizvoda i usluga, c) ograničenje isključivo na ugovore koji su islamski ili šerijatski prihvatljivi, d) fokusiranje na razvojne i socijalne ciljeve i e) podvrgavanje dodatnoj reviziji poslovanja od strane Šerijatskog odbora. Po osnovu navedenih elemenata, islamsko bankarstvo teži ka balansu između socijalnih i finansijskih ciljeva naglašavajući svoju društvenu ulogu.

Korporativna društvena odgovornost sa islamskog aspekta ima uporište u onome što autori, poput Asutay (2007), nazivaju islamska moralna ekonomija (*engl. Islamic moral economy ili skraćeno IME*) koja kao paradigma sa svojim aksiomima i principima ima direktne implikacije i pruža obrazloženje za korporativnu društvenu odgovornost (Platonova, 2013). Siddiqi (1981), citiran u Platonova (2013), ističe da su društveno-ekonomske odrednice islamske moralne ekonomije:

- poboljšanje ljudskog blagostanja;
- kreiranje jednakih uslova za sve i ostvarenje sklada u društvu, kao i eliminisanje siromaštva i straha;
- zadovoljavanje osnovnih potreba pojedinaca;
- omogućavanje boljeg kvaliteta života i optimalne upotrebe raspoloživih resursa;
- ispunjavanje duhovnih potreba društva;
- uspostavljanje ekonomske i socijalne pravde kao i uspostavljanje temelja za ostvarenje jednakih mogućnosti i saradnje;
- poticanje univerzalnog bratstva i pravde, kao i raspodjela nacionalnog dohotka i slobode u skladu s načelima pravde i jednakosti i kontekstom socijalne skrbi.

Analizirajući islamsku moralnu ekonomiju i pitanje svjetske ekonomske krize, Aydin (2013) ističe da je odsustvo morala u finansijskom sektoru rezultiralo time da poslovanje po principu „*nevidljive ruke*“ ustvari može dovesti do pojave „*ruke koja krade*“ (*engl. stealing hand*). U

tom kontekstu, kada su u pitanju islamske finansijske institucije, njihovo pravno uređenje definisano je u skladu sa Šerijatom, posebno u pogledu ispunjenja određenih formi, dok je normativna priroda njihovih operacija određena islamskom moralnom ekonomijom (Asutay, 2012). Relaciju islamske moralne ekonomije i finansijskih aktivnosti, Asutay (2012) posmatra kroz tri vrste mjera: pozitivne (Zekat), dobrovoljne (dobrotovorne aktivnosti ili sadaka) i izričite u formi zabrana (riba). Suština takvog poimanja ekonomskih relacija ogleda se u stavu da je sve dato privilegija od Boga koja se mora tako i posmatrati u cilju kreiranja ekonomije dijeljenja.

Asutay (2013) ističe da je islamska moralna ekonomija, u osnovi, religijski baziran odgovor na neuspjeh ekonomskog razvoja u muslimanskom svijetu, bilo kapitalističkog, socijalističkog ili nacionalističkog, s autentičnim značenjem proizašlim iz ontologije islama koji posebno naglašava društvenu dimenziju ekonomije. On se kao takav zasniva na *homoislamicusu* i teži ka postizanju ekonomskog i održivog razvoja, primjeni socijalne pravde vodeći se principima društvenog investiranja (Asutay, 2012). Drugačije rečeno, maksimizacija individualnih koristi jednaka je maksimizaciji koristi cjelokupne društvene zajednice. Time se ponovo naglašava uloga čovjeka (poslovne organizacije) kao povjerenika u društvenim relacijama. Upravo kao tako definisan koncept, islamska moralna ekonomija se dovodi u vezu sa korporativnom društvenom odgovornošću budući da se ona kao takva, smatra sastavim dijelom islama kao religije i njene dogme o ostvarenju društvenog interesa. U osnovi, podrazumijeva osnaživanje zajednice ka kreiranju većeg društvenog dobra.

U tom kontekstu, razumijevanje korporativne društvene odgovornosti sa islamskog aspekta zahtijeva detaljniju analizu postavki ovog koncepta posmatrajući ga kroz prizmu etičkih načela. Naime, u zapadnom svijetu, etika u poslovanju ima drugačiji sistem vrijednosti, jer je prema Wilson (2002) ona izvedena iz društvenih normi koje su prolazne prirode. Nasuprot tome islamska poslovna etika zasniva se na duhovnim postulatima koji se ne mijenjaju bez obzira na vremensku odrednicu i uvijek predstavljaju „*standard*“ u ponašanju. S druge strane, etika kao rezultat društvenih normi potrebna je radi utvrđivanja standarda ponašanja, jer bi prema Stewart (1996), citiran u Musa (2015), njeno nepostojanje dovelo do haosa i nereda.

Prema Al-Mawardi (2002), citiran u Ali (2011), etika u islamu je temelj istinske vjere, društvenog prosperiteta i životnog standarda pojedinaca. To moralno određenje pojedinca u islamskoj terminologiji definisano je kao ahlak. Islam posebnu pažnju poklanja upravo ovom aspektu o čemu poslanik Muhamed kaže:

(„Meni najbliži od vas bit će oni koji imaju najljepši ahlak, koji su skrušeni i koji mire i zbližavaju“)

gdje se ahlak usko povezuje sa pitanjima etike dok se taj etički pristup također može posmatrati i kroz prizmu riječi „*edeb*“ (lijepo ponašanje). O ovom aspektu Kur'an kaže:

(„...jer ti si, zaista, najljepše ćudi“. (68:4)).

Sa islamskog stanovišta, Ali (2011) definiše etiku kao specijalna pravila koja upravljaju ponašanjem pojedinca i organizacije i koja zahtijevaju da se obezbijedi velikodušnost, transparentnost i mjerljivost u ponašanju i akciji vodeći računa o društvenim interesima. Iako Hasanuzzaman (2003) navodi da je cijeli islamski prisup životu ustvari protkan etičkim normama i da je većina islamskih etičkih normi univerzalne prirode, islamske institucije, kao

što su npr. banke, ipak moraju težiti ka jačem formiranju svijesti o svojoj etičkoj opredjeljenosti posebno u onim društvenim sistemima u kojima im je poslovanje ograničeno.

Haron (1997) smatra da ukoliko se menadžment, u ovom slučaju islamske banke, rukovodi filozofijom islama onda će i korporativni ciljevi i politike biti inspirisani pravilima islamske etike i kao takvi će biti inkorporirani u samu poslovnu organizaciju. S druge strane, primjena islamskih postulata može poslužiti kao indikator ili orijentir da li se islamska institucija zaista pridržava osnovnih načela islama. Abdul Ghafar i Azmidah (2014) navode da islamska poslovna pravila ili aksiomi postoje u upravljanju poslovnim aktivnostima i u cilju ispunjenja šerijatskih uslova. Ti etički aksiomi ujedno su i komponente korporativne društvene odgovornosti u islamskoj teoriji i praksi.

Prilikom definisanja inputa islamske etike, svoj doprinos u identifikaciji polaznih temeljnih aksioma islamskog ekonomskog djelovanja posebno su dali autori poput Ahmad (1979; 1994); Nasr (1979), Siddiqi (1981); Naqvi (1981), Sirageldin (1995), Beekun (1996), El-Faruki (2011) koji su ustanovili temeljne odrednice etičkog ponašanja kako pojedinca tako i institucija uređujući tako mikro osnove ekonomije, kako ističe Arif (1989).

U djelu „*Ethical Foundation of Islamic Economics*“, Naqvi (1978) identificira četiri osnovne komponente, aksioma, pristupa islamskoj ekonomskoj aktivnosti:

- Tevhid ili jednoća Stvoritelja (*engl. Unity*),
- ravnoteža (*engl. Equilibrium*),
- slobodna volja (*engl. Free will*) i
- odgovornost (*engl. Responsibility*).

Tevhid u prevodu znači „*Nema Boga osim Allaha*“. Kao takav on naglašava komplementarnost ili Božje jedinstvo i suverenitet te predstavlja prirodu znanja i njegovu artikulaciju, implicirajući da, u kontekstu ekonomske aktivnosti, ni jedan od interesnih skupina (*u nastavku će biti korišten engleski izraz stakeholder*) ne može imati dominaciju nad drugima (Asutay, 2013). Teološki, El-Faruki (2011) navodi da koncept jednoće podrazumijeva sljedeće elemente:

- stvarnost je ontološki podijeljena na Stvoritelja i stvorenja. Sve što postoji jeste stvoreno od Njega i Stvoritelj i stvorenja ontološki su različiti i ni na koji način ne može doći do njihovog miješanja;
- idejni odnos je jedini odnos koji je moguć između stvorenja i Stvoritelja, jer stvorenja „znaju“ za Stvoritelja. Tako su ljudi obdareni razumijevanjem da bi mogli da Ga spoznaju;
- svijet je teleološki uređen. Sve što postoji podređeno je svrsi koju je odredio Stvoritelj. Svijet je savršena kreacija, a ne neizdiferencirani kaos. Moralne odluke pojedinaca treba da budu usklađene sa specifičnom svrhovitošću moralnih zakona koji se razlikuju od prirodnih svrha;
- ljudima je, kao nosiocima moralnog djelovanja, data sposobnost da realiziraju Božije svrhe u vremenu i prostoru. Otuda proizilazi čovjekova dužnost da mijenja sebe i svoju okolinu s ciljem prilagođavanja Božijim svrhama;
- budući da je sposoban da mijenja sebe i svoju okolinu, čovjek jeste odgovorno biće. Razlozi njegove odgovornosti leže u sposobnostima koje su mu date; bez njih, čovjek nije odgovoran.

Pitanje ravnoteže zahtijeva balans u ponašanju pojedinca što je u religijskom aspektu usko povezano sa postulatom **vjerovanja u Sudnji dan** (život poslije smrti) – dan polaganja računa

kada će se pojedincu predočiti njegova dobra i loša djela po osnovu kojih će dobiti zasluženu nagradu ili kaznu. U skladu sa tim, El-Faruki (2011) navodi da je „*islamska eshatologija slika beskrajnih pojedinačnih sudova, u kojoj se pedantno sumiraju životi svih ljudi*“. U ekonomskom kontekstu, ravnoteža se odnosi na socio-ekonomsku pravdu i društvenu dobrobit svih stakeholdera (Asutay, 2013).

Koncept slobodne volje nadovezuje se na **vjerovanje u Poslanstvo** Božijih poslanika, a prije svega poslanika Muhameda gdje čovjek kao pojedinac ima pravo odabira životnog puta, ali istovremeno naglašavajući njegovu ulogu kao Božijeg namjesnika odnosno kako to ističu Iqbal i Mirakhor (2009) „*traži se da se čovjek sjeća svoje stvarne prirode, ima na umu svoje zemaljsko putovanje, teži ka ostvarenju punog potencijala svojeg bića i uklanja sve prepreke koje koče ispravno korištenje njegove inteligencije*“. Četvrti aksiom jeste odgovornost koja se tiče prethodno navedenih aksioma, jer je ona usko povezana sa svakim aktom, odnosno djelom od strane pojedinca. U narednoj tabeli dat je prikaz inputa islamske moralne ekonomije, odnosno islamskog pristupa korporativnoj društvenoj odgovornosti i značenju istih u poslovnom procesu.

Tabela 2: Osnovni aksiomi islamske moralne ekonomije

Aksiom	Značenje	Primjena u poslovnom procesu
Tevhid	Politički, ekonomski, društveni i religijski aspekti čovjekovog života čine jednu homogenu cjelinu, koja je konzistentna iznutra, ali i integrirana s prostanim univerzumom. Ovo je vertiklana dimenzija islama.	Poslovanje u skladu sa Šerijatom jer će uticati na dobrobit društva. Pouzdanost i istinitost u poslovnim transakcijama: bez diskriminacije u bilo kojem obliku; Novac mora biti upotrebljen u produktivne aktivnosti; Pravedna raspodjela bogatstva.
Ravnoteža	Ravnoteža ili umjerenost predstavlja kvalitetu balansa između spomenutih različitih aspekata čovjekovog života kako bi se mogao izgraditi najbolji društveni poredak. Do ovog stanja umjerenosti dolazi se svjesnim zalaganjem. To je horizontalna dimenzija islama.	Ravnoteža se ostvaruje putem poštene konkurencije na otvorenom tržištu; Pravično tretiranje drugih; Izbjegavanje diskriminacije u svim oblicima.
Sloboda volje	Sposobnost čovjeka da djeluje bez vanjske prisile unutar parametara onoga što je Bog stvorio i čovjekove uloge kao namjesnika (halife) na Zemlji.	Ispunjavanje obaveza i ostvarenje doprinosa dobrobiti društva; Blagonaklonost - paziti na dobrobit slabih i siromašnih članova društva.
Odgovornost	Čovjekova potreba da bude odgovoran za svoje postupke.	Odgovornost je povezana sa očekivanjima koja proističu iz sva tri gore navedena etička aksioma.

Izvor: Prilagođeno prema Naqvi (1981); Graafland et al. (2006), Mohammed (2007).

Pored navedenih aksioma, Ahmad (1979) uključuje i principe rububijjeta odnosno božanskog rasporeda i upravljanja (*engl. God's Arrangement*), za koji se može reći da je kombinacija aksioma jedinstvenosti, ravnoteže, slobodne volje i odgovornosti, te tazikijah ili samopročišćenje i rast (*engl. growth and purification*). Chapra (1992) na listu dodaje i princip

pravde (*arap. adl*), a Beekun (1996) princip dobročinstva (*engl. benevolence; arap. ihsan*) istovremeno naglašavajući i važnost povjerenja (*arap. amanah*). Upravo te tri etičke komponente su neizostavni dijelovi etike odnosno kriterijuma koji svaki poslovni poduhvat mora da obuhvati o čemu Kur'an kaže:

(„*Reci: Gospodar moj naređuje – pravednost*“ . 7:29)).

Prema Iqbal i Mirakhor (2009) središnji cilj islamskog vjerovanja je stvoriti pravedni i moralni društveni poredak posredstvom čovjeka, jer pravda u islamu predstavlja koncept ukupnih moralnih i društvenih vrijednosti, koje se odnose na pravednost, uravnoteženost i suzdržljivost što znači da u svom ponašanju pojedinac, prije svega, ne smije prekoračiti svoje granice;

(„*Allah zaista pravedne voli*“ . 49:9))

i, drugo, treba drugima, kao i sebi, dati šta je prikladno;

(„*Napunite mjeru kada mjerite na litru i pravo mjerite na kantar! To je bolje i posljedice su ljepše*“ . 17:35)).

Na koncept pravednosti nadovezuje se i koncept dobročinstva (*arap. Ihsan*) u vezi čega Kur'an kaže:

(„*Allah zahtijeva da se svačije pravo poštuje, dobro čini, i da se bližnjima udjeljuje, a razvrat i sve što je odvratno i nasilje zabranjuje; da pouku primite, On vas savjetuje*“ (16:90)).

Pored ova dva elementa bitno je spomenuti i koncept odnosa među ljudima odnosno povjerenja (*arap. amanet*) o čemu govori i sljedeći ajet iz Kur'ana:

(„*O vjernici, Allaha i Poslanika ne varajte i svjesno međusobno povjerenje ne proigravajte*“ 8:27).

Ta klasifikacija, koju je uveo Beekun (1996), predstavljena je u tabeli ispod.

Tabela 3: Etički aksiomi islamskog pristupa korporativnoj društvenoj odgovornosti

Aksiom	Značenje	Primjena u poslovnom procesu
Dobročinstvo	Ihsan ili postupak koji donosi korist drugima, a ne njegovom akteru pri čemu isti u svom djelovanju nije vođen nikakvom obavezom.	Poduzimanje i realizacija društvenih inicijativa. Ihsan se dovodi u vezu sa ravnotežom u društvu. U ekonomskim procesima, ihsan podrazumijeva kvalitet upravljanja sa naglaskom na adekvatnu strukturu poslovnog procesa i izbjegavanje hegemonističke moći kapitala.
Pravednost	Pravda u islamu predstavlja koncept ukupnih moralnih i društvenih vrijednosti koje se odnose na pravednost, uravnoteženost i suzdržljivost.	Prilikom obavljanja poslovne aktivnosti voditi računa da se druga strana ne dovede u lošiji položaj. Jedan stakeholder ne može biti u funkciji drugoga već svi stakeholderi moraju biti uključeni od samog početka porizvodnog procesa.

Povjerenje	Suština povjerenja je osjećaj Preuzete obaveze izvršavati u predviđenom odgovornosti jer čovjek kao roku. biće ima ulogu povjerenika ili namjesnika na zemlji.
-------------------	--

Izvor: Prilagođeno prema Beekun (1996) i Asutay (2013)

Kada govorimo o ponašanju poslovne organizacije, u ovom slučaju islamske banke, u domenu ispunjenja navedenih koncepata, Abeng (1997) ističe da postoji šest osnovnih elemenata koje islamska poslovna organizacija mora da ispuni u svojim svakodnevnim operacijama, a to su:

1. ispunjenje obećanja (dogovori i ugovori bez obzira sklopljeni pismeno ili usmeno),
2. tačnost u ispunjavanju kriterijuma navedenih u specifikaciji koja se odnosi na sve predmete poslovnja uključujući rad, isplatu plata, sindikat organizacije,
3. istinitost, iskrenost i poštenje,
4. efikasnost, na primjer, posao treba obaviti bez propusta, sa planiranim aktivnostima i sa kompetencijama najboljih radnika,
5. nagraditi one koji su najzaslužniji za uspjeh,
6. istraga i verifikacija koji su ključni, jer predstavljaju uvod u pravo i etičnost ponašanja.

Odobranje Qard-hasan kredita može se smatrati primjerom ispunjenja kriterija dobročinstva, dok Salman (2010) ističe primjer duga u smislu da se od dužnika zahtijeva da ispuni svoje obećanje i izvrši plaćanje na vrijeme, a od kreditora da pokaže strpljenje⁹ i blagonaklonost ukoliko je dužnik zapao u finansijske teškoće i da mu, ukoliko je to moguće, produži vrijeme otplate ili oprostio dio duga ili dug u cjelosti. Ovdje može doći do izražaja i princip povjerenja u smislu da su svi uslovi ugovora jasni, posebno razlika između kamatne i profitne stope, i da jedna strana neće biti dovedena u lošiji položaj.

Islamska ekonomija u svjetskim razmjerama nije prisutna u stepenu kao što je to konvencionalni ekonomski sistem niti su svi njeni oblici potpuno razvijeni, ali ono što je evidentno jeste da se kao nauka, način poslovanja, djelovanja i razumijevanja ne može ignorisati niti se može posmatrati samo kao dijelom jedne veće ekonomske slike. U konačnici, ona ipak ima svoje principe, aksiome i odrednice koje zavrjeđuju istraživačku pažnju. Tome u prilog idu i činjenice da je između 2014. i 2016. godine, 830 različitih institucija, uključujući i univerzitete, izdalo oko 2.581 različitih dokumenta koji su se odnosili na temu islamskih finansija kao i da je broj onih koji pružaju usluge obrazovanja u domenu islamskih finansija, širom svijeta, porastao na 968 (Thomson Reuters, 2019).

⁹ „A ako je u nevolji, onda pričekajte dok bude imao: a još vam je bolje, nek znate, da dug poklonite.“ (2:280).

„Islamsko bankarstvo je samo dio procesa, a ne „sve“ i „kraj“ procesa“.

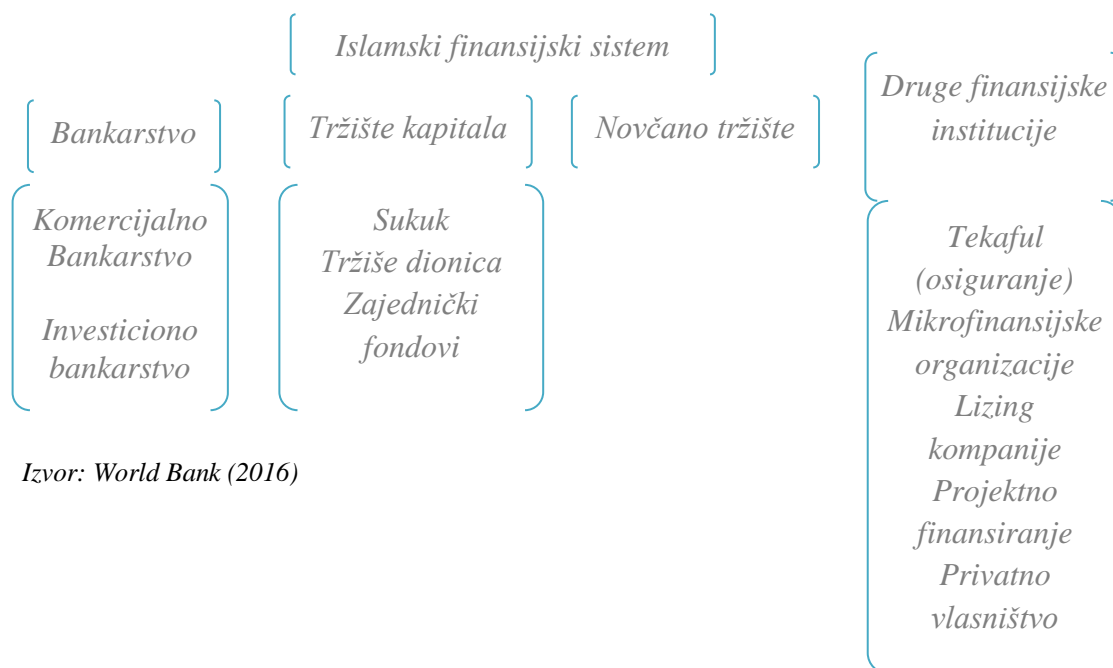
M.U.Chapra (1985)

2 OSNOVE ISLAMSKOG BANKARSTVA

Ekonomska historija nas uči da je pojava bankarstva, kao povijesne činjenice, ustvari „*izvan dometa autentične historije*“ Collins (1881), citiran u Richards (2012), i da se može pretpostaviti da se pojavilo kao rezultat rastuće trgovine. Shanmugam i Zahari (2009) navode da se prvi tragovi bankarskih aktivnosti mogu pronaći u hramovima kultura koji su živjeli na području Mediterana, a da je prva stabilna međunarodna valuta bila zlatni *bezant*, koja se pojavila u četvrtom vijeku na teritoriji Bizantijskog carstva¹⁰.

Smatra se da su banke nastale iz potrebe da se odredi adekvatno sredstvo razmjene, na osnovu čega su funkcije pozajmljivanja i čuvanja novca samo logičan slijed tih događaja. Na osnovu toga, možemo reći da su banke oduvijek bile najvažnije finansijske institucije¹¹, a posebno modernog finansijskog sistema radi toga što se mogu posmatrati kao finansijski supermarketi, zbog proizvoda i usluga koje nude (Hanić et. al, 2016) te uticaja na nivo ekonomske aktivnosti, distribuciju prihoda i nivoa cijena u zemlji (Iqbal i Molyneux, 2005). Upravo zbog tih funkcija one imaju veliki uticaj u mnogim segmentima društva.

Kao što je već objašnjeno u prvom poglavlju, islam teži ka postizanju javnog interesa gdje postoji koherentna veza između svih njegovih dijelova čime upravo banke, u ovom slučaju islamske, trebaju biti pokretači i stub ekonomskog razvoja društva. Islamske finansije uključuju bankarstvo, tržišta kapitala i islamsko osiguranje (*arap. tekaful*) što je predstavljeno na sljedećoj shemi.



Izvor: World Bank (2016)

Shema 1: Islamski finansijski sistem

¹⁰ Profesor Oskar Kovač, citiran u Stakić (2012), navodi da je Evropa prije hiljadu godina bila nerazvijena u poređenju sa islamskim svijetom i Dalekim Istokom upravo zato što je u Bizantiji postojao bezant, a u islamskom svijetu zlatni dinar koji je vrijedio deset srebrenih dirhema.

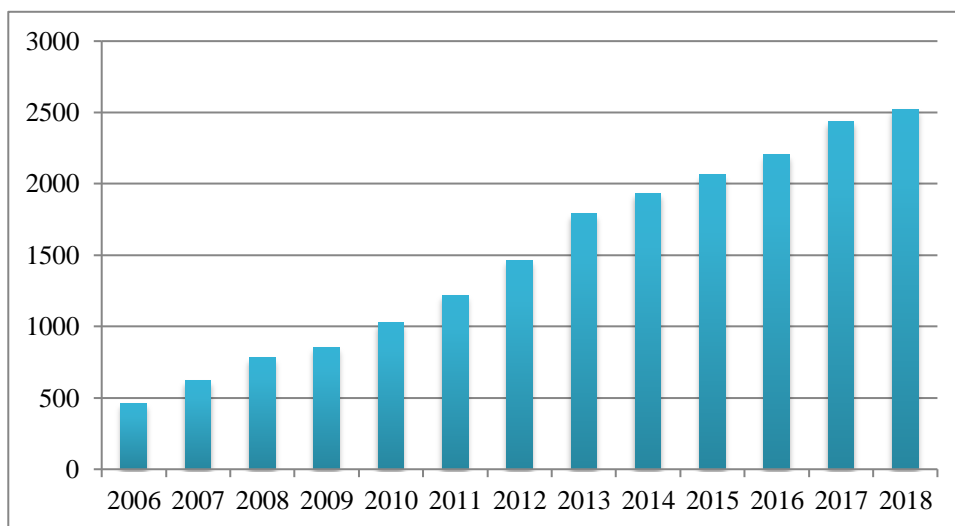
¹¹ Period finansiranja križarskih ratova u 11 vijeku doveo je do revitalizacije bankarskog sistema zasnovanom na kreditu.

U ukupnoj strukturi islamskih finansija, industrija islamskog bankarstva, sa učešćem od 76% (IFSB, 2018), dominira u odnosu na ostale vidove islamske ekonomije. Bashir (2010) opisuje funkcionisanje islamskog bankarstva navodeći da islamske finansije treba da, u svom idealnom obliku, značajno pomognu u podizanju udjela kapitala i dijeljenja profita i gubitka (*engl. profit and loss sharing - PLS*) u poslovanju.

Veće oslanjanje na finansiranje kapitalom ne znači nužno da se odbacuje finansiranje dugom. Dug je neophodan, ali ne bi trebao biti promovisan za nepotrebnu i rasipničku potrošnju i neproduktivne aktivnosti. U tu svrhu, islamski finansijski sistem ne dozvoljava stvaranje duga kroz direktno kreditiranje i zaduživanje već radije zahtijeva stvaranje duga putem prodaje ili zakupa nepokretnosti na osnovu svojih modela finansiranja baziranih na prodaji i najmu.

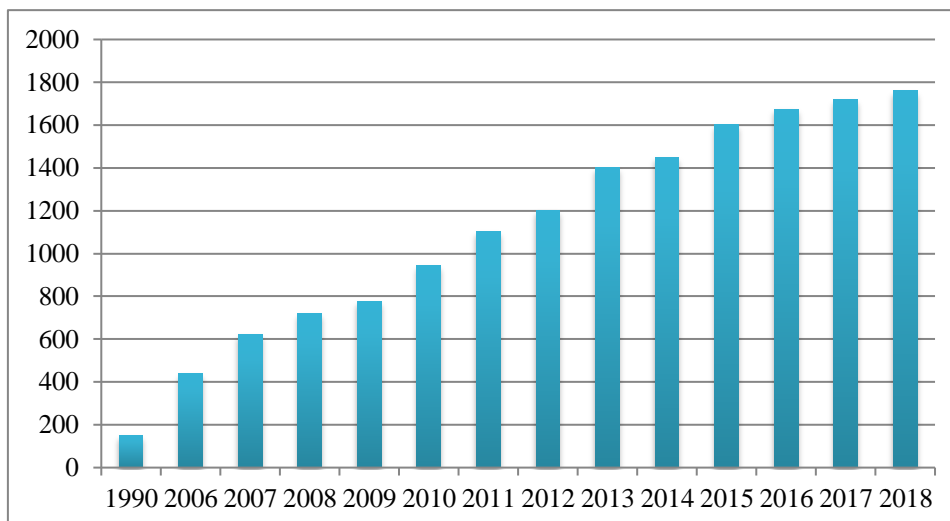
Mohieldin et. al (2012) navode da islamske finansije tretiraju pitanje „*finansijske inkluzije*“ ili „*pristupa finansijama*“ iz dva različita pravca – jedan kroz promociju ugovora raspodjele rizika, koji pruža održivu alternativu konvencionalnom finansiranju zasnovano na dugu (*engl. debt-based financing*) i drugi kroz specifične instrumente redistribucije bogatstva u društvu kako bi se ostvarilo investiranje u realne ekonomske tokove čime islamske finansijske institucije ustvari moraju „*trgovati*“ u vidu realnih ekonomskih investicija ili usluga. Akcenat na trgovanje nastaje usljed odnosa islama prema kamati, što je objašnjeno u prvom poglavlju.

O značajnosti islamskih finansija, na globalnom nivou, najbolje mogu govoriti brojke. Prema izvještaju *ICD - Islamic Finance Development Report* (Thomson Reuters, 2017), ukupna vrijednost islamskih finansija u 2016. godini iznosila je 2.202 triliona USD od čega se 73% odnosi na islamsko bankarstvo. U toku 2017. godine došlo je do porasta vrijednosti ukupne aktive islamskih finansijskih institucija na 2.431 triliona USD dok je ta vrijednost u 2018. godini iznosila 2.524 triliona USD (Thomson Reuters, 2019).



Izvor: *TheCityUK* (2015), *Thomson Reuters* (2017, 2018, 2019).

Grafikon 1: Globalna vrijednost islamskih finansija (u milijardama USD)



Izvor: IFSL (2010), UKIFS (2013), IFSB (2018), Thomson Reuters (2018, 2019).

Grafikon 2: Globalna vrijednost aktive islamskih banaka (u milijardama USD)

Kada govorimo o globalnoj rasprostranjenosti islamskih finansija, ono je prisutno u preko 60 zemalja širom svijeta (IMF, 2017) dok je pored islamskog bankarstva, posebno prisutan trend rasta islamskih obveznica (sukuk) u iznosu od 23% krajem 2017. godine (IFSB, 2018). Što se tiče geografske rasprostranjenosti islamskog bankarstva, ono je sistemski važno¹² u Aziji i zemljama Bliskog Istoka od čega Iran učestvuje sa 34.4% u ukupnoj strukturi sredstava islamskog bankarstva, Saudijska Arabija sa 20.4%, UAE sa 9.3%, Malezija sa 9.1%, Kuvajt sa 6.0% i Katar sa 6.0% (IFSB, 2018).

Historijski razvoj islamskog bankarstva, definisan u okviru uspostavljanja finansijskih institucija, počinje u periodu 1960-tih godina. Iako se u literaturi koja se bavi ovom oblašću kao posebno bitan događaj izdvaja 1963. godina kada je u Egiptu osnovna islamska finansijska institucija Mit Ghamr Savings Bank¹³, Alrifai (2015) navodi i period iz sredine 1940-tih i kasnih 1950-tih kada je u Maleziji odnosno Pakistanu pokušano da se instaliraju prve beskamante banke ali bezuspješno. Iste godine kada je u Egiptu osnovna Mit Ghamr, u Maleziji se osniva Muslim Pilgrims Savings Corporation koji 1969. godine poprima funkciju fonda pod nazivom Pilgrims Management and Fund Board of Malaysia (poznatiji i kao Tabung Hajji). U pitanju je bila institucija koja je prikupljala štednju onih koji su sredstva odvajali za odlazak na hodočašće u Meku (Hadždž). Za vjernike je od velikog značaja bilo to što prikupljena sredstva nemaju karakter kamatonosnih.

Period 1970-tih izuzetno je bitan za razvoj islamskog bankarstva iz više razloga. Prvo, 1971. godine u Egiptu se osniva Nasir Social Bank kao prva zvanična beskamatna komercijalna banka koja je sadržavala naziv „banka“ u svome imenu. Banka je imala karakter „socijalne“,

¹² Prema IFSB (2018), klasifikacija sistemski važno označava učešće u bankarskom sektoru određene zemlje u iznosu od 15% ili više čime je islamsko bankarstvo bilo sistemski važno u 12 pravnih sistema (*engl. jurisdictions*). U sumarnom prikazu, tih 12 pravnih sistema predstavljaju oko 92% globalnih sredstava islamskih banaka.

¹³ Ova institucija, osnovana u gradu Mit Ghamr udaljenom oko 40 kilometara od Kaira, nije imala funkciju banke već je imala karakter štedno-investicijske institucije, ali zbog njenog historijskog značaja može se smatrati pretečom modernih islamskih banaka. Svoje aktivnosti kao beskamatna finansijska institucija obavljala je od 1963. do 1967. godine, a cijelim projektom, koji je imao za cilj da educira stanovništvo o važnosti štednje, rukovodio je ekonomista Ahmad El Najjar koji je bio inspirisan primjerom njemačkih štednih banaka. El Najjar je bio vođen pitanjima društvene pravde, smanjenja siromaštva, ekonomskog razvoja i jednakom pristupu kreditima (Hegazy, 2007). Mit Ghamr je zatvorena iz političkih razloga tadašnje vlade Egipta.

jer je obezbjeđivala beskamratne kredite siromašnima i onima koji su u potrebi, odobravalala stipendije za studente, odobravalala mikro kredite za male projekte na bazi raspodjele profita, ali istovremeno je bila važna zbog društvenog efekta koji je ostavila, jer je signalizirala poslovnim ljudima da mogu pokrenuti svoje biznise, iako su mali (Iqbal i Molyneux, 2005).

Drugi važan događaja jeste prva naftna kriza¹⁴ iz 1973. godine kada zemlje članice OPEC-a, koje su većinom muslimanske, ostvaruju ogromne prihode. Analizirajući ovaj period Alrifai (2015) navodi da je usljed povećanja bogatstva muslimanskih zemalja, došlo do interesa u istraživanju na relaciji finansija i islama, jer se veliki broj studenata i naučnika, koji su znanje sticali na Zapadu, vratio u matične zemlje. Ovaj period karakterističan je i zbog konferencija Ministara Finansija islamskih zemalja koja je održana u Karačiju, 1970. godine kao i dvije već spomenute konferencije u prvom poglavlju. Upravo je taj proces doveo do formiranja krovne islamske institucije, Islamske razvojne banke (*engl. Islamic Development Bank ili skraćeno IDB*) 1975. godine.

Zbog važnosti postojanja IDB, bitno je osvrnuti se na karakteristike ove multilateralne razvojne banke. Osnovana je 1973. godine, a formalno počela sa radom 1975. godine. Njen osnovni cilj je promocija društvenog i ekonomskog razvoja zemalja članica i muslimanskih zajednica u nemuslimanskim zemljama širom svijeta uspostavljanjem javno-privatnog partnerstva. Od osnivanja do 2011. godine IDB je investirala preko 70 milijardi USD u projekte zemalja članica¹⁵. Trenutno je 57 zemalja članica IDB-a¹⁶, a osnovni uslovi članstva su: članstvo u Organizaciji Islamske konferencije¹⁷ (*engl. Organization of the Islamic Conference ili skraćeno OIC*), uplata dionica u kapital banke, te spremnost prihvatanja statuta, pravila, uslova i odluka odbora guvernera banke.

Neki od ciljeva banke su¹⁸:

- dodavanje vrijednosti ekonomijama i društvima zemalja u razvoju kroz povećanje vještina i razmjene znanja,
- fokusiranje na nauku, tehnologiju i inovacije kao i na Ciljeve održivog razvoja UN-a sa ciljem rješavanja najvećih razvojnih izazova na svijetu putem povećanja povezanosti i finansiranja,
- promovisanje globalnog razvoja koji je zasnovan na šerijatskim održivim i etičkim strukturama finansiranja,
- podsticanje saradnje među zemljama članicama.

Islamska razvojna banka je vrlo aktivan sudionik globalnih društvenih kretanja. Tako na primjer, 2018. godine oformila je *Transform Fund* sa ciljem da ulaže u inovativne ideje u ranoj fazi pružajući osnovni podsticaj za inovatore, preduzetnike, start-up preduzeća, mala i

¹⁴ Prva naftna kriza bila je u vrijeme arapsko-izrealskog rata kada je tadašnjih 12 zemalja članica OPEC-a donijelo odluku o zabrani izvoza nafte na područje SAD-a. Cijena nafte od početka krize, 19.10.1973. do završetka, mart 1974. godine, skočila je sa 3 USD po barelu na 12 USD po barelu.

¹⁵ <https://www.isdb.org/announcement/idb-approves-us-495-million-new-financing-for-development-projects> (Pristupljeno, oktobar 2018).

¹⁶ Najveći procenat učešća u kapitalu banke ima Saudijska Arabija (23,50%) dok druge zemlje učestvuju sa manjim procentom; UAE (7.51%), Katar (7.18%), Turska (6.45%), Indonezija (2.25%), Malezija (1.63%). Bosna i Hercegovina nije članica IDB banke.

¹⁷ OIC sada nosi naziv Organizacija islamske saradnje i druga je po veličini međuvladina organizacija koja predstavlja kolektivni glas muslimanskog svijeta i radi na "očuvanju i zaštiti interesa muslimanskog svijeta u duhu promocije međunarodnog mira i harmonije". Od zemalja regiona samo je Albanija članica OIC-a od 1992. godine.

¹⁸ Za više o banci posjetiti <https://www.isdb.org/who-we-are/about>

srednja preduzeća i institucije kojima je potrebno početno finansiranje i kapital kako bi razvili svoje ideje. Isto tako, IDB je pokrenula i takmičenje iz oblasti nauke, tehnologije i inovacija pod nazivom "*Transformers Roadshow*". Cilj je prepoznati inovatore, naučnike i poduzetnike sa idejama koje mogu podržati jedan ili više Ciljeva održivog razvoja UN-a te povezati ih sa onima koji mogu prenijeti relevantno znanje i podršku, uključujući finansiranje, te koji im mogu ponuditi nove poslovne mogućnosti ili jednostavno strateške savjete¹⁹. Važno je istaći da je u 2019. godini, spomenuto takmičenje održano i u našoj zemlji.

U toku globalne pandemije izazvane korona virusom (COVID-19), koja je zvanično proglašena 11.3.2020. godine od strane Svjetske zdravstvene organizacije, IDB je početkom aprila iste godine stavila na raspolaganje 2,3 milijarde USD zemljama članicama koristeći princip 3R (*engl. Respond, Restore, and Restart*) odnosno odgovor, obnova i restart. Korišteni pristup naglašava upotrebu tehnologije kao ključnog elementa u svakoj fazi. Pored toga, u toku pandemije IDB je obezbijedila 500 miliona USD u već spomenuti *Transform Fund* sa ciljem finansiranja rješenja koja pomažu u suzbijanju širenja COVID-19, minimiziranju društveno-ekonomskih posljedica i stvaranje rezilijentnosti zemalja članica u cilju kreiranja dugoročnih rješenja za ublažavanje posljedica pandemije.

Iste godine kada je osnovna IDB, u UAE se osniva prva privatna islamska banka, Dubai Islamic Bank²⁰. Prema Iqbal i Molyneux (2005), period od 1975. godine do 1990. najvažniji je u historiji razvoja islamske finansijske industrije zato što je sam model islamskih finansija prepoznat ne samo kao alternativni model finansijske intermedijacije već i što je njen kredibilitet potvrđen kako u teoretskom tako i u praktičnom pogledu. Ovaj stav može biti potvrđen i činjenicom da se 1978. godine osniva prva islamska finansijska institucija na Zapadu koja posluje na islamskim principima, *Islamic Finance House*, u Luksemburgu što se može smatrati određenom vrstom proboja islamskog bankarstva na područja van muslimanskih zemalja.

Ovaj period karakteriše i formiranje važnih institucija, kako na lokalnom tako i međunarodnom nivou, koje su usmjerene isključivo na regulisanje i standardizaciju primjene islamskih propisa u poslovanju islamskih finansijskih institucija kao što su SESRIC (*engl. The Statistical, Economic and Social Research and Training Centre for Islamic Countries*) odnosno centar za istraživanja i obuku u području statistike, ekonomije i socijalnih pitanja za islamske zemlje koji je osnovan 1977. godine u Libiji, a koji ima za cilj koordinaciju istraživačkih i obrazovnih aktivnosti u cilju prikupljanja statističkih podataka u 57 zemalja članica OIC-a. Druga veoma važna institucija AAOIFI (*engl. The Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions*) ili Organizacija za računovodstvo i reviziju islamskih finansijskih institucija osnovana 1990. godine sa ciljem promocije primjene šerijatskih standarda u poslovanju islamskih finansijskih institucija. Detaljan pregled događaja historijskog razvoja islamskog bankarstva i finansija, od 1973.- danas, dat je u prilogu rada.

Pored osnivanja institucija, period 1990-tih karakteriše i otvaranje tzv. „*islamic windows*“²¹ od strane konvencionanih banaka koje tim putem klijentima nude usluge islamskog bankarstva. Neke od velikih konvencionalnih banaka koje su otvorile svoje „*islamic windows*“ su Citibank, HSBC, Standard Chartered, UBS, Deutsche Bank itd. Općenito,

¹⁹ <https://www.bbi.ba/bs/novosti/poziv-za-dostavu-aplikacija-za-transformers-roadshow-takmicenje> (Pristupljeno: 02.02. 2020. godine).

²⁰ Autori Iqbal i Molyneux (2005) navode da je državna pomoć ipak bila potrebna pa je vlada UAE uzela učešće od 20% u kapitalu banke, a vlada Kuvajta 10%.

²¹ Islamic windows je posebno odjeljenje konvencionalne banke koje nudi usluge islamskog bankarstva i finansija.

struktura organizacije pružanja usluga islamskog bankarstva može biti u jednoj od tri forme što je predstavljeno u narednoj tabeli.

Tabela 4: Vrste organizacija koje pružaju usluge islamskog bankarstva i finansija

	Islamski prozor (<i>engl. Islamic Windows</i>)	Podružnica (<i>engl. Subsidiary</i>)	Islamska banka (<i>engl. Full fledged</i>)
Opis	Usluge islamskog bankarstva se nude putem kanala promocije i distribucije konvencionalne banke	Usluge islamskog bankarstva se nude putem kanala promocije i distribucije konvencionalne banke te samostalnih kanala	Islamska banka koja nudi usluge i proizvode islamskog bankarstva putem kanala distribucije
Prednosti	Niski troškovi jer se koristi već postojeća infrastruktura	Srednji troškovi jer se koristi već postojeća infrastruktura Nezavisan menadžment	Samostalni menadžment. Sopstvena infrastruktura banke Kreiranje novih usluga ili proizvoda islamskog bankarstva
Nedostaci	Zavisi od poslovanja konvencionalne banke	Visoki troškovi uspostave branše islamskog bankarstva	Visoki operativni troškovi

Izvor: <https://islamicbankers.me/tag/islamic-banking-windows/>

Iako je islamsko bankarstvo doživjelo impresivan razvoj, stopa rasta islamskih finansija, iako pozitivna, niža je u odnosu na projekcije. U periodu između 2004. i 2011. godine složena godišnja stopa rasta, koja se koristi kod procjene rasta tržišta, (*engl. compound annual growth rate ili skraćeno CAGR*), iznosila je 38.5% (IFSB, 2013) dok je u 2017. godini stopa rasta bila 6% što je četvrta uzastopna godina da je u pitanju jednocifren broj (GIFR, 2018).

U analizi razloga ovakve situacije mogu se navesti faktori kao što je niska cijena nafte, politička dešavanja kao i deprecijacija domaćih valuta zemalja u kojima je islamsko bankarstvo najviše zastupljeno. Pitanje nafte je vrlo usko povezano sa islamskim finansijama budući da je ono većinom koncentrisano u zemljama izvoznicima nafte, prije svega u GCC zemljama, koje zajedno sa Malezijom i Iranom čine oko 80% vrijednosti cjelokupne industrije islamskih finansija (S&P, 2018).

Osim prethodno navedenih razloga, srž implementacije islamskog bankarstva još uvijek nije u potpunosti definisana. Ovo se posebno odnosi na zemlje u kojima islamsko bankarstvo funkcioniše u uslovima dominacije konvencionalnih finansija, kao što je slučaj sa Bosnom i Hercegovinom te fenomenom pogrešnih shvatanja o poimanju islamskih finansija koje prema Hayat i Malik (2014) podrazumijevaju da:

- muslimani, općenito, razumiju teoriju i praksu islamskih finansija i primjenjuju je u svojim finansijskim aktivnostima,
- islamske finansije uživaju aktivnu podršku vlada u većini zemalja sa većinski islamskim stanovništvom,
- Šerijat predstavlja jedini pravni zakon u svim zemljama sa većinskim muslimanskim stanovništvom,
- islamske finansije nisu namijenjene za nemuslimane,
- islamske finansije su većinski humanitarne nego komercijalne aktivnosti,

- islamske finansije su uključene u nelegalne aktivnosti kao što su pranje novca, a u određenim slučajevima i finansiranje terorizma,
- islamske finansije su u potpunosti imune na neetičnu praksu.

Reper (*engl. benchmark*) za određivanje profitne stope islamske banke su vezale za kretanje LIBOR-a gdje npr. Usmani (2004), u slučaju Murabaha ugovora navodi da, ako su ispunjeni svi drugi šerijatski uslovi, nema prepreke da se ova stopa koristi kao reper za određivanje profitne stope niti je time transakcija nevažeća. Ipak, prema Choudhury (2011) ova praksa za određivanje repera nije validna sve dok se ne razvije alternativni pristup zasnovan na stvarnim performansama stvarnih sredstava koja nisu u suprotnosti sa islamskim principima. Tome u prilog ide i mišljenje koje je matematičar Douglas Keenan iznio u časopisu Financial Times da je "pogrešno izvještavanje o stopama LIBOR-a moglo biti uobičajena praksa još od 1991. godine. Iako se razlika između prijavljene stope i stvarne stope može činiti mala, ukupna količina uključenog novca je materijalna, s obzirom da LIBOR stope utiču na ugovore vrijedne stotine milijardi" (Keenan, 2012).

Kako bi se obezbijedio indikator prosječnog očekivanog povrata na kratkoročna međubankarska finansiranja u skladu sa Šerijatom, 17 velikih islamskih banaka²², Thomson Reuters, Centralna Banka Baherina, Hawkamah Institut za korporativno upravljanje kao i multilateralne razvojne institucije poput IDB, SESRIC, AAOIFI, AIBIM, 2011. godine kreirale su islamsku međubankarsku referentnu stopu (*engl. Islamic Interbank Benchmark Rate ili skraćeno IIBR*). Formiranje ove stope predstavlja važan korak naprijed za uspostavljanje efikasnog međubankarskog islamskog tržišta (GIFR, 2015).

Prema Farooq (2014), IIBR koristi stope navedene od strane 18 islamskih banaka i „*islamic windows*“ konvencionalnih banaka, u vrijednosti USD sa ciljem pružanja alternative za određivanje cijene islamskih proizvoda nasuprot konvencionalnih stopa poput LIBOR-a. Međutim istraživanje autora Azad et. al (2018) pokazalo je da se IIBR ne može razdvojiti od LIBOR-a. Ovaj stav potvrđen je i u istraživanju od strane Nechi i Smaoui (2018) koji su analizirali kretanje IIBR u većini GCC zemalja koje su učestvovala u kreiranju IIBR. Rezultati su pokazali da u Saudijskoj Arabiji, Bahreinu i UAE postoji dugoročna veza ravnoteže između IIBR i LIBOR za razliku od kretanja u Kuvajtu i Kataru. Ipak i pored ovog problema, IIBR može biti korištena kao referentna stopa, jer u istraživanju od strane Nechi i Smaoui (2018) nisu uvrštene islamske banke iz drugih zemalja u kojima je islamsko bankarstvo značajno poput Irana, Turske, Malezije itd. kao i to da bi isključivanje „*islamic windows*“ konvencionalnih banaka iz IIBR značajno uticalo na njeno samostalno određivanje u odnosu na LIBOR.

U skladu sa time, da bi se bolje razumio koncept islamskog bankarstva, potrebno je detaljnije analizirati njegovu suštinu, formu i instrumente. U nastavku je dat pregled specifičnih karakteristika islamskog bankarstva u odnosu na konvencionalno, jer islamsko bankarstvo istovremeno može predstavljati i alternativu konvencionalnom bankarstvom sistemu, ali i jedini vid bankarskog opredjeljenja. Upravo na osnovu tih elemenata zavrjeđuje da bude predmetom istraživanja.

²² Abu Dhabi Islamic Bank (UAE), Qatar Islamic Bank (katar), Ahli United Bank (Kuvajt), Sharjah Islamic Bank (UAE), Albaraka Bank (Pakistan), Dubai Islamic Bank (UAE), Al Hilal Bank (UAE), Ithmaar Bank (Bahrein), Alinma Bank (Saudijska Arabija), Kuwait Finance House (Kuvajt), Al Salam Bank (Bahrein), Masraf Al Rayan (Katar), Bahrain Islamic Bank (Bahrein), National Commercial Bank (Al Ahli) (Saudijska Arabija), Barwa Bank (Katar), Noor Islamic Bank (UAE), National Bank of Kuwait (Kuvajt).

2.1 Suština islamskog bankarstva

Autori Lewis i Algaoud (2001) definisali su islamsku banku kao finansijsku instituciju koja pruža usluge klijentima na principima beskamatnog poslovanja čime je odobravanje kao i primanje kamate zabranjeno u svim transakcijama. Dar i Presley (2000) ističu da islamske banke obavljaju funkciju posrednika i povjerenika novca drugih ljudi, ali sa razlikom da prihode i gubitke dijele sa svojim deponentima omogućavajući im da imaju određeni vid vlasničkih prava u poslovnim transakcijama, dok u organizacionom smislu postoji velika sličnost sa konvencionalnim bankama.

Siddiqi (1967) navodi da su osnovne odrednice islamskog bankarstva kapital, solidarnost i stabilnost dok se prema Tlemsani i Al Suwaidi (2016) ovome mogu dodati još i transparentnost i razmjena informacija između investitora i menadžera kao i diverzifikacija rizika putem dijeljenja rizika. Posljednji elemenat je usko povezan i sa pitanjem profita koji dolazi sa odgovornošću.

Ahmad i Hassan (2007) navode da islamske banke imaju uticaj na štednju i investicije, stopu i obrasce ekonomskog rasta, alokaciju efikasnosti, stabilnost bankarskog sistema i stabilnost finansijskog sistema države u kojoj se implementira. U kombinaciji sa religijskim postulatima može se reći da postoji sedam osnovnih pravila islamskog bankarstva:

Zabrana kamate u svim transakcijama – Prema Ayub (2007), islamski zakon zabranjuje bilo kakav višak glavnice u ugovoru o kreditu, a kako bi se neutralizirala ova zabrana, islamski instrumenti su ili zajedničko ulaganje (*engl. joint venture*) ili su zasnovani na trgovini. Kamatna stopa je zamjenjena sa stopom povrata koja se ostvaruje *ex post* na ugovore o razmjeni ili dijeljenju rizika. U skladu sa time Schacht (1964) ističe da se islam ne protivi ostvarenju dobiti ili finansijske koristi sve dok se: napor vrši, (djelimična) odgovornost prihvata za ostvareni finansijski rezultat poduhvata koji je produktivan (dovdi do povećanja vrijednosti) i koji rezultira profitom koji je u skladu sa Šerijatom. Chong i Liu (2010) navode da se zabrana kamate u islamu može posmatrati kao dijelom vizije koja teži ka moralnoj ekonomiji što je predstavljeno u narednoj tabeli. Isto tako, može se reći da je zabrana kamate ustvari jasno definisanje šta kapital predstavlja u strukturi finansiranja. Ovaj stav usko se povezuje sa već spomenutim konceptom islamske moralne ekonomije koja kao takva odbacuje hegemonistički stav u smislu da kapital ima moć koja mu omogućava da određuje sve ostale uslove.

Tabela 5: Razlika između ribe (kamate) i profita sa islamskog stanovišta

Riba (kamata)	Profit
Riba je unaprijed određena, vezana za vremenski period i iznos zajma. Uvijek je pozitivna a rijetko je niska ili eventualno nula.	Profit je post-određen i njegova konačna vrijednost nije poznata dok poduzeta poslovna aktivnost nije završena. Profit može biti nula, negativan ili pozitivan.
Po definiciji riba je povećanje u zajmu ili dugu odnosno "plaćanje novca za njegovo korištenje (rentiranje)", bilo da se pozajmljena sredstva odnose na kredit za potrošnju ili proizvodnju.	Po definiciji, profit je nagrada za uposlenost kapitala u isključivo dozvoljene aktivnosti. On je rezultat napora i rizika preduzetog od strane dobavljača kapitala i poduzetnika.

Riba znači ostvarenje profita bez nпора (*engl. effortless profit*) dok s druge strane kamata ne dovodi do ostvarenja dodatne vrijednosti već se transferira sa jedne na drugu uključenu stranu u poslovnom procesu u određenom vremenskom periodu.

Dobit se može zahtijevati samo u slučaju kada je pretpostavljen rizik od gubitka ili je uloženi napor u ostvarenje poduhvata.

Izvor: Modifikovano prema Iqbal i Mirakhor (2009)

Upotreba PLS paradigme - još jedna specifičnost islamskog pristupa poslovnoj aktivnosti jeste što prema Adnan (2003), citiran u Adnan i Muhamed (2007), islamska ekonomija naglašava važnost realnog sektora naspram finansijskog kao i pitanje poimanja razlike između duga i imovine. Naime, u šerijatskom pristupu pozajmljivanje se ne smatra legitimnom profitabilnom aktivnošću (Venardos, 2005) već visina prinosa zavisi od ekonomskih rezultata projekta što znači da stvaranje dodatne vrijednosti treba biti rezultat partnerstva između investitora i korisnika sredstava koji dijele i nagradu i rizik. Na taj način se nagrada, koja je u vidu ostvarenog profita, obezbjeđuje ne tako što je unaprijed određena (kamata) nego što je „zaradena“ po osnovu uspješnosti projekta. Tu dolazi do izražaja princip odnosno paradigma podjele profita i gubitka (PLS).

Paradigma koja podrazumjeva podjelu profita (*engl. profit sharing*) naziva se Mudarabah dok se ona koja pored profita uključuje i raspodjelu gubitka (*engl. profit-loss sharing*) zove Musharakah koji će biti detaljnije objašnjeni u drugom dijelu ovog poglavlja. Prednost ovog principa je u tome što, prema Ariff (1988), dolazi do realokacije resursa na način da je omjer raspodjele profita određen od strane tržišnih uticaja na osnovu čega će kapital biti usmjeren u one sektore koji investitorima nude najveći omjer raspodjele profita.

Chong i Liu, (2010) ističu da će ugovori zasnovani na PLS paradigmi dovesti do:

- a) efikasnije alokacije kapitala, jer povrat na kapital i njegova raspodjela zavise od produktivnosti i održivosti projekta,
- b) kreiranja tržišne discipline, jer islamske banke moraju da izvrše strožiju kontrolu u pogledu klijenata sa kojima saraduju budući da mogu više da izgube u odnosu na konvencionalne banke, a depozitari da vode računa o izboru banke i da li ona zaista posluje u skladu sa islamskim propisima.

Dijeljenje rizika – investitori dijele rizik i povrat sa islamskom bankom što prema Khan i Mould (2008) dovodi do odgovornijeg pristupa kreditiranju kao i tome da osnov tog kreditiranja budu razumne i vrijedne investicije.

Zabrana špekulativnih aktivnosti (gharar) - ugovor mora sadržavati tačno definisana prava i obaveze obje strane i u njemu ne smije biti nedvosmislenosti (Chong i Liu, 2010).

Zabrana kocke (mejsir) - prema Imam i Kpodar (2010), mejsir se odnosi na neizvjesnosti koje nisu dijelom svakodnevnog života, kao što je kockanje ili odlazak u kazino. Razlika u odnosu na neki poslovni poduhvat jeste što je neizbježni rizik dozvoljen. Kao što je naglašeno u prvom poglavlju, gdje se nalaze elementi špekulativnih aktivnosti obično su tu prisutni i elemeti mejsira.

Zabrana investiranja u industrije koje nisu dozvoljene (haram) – da bi se obezbijedio ovaj uslov planirano investiranje mora proći kroz proces *skeniranja* odnosno provjere u smislu usaglašenosti sa šerijatskim kriterijumima. U engleskoj literaturi to srećemo pod terminom

Sharia screening criteria. Postoje dvije kategorije u okviru procesa provjere usaglašenosti sa šerijatskim propisima: *kvalitativni* koji se prema AAOIFI (2018) Šerijatskom standardu 21²³ odnosi na to da kompanija u svom memorandumu ne navede da joj je osnovni cilj da se bavi poslovima koji uključuju kamatu ili određenim aktivnostima koje su Šerijatom zabranjene poput proizvodnja alkohola ili slično i *kvantitativni* koji je finansijskog karaktera.

Prema Mahfooz i Ahmed (2014), cilj finansijskih kriterijuma provjere jeste da se isključe kompanije sa nedopuštenim nivoom konvencionalnog duga, likvidnosti, instrumenata koji sadrže određeni nivo kamate ili prihoda koji u sebi sadrži određeni nivo kamate. Idealna situacija jeste kada kompanije ne posuđuju na osnovu kamatne stope niti investiraju u dužničke instrumente kao niti da generiraju prihod kroz neke šerijatski nedopuštene aktivnosti. Ipak, Wilson (2004) navodi da takva idealna pozicija, na tržištu kapitala, nije u potpunosti moguća. Autori Derigs i Marzban (2008) ističu da većina kompanija ima određeni stepen izloženosti finansijama koje u sebi sadrže kamatu usljed upravljanja njihovim obrtnim kapitalom kao i za finansiranje nabavke osnovnih sredstava za potrebe ekspanzije i diverzifikacije.

AAOIFI (2018) je u okviru Šerijatskog standarda 21 definisao i niz finansijskih kriterijuma²⁴ koji se moraju uzeti u obzir prilikom procesa ocjene stepena dopustivosti ulaganja, a oni uključuju da:

- finansijske obaveze na koje kompanija plaća kamatu, u dugom ili kratkom roku, ne prelazi 30% tržišne kapitalizacije korporacije, sa napomenom da je uzimanje sredstava na kamatu zabranjeno bez obzira koliki taj iznos bio;
- ukupan iznos kamatonosnih depozita bilo na dugi, srednji ili kratki rok, ne smije preći 30% tržišne kapitalizacije ukupnog kapitala, sa napomenom da su kamatonosni depoziti zabranjeni bez obzira koliki taj iznos bio;
- prihod od djelatnosti koje su u islamskoj ekonomiji zabranjene mora biti manji od 5% ukupnog prihoda kompanije sa napomenom da ukoliko izvor prihoda nije pravilno objelodanjen (*engl. disclosed*) potrebno je uložiti više napora za njihovu identifikaciju, dajući dovoljno pažnje i opreza u tom pogledu. U skladu sa stavkom 3/4/6 standarda 21, postoji obaveza eliminacije prihoda iz nedopuštenih aktivnosti.

Ipak, u AAOIFI standardima i praksi islamskih institucija dolazi do određenog stepena razilichenja, jer prema Mahfooz i Ahmed (2014), AAOIFI koristi prag od 30% za nivo duga po osnovu kamata, dok većina islamskih indeksa (Dow Jones Islamic Index, FTSE Islamic Index, S&P Islamic Index, MSCI Islamic Index kao i bosanski SASX-BBI) primjenjuju prag od 33% ili 33,33% za ukupni dug. Drugo, AAOIFI i Dow Jones Islamic Index mjere finansijske omjere u odnosu na tržišnu kapitalizaciju dok FTSE Islamic Index i MSCI Islamic Index mjere finansijske omjere u odnosu na ukupna sredstva (Hadžić, 2014).

Zekat – pored socijanog efekta koji Zekat ima, Rosly (1989) navodi da Zekat utiče i na produktivnost i da se može posmatrati kao vid „*kazne*“ za islamske banke, jer nisu dovoljno mobilisale sredstva u produktivne svrhe. U praksi to znači da ukoliko je manje novca u cirkulaciji unutar finansijskog sistema dolazi do smanjenja proizvodnje, povećanja nezaposlenosti i reducuranja prihoda.

²³ AAOIFI Šerijatski standard 21 odnosno: Finansijski papiri – Dionice i obveznice (*engl. Financial Paper: Shares and Bonds*) stavka 3/4/1. Definisan je 2004. godine i tretira tematiku jasne distinkcije dozvoljenih odnosno nedozvoljenih poslovnih aktivnosti i preporuka u koje kompanije i poslove treba vršiti ulaganje.

²⁴ AAOIFI Standard 21, stavke 3/4/2, 3/4/3.

Pored prethodno navedenih sedam kategorija, mora se i istaći obaveza postojanja Šerijatskog odbora kao tijela koje donosi konačnu odluku o tome da li su poduzete aktivnosti banke u skladu sa islamskim principima. Isto tako, Šerijatski odbor ima za cilj da utvrdi i da li su poduzeti poslovni ugovori u rangu dozvoljenog stepena rizičnosti (Rammal, 2006). O ulozi Šerijatskog odbora bit će govora u posebnom dijelu ovog poglavlja.

Kada govorimo o konceptu javnog interesa, u smislu ostvarenja koristi za cijelu zajednicu, osnova islamskog bankarstva evidentira se preko uticaja na ekonomski rast kroz njegove funkcije kao što su obezbjeđenje kapitala za ekonomske aktivnosti na osnovu specifičnih karakteristika proizvoda islamskog bankarstva. Upravo u tom kontekstu se može posmatrati praksa korporativne društvene odgovornosti islamskih banaka. Dusuki i Abdullah (2007) ističu povezanost islamskih banaka sa društvenim uticajem po osnovu tri elementa koja ih razlikuju od konvencionalnih banaka:

- *osnivanje islamskih banaka* sa ciljem postizanja pravednijeg društva kroz prizmu islamske ekonomije – o ovoj pojavi Mashhour (1996), citiran u Maali et. al (2006), navodi da je u pravnom aktu u osnivanju mnogih prvih islamskih banaka, kao što je IDB, Faisal Islamic Bank u Egiptu i Sudanu, Jordan Islamic Bank u Jordanu, jasno naglašeno da je jedan od ciljeva poduzimanje društvenih aktivnosti.
- *primjena principa bratstva i kooperacije* kako bi se obezbijedio sistem dijeljenja kapitala i učešća u poslovnom poduhvatu i
- *društvena posvećenost* kroz etičke i moralne principe koji proizilaze iz Šerijata – jedan takav primjer ističe Al – Mograbi (1996), citiran u Maali et. al (2006), u smislu da islamske banke imaju dvojaku poziciju u društvenoj zajednici: religijsku i finansijsku. Religijska se odnosi na ispunjenje šerijatskih uslova poslovanja dok se finansijska fokusira da raspoloživa sredstva banke koriste za poduzimanje društveno-korisnih aktivnosti.

Pored ova tri elementa, Farook (2007) navodi i da islamske banke kao intermedijatori, mogu značajano uticati na stakeholdere svih islamskih finansijskih institucija u smislu idealne islamske investicije i procesa alokacije. S druge strane, Ahmad i Hassan (2007) ističu da islamske banke imaju veći stepen odgovornosti u odnosu na konvencionalne po osnovu toga što:

- imaju određenu misiju, u filozofskom pogledu, koju treba postići, jer kao što je već objašnjeno u prvom poglavlju, pojedinci, a tako i institucije, moraju da ispune formu i srž islamskog vjerovanja,
- treba da kanališu sredstva u odobravanje onih investicija koje su prije svega u skladu sa propisima i koje će uticati na povećanje i jačanje ekonomske osnove društva,
- treba da teže da ostvaruju harmoniju u društvu putem islamskog koncepta dijeljenja i brige o društvu kao cjelini.

U pogledu odnosa prema korporativnoj društvenoj odgovornosti, Ullah i Jamali (2010) navode da islamske banke treba da imaju veći stepen posvećenosti ka ovom konceptu budući da se vode religijskim odnosno etičkim principima i da su dužne da ih u praksi i implementiraju. Ovaj stav dolazi i do izražaja kada se postavlja pitanje prakse primjene korporativne društvene odgovornosti u islamskim bankama u smislu da li su oni ostali samo teoretske prirode ili se islamske banke zaista drže potpune njihove primjene?

Odgovor na ovo pitanje može redefinisati ekonomsku sintagmu „*maksimizacije profita*“ na način da, prema Tantawi i Youssef (2012), finansijske institucije predviđaju ekonomske benefite time što su društveno odgovorne. Takav pristup je refleksija visokih standarda u

pružanju usluga od strane onih banaka koje su identificirane kao etičke za razliku od onih koje nisu. Pored toga, sam koncept korporativne društvene odgovornosti može da posluži kao strateško sredstvo kompanije u pogledu njenog odnosa prema međunarodnoj konkurenciji (Will, 2007) što u slučaju islamskih banaka može poslužiti kao instrument u procesu internacionalizacije islamskog bankarstva.

2.2 Osnovni ugovori i instrumenti islamskog bankarstva

Kada govorimo o razvoju instrumenata islamskog bankarstva, pojedini instrumenti datiraju još iz predislamskog perioda, jer su prema Iqbal i Mirakhor (2009) merkantilističke zajednice Bliskog istoka slijedile dobro razvijene običaje i tradicije budući da su Arapi bili poznati kao poduzetni trgovci. Ovo se posebno odnosi na period prije početka Objave poslaniku Muhamedu koji je u to vrijeme, iako nepismen, bio vrlo uspješan trgovac koji je bio poznat u Jemenu, Siriji, Iraku, Jordanu i koji je zbog svoje čestitosti u poslu među stanovnicima Meke²⁵ bio poznat kao iskreni (*arap. Es-Sadik*) i povjerljivi (*arap. El-Amin*)²⁶. Prema Abdul-Rahman (2010) u vrijeme prije njegovog poslanstva, u trgovini se koristio *dirham*²⁷ od strane Perzijskog carstva, kao i *denarius* od strane Rimskog carstva. Odlika tog vremena bile su transakcije u različitom novcu, ovisno o tome gdje se trgovina obavlja. Abdul-Rahman (2010) ističe da je najveći izazov bio uspostaviti standardizirana pravila razmjene i to na pošten način kao i to kako uspostaviti paritet kada se trguje robama koje nemaju jednaku namjenu (različiti rodovi iste vrste²⁸) na način koji ne narušava slobodnu trgovinu, a koji je u isto vrijeme pravedan.

Poslanik Muhamed imao je rješenje za ove situacije na način da je vezao cijenu pojedine robe za standardnu robu koja je proizvedena i/ili se koristi u zajednici (Abdul-Rahman, 2010). U to vrijeme pored zlata i srebra, posebno vrijedna roba bile su hurme (datule), pšenica, ječam i so pa je Muhamed i kao trgovac, a kasnije i kao Poslanik, govorio da:

"Onaj ko bude prodavao (mijenjao) zlato za zlato, srebro za srebro, pšenicu za pšenicu, ječam za ječam, datule za datule i so za so, neka strogo pazi da budu jednake količine i da se prodaja vrši iz ruke u ruku".

Na osnovu toga, jedan od glavnih doprinosa islama bio je popisati, sistematizirati i formalizirati tradicionalne trgovinske i poslovne prakse u formalan pravni sistem standardiziranih ugovora, dovodeći do merkantilističkog zakona koji je u potpunosti usklađen sa islamom (Iqbal i Mirakhor, 2009). Ovo posebno dolazi do izražaja tokom perioda širenja islama na osnovu čega Nasser (1996), citiran u Alharbi (2015), ističe da su muslimani doprinjeli razvoju bankarskog sistema, jer su sa sobom donijeli:

- pravni sistem koji je uključivao pravila i načine upravljanja sa svim transakcijama,
- jak pravosudni sistem koji je bio sposoban da primjenjuje sve zakonite ugovore,

²⁵ Meka je oduvijek bila središte trgovine čiju je važnost dodatno uvećavalo to što je hram Kaba, koju je izgradio otac naroda – Abraham, bila tu smještena pa su je mnogi posjećivali. Pored toga, čuvanje hrama je bilo važna uloga koja je nosila ogroman prestiž u Meki, a u petom stoljeću Qusai su tvrdili da su potomci Abrahama pa su oni preuzeli tu dužnost dok je u biografiji poslanika Muhameda navedeno da je on bio direktni potomak te linije koja je vodila do Abrahama (Koehler, 2011).

²⁶ Poslanik je imao funkciju mudariba (menadžera) tadašnje veoma uspješne trgovkinje i bogate Hatidže.

²⁷ Ovaj novac koristio se i u staroj Grčkoj i poznat je kao drahma.

²⁸ Ovdje se misli na to da su npr. zlato i srebro metali, dakle iste vrste, ali različitog roda ili npr. pšenica i ječam su također žitarice (iste vrste) ali različitog roda.

- razne vrste komercijalnih papira i banknota koje su bile široko prihvaćene, kao što su vlastite mjenice (*arap. Reqaah al-Sayarifah*), mjenice (*arap. Suftaja*), certifikate (*arap. Sukuk*),
- licencirane bankare koji su imali kancelarije ili agencije u različitim dijelovima Islamske imperije i koji su prihvatili depozite, vršili prenos duga ili obaveze od jednog dužnika na drugog (*arap. Hawala*), vršili poslove razmjene novca, izdavanja novčanica i još mnoge druge usluge.

Ng, Mirakhor i Ibrahim (2015), navode mišljenje poznatih historičara i teoretičara islamske ekonomske misli poput Daniela Panzac i Murata Cizakca da je islamsko partnerstvo (Mudarabah) donesena iz Jerusalema u Francusku tokom 12-tog stoljeća i inkorporirana je u Lex Mercatoria – evropski zakon o trgovini tokom srednjeg vijeka. Pored Mudarabah, Udovitch (1970) spominje da su Suftaja i Hawala imale karakter pravne obaveze i predstavljale prve i najvažnije forme komercijalnih kreditnih instrumenata.

U modernoj eri upotreba sličnih pristupa kao što je islamski način poslovanja banaka, nalazimo u prijedlogu od strane ekonomiste Kotlikoff (2010) koji predlaže formu „*limitiranog*“ bankarstva u smislu da se ograniči uloga banaka na finansijske intermedijatore i da se time bankarstvo vrati na svoju prvu ulogu. Isto tako i autori Jackson i Dyson (2012) promovišu upotrebu investicijskih računa na bazi nagrade za rizik (*engl. risk-reward sharing*) što je u suštini vrlo slično sa osnovama islamskog bankarstva.

Kao što je pomenuto u prethodnom dijelu, islamsko bankarstvo pored finansijskih elemenata, uzima u obzir i nefinansijske elemente jednog poslovnog poduhvata, kao što su rad, znanje i vještine. U skladu sa time Hasanuzzaman (1994) klasificira poduzetnike i biznismene u tri kategorije, ovisno o njihovim finansijskim zahtjevima:

- a) oni koji imaju poduzetničkog talenta, ali ne posjeduju dovoljno novca kako bi pokrenuli biznis,
- b) oni koji imaju robu za prodaju ili mašine za iznajmljivanje, ali nemaju pristup tržištu i
- c) oni koji imaju finansijska sredstva koja ipak nisu dovoljna kako bi se projekat, koji su oni kreirali, u potpunosti realizirao.

Polazeći od ovog pristupa, ukratko ćemo analizirati instrumente islamskih banaka koje mogu u potpunosti da odgovore na ove zahtjeve koje je definisao Hassanuzaman. Ono što je evidentno jeste da se klasifikacija instrumenata ili ugovora ili proizvoda islamskog bankarstva može vršiti po više osnova, ovisno o tome koji aspekt se posmatra. Tako na primjer, autori poput Sarker (1999) klasifikaciju ugovora islamskog bankarstva vrše u tri grupe:

- a) oni koji se baziraju na direktnoj finansijskoj akomodaciji (*arap. Uqud al-Ishtirak*) gdje se ubrajaju instrumenti raspodjele profita, raspodjele profita i gubitka i raspodjele na osnovu konačnog rezultata;
- b) oni koji se baziraju na indirektnoj finansijskoj akomodaciji (*arap. Uqud al-Muawadhat*) gdje se ubrajaju instrumenti nabavne cijene uvećane za troškove (*engl. mark-up*),
- c) instrumenti na osnovu najama i instrumenti na osnovu kupovine unaprijed.

S druge strane, Van Greuning i Iqbal (2008), ugovore islamskih banaka dijele na finansijske, investicijske i ostale dok se prema Hadžić (2005) ta klasifikacija može izvršiti na:

- a) finansijski instrumenti za mobilizaciju bankarskih resursa,
- b) modeli finansiranja i
- c) instrumenti za realizaciju neutralnih bankarskih poslova.

U osnovi može se reći da je ugovorni odnos u islamskim finansijama složen i dinamičan (Khandelwal, 2009) pa radi jednostavnijeg prikaza najvažnijih instrumenata odnosno ugovora islamskih banaka, koristit ćemo klasifikaciju od strane Iqbal i Mirakhor (2009) koji instrumente islamskog bankarstva posmatraju u formi ugovora i razvrstavaju ih u četiri široke kategorije:

- transakcijski ugovori,
- finansijski ugovori,
- ugovori o posredovanju i
- ugovori o društvenom blagostanju, što je predstavljeno u sljedećoj tabeli.

Tabela 6: Klasifikacija instrumenata/ugovora u islamskom bankarstvu

Ugovori/instrumenti					
Transakcijski ugovori	Finansijski ugovori	Ugovori o posredovanju			Ugovori o društvenom blagostanju
		Partnerstvo	Usluge temeljene na naknadi	Osiguranje (<i>Tekaful</i>)	
Bay' (prodaja)	Finansiranje trgovine (<i>Murabaha</i>)	Mudarabah	Jamstvo (<i>Kifala</i>)		Bezamatni zajmovi (<i>Qard-hasan</i>)
Sarf (Razmjena)	Pokriveno imovinom (<i>Ijarah/Istisna</i>)	Musharakah	Usluge temeljene na naknadi (<i>Jo'ala</i>)		Zadužbine (<i>Waqf</i>)
Prodaja prava na upotrebu (Ijarah, Istisna)	Vlasničko partnerstvo (<i>Musharaka</i>)		Skrbnništvo (<i>Amanah</i>)		
			Zastupanje (<i>Wikala</i>)		

Izvor: Prilagođeno prema Iqbal i Mirakhor (2009)

Neki proizvodi islamskog bankarstva su više zastupljeni u praksi islamskih banaka u odnosu na druge, a isto tako, prema Marinković (2013), možemo uočiti finansijske aranžmane čija je namjena različita. Duran i Lopez (2012) ističu da su tradicionalni instrumenti islamskog bankarstva jednostavni za razumjeti i u osnovi mogu biti upoređeni sa onima koje nude konvencionalne banke. Kada govorimo o onim instrumentima koji se najviše koriste, autori Zaher i Hassan (2001) zastupaju stav da se oni mogu podijeliti na pet osnovnih instrumenata koji će biti objašnjeni u nastavku. Pored toga, može se usvojiti i klasifikacija prema Khan i Bhatti (2008) da se instrumenti islamskih banaka dijele na one koji su zasnovani na PLS paradigmi (Mudarabah, Musharakah) i oni koji nisu (Murabaha, Ijarah, Istisna, Qard-hasan).

Mudarabah – je partnerstvo u profitu, pri čemu jedna strana obezbjeđuje kapital (*arap. Rab al-Mal*), a druga strana (*arap. Mudarib*) obezbeđuje rad (AAOIFI, 2018). Mudarabah ima karakter partnerstva gdje se raspodjela profita jasno utvrđuje prema unaprijed dogovorenom odnosu (*engl. pre-agreed ratio*) dok u slučaju gubitka, njega snosi vlasnik kapitala.

Karakteristika Mudarabahe jeste što je to ugovor zasnovan na povjerenju i predstavlja kombinaciju kapitala i rada budući da islamska banka obezbjeđuje kapital a druga strana svoje menadžerske sposobnosti, za dogovorenu platu. Pored toga, Mudarib je taj koji ustvari vodi cijeli poslovni poduhvat. Kao što je već rečeno, u slučaju gubitka banka snosi gubitak, ukoliko on nije nastao kao posljedica lošeg menadžerskog upravljanja ili nesavjesnog kršenja ugovora, što znači da u ovoj vrsti ugovora nema dijeljenja gubitka već samo profita. U slučaju gubitka, Kettell (2011) navodi da banka taj gubitak prebacuje na depozitare odnosno vlasnike investicionih računa.

Prema AAOIFI Šerijatskom standardu 13, koji tretira pitanja Mudarabah ugovora, postoje dvije vrste:

- *Neograničena Mudarabah (engl. unrestricted)* u kojoj vlasnik kapitala dozvoljava Mudaribu da upravlja Mudarabah ugovorom bez ograničenja što znači da Mudarib ima potpunu poslovnu slobodu da prema sopstvenim kapacitetima i znanju usmjerava i vodi poslovni poduhvat. Ovdje ponovo dolazi do izražaja karakteristika ovog ugovora a to je povjerenje. Ipak ovakva vrsta ugovora mora se voditi u najboljem interesu vlasnika kapitala i u cilju ostvarenja profita što znači da aktivnosti Mudariba moraju biti usmjerene na poštivanje svih odredbi Mudarabah ugovora.
- *Ograničena Mudarabah (engl. restricted)* u kojoj vlasnik kapitala ograničava djelatnosti Mudariba u pogledu lokacije ili određenu vrste investicija koje vlasnik kapitala smatra adekvatnim ali ne na način koji bi neopravdano ograničavao Mudariba u njegovim operacijama. Zbog ove mogućnosti Mudarabah se nekada zove i pasivno partnerstvo (Kettell, 2011).

Kada govorimo o upotrebi Mudarabah ugovora u sadašnjoj eri poslovnog bankarstva, ugovor je tokom vremena modificiran pa je razvijen pristup dvorazinske Mudarabah (*engl. two tier Mudarabah*). Kettell (2011) navodi da ovaj novi pristup omogućava postojanje tri strane u ugovoru: depozitare kao finansijere, banku kao intermedijatora i poduzetnika koji traži sredstva. Kada primi sredstva od depozitara, banka ima ulogu Mudariba ali i ulogu vlasnika kapitala (Rab al-Mal) jer omogućava sredstva poduzetnicima. Budući da se u bilansu islamskih banaka Mudarabah nalazi i na strani aktive i na strani pasive, Ahmed (2011) ističe da se profit i gubitak dijele na sve učesnike jer svako pomjeranje na strani aktive će biti apsorbovano na strani obaveza.

Ipak, sprovedena naučna istraživanja upućuju na to da je upotreba Mudarabah ugovora u praksi islamskih banaka smanjena iako prema Usmani (2004) ovaj ugovor predstavlja idealni model finansiranja. U skladu sa time Adnan i Muhamad (2007) smatraju da je većina menadžera islamskih banaka naviknuta na nerizične instrumente (*engl. risk averse*) čime je Mudarabah okarakterisan kao rizičan dok je rizik ustvari povezan sa vanjskim faktorima gdje se pouzdanost i transparentnost potrošača ne može garantovati.

Teoretičari i istraživači islamskog bankarstva navode da su se islamske banke odmaknule od izvornih principa svog osnivanja budući da se većina njihovih poslova zasniva na dužničkim instrumentima finansiranja (*engl. debt-based financing*). U prilog tome ide i istraživanje sprovedeno od strane Nagaoka (2007) koji je na primjeru islamskih banaka *Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB)* i *Dubai Islamic Bank (DIB)*, istraživao stepen zastupljenosti pojedinih vrsta ugovora gdje su rezultati pokazali da je u periodu od 1984. do 2006. zastupljenost Mudarabah i Musharakah, kao još jednog vida PLS paradigme, u BIMB iznosila oko 1.7% odnosno 9,3% u slučaju DIB za period od 1988. do 2006. godine. S druge strane, zastupljenost Murabaha instrumenta (trošak plus) za isti period iznosila je 88.1% za BIMB

odnosno 67.3% za DIB. To se, kako ističe Asutay (2012), može protumačiti da se islamske banke kreću ka pravcu konvencionalnih banaka.

Međutim razlozi smanjenog korištenja Mudarabah ugovora mogu se pronaći u većem stepenu rizika kojem su izložene islamske banke te problemu asimetričnih informacija. Bacha (1997) navodi da Mudarabah karakteriše niži očekivani povrat i visok rizik čime ova nejednaka distribucija rizika i povrata ima za rezultat da islamske banke, kao i „*islamic windows*“, reduciraju upotrebu ovog ugovora za finansiranje njihovih investicija. Drugi problem jeste problem asimetričnih informacija i agencijskog problema koji je prema Siddiqui (2001) intenzivniji kada su u pitanju islamske banke u odnosu na konvencionalne.

U istraživanju sprovedenom od strane Darmawangsa (2003), citiran u Adnan i Muhamad (2007), ističe se mogućnosti pojave *gharara* kada se finansiranje projekta vrši na bazi nekompletnih informacija i kada vlasnik kapitala nema dovoljno informacija o poduzetom projektu jer na taj način nema kapacitet da ga kontroliše. Pored toga, postoji i mogućnost pojave neusklađenosti između povučenog novca i završenog posla što može dovesti do prekoračenja u trošenju sredstava posebno ako Mudarib sredstva troši za ono što nije predmet ugovora čime prema Kettell (2011), Mudarabah ugovor može biti toliko rizičan da je konvencionalnim bankama nezamisliv.

Musharakah – podrazumijeva sporazum između dvije ili više stranaka da kombinuju svoju imovinu, rad ili obaveze radi ostvarivanja profita. U osnovi ima karakter „joint venture“ jer sama riječ *Musharakah* znači dijeljenje ili „*da se udružimo po određenom cilju*“ (Khan i Bhatti, 2008). Prema Kettell (2011) ovaj ugovor može imati formu *Mufawada*, što znači neograničeno i jednako partnerstvo u kojem partneri uživaju potpunu jednakost u pogledu kapitala, menadžmenta, prava na raspolaganje i učešća u gubitku ili *An 'inan Musharaka* koja je ograničena po pitanju konkretnog poduhvata gdje različite interesne strane imaju različita prava i sljeduje im različit udio u profitu kao odraz različitog stepena učešća.

U osnovi *Musharakah* može imati formu neograničeneog i jednakog partnerstva na osnovu čega je svaki partner agent i garant drugog (Kettell, 2011). Kao i kod Mudarabah ugovora, raspodjela profita mora biti unaprijed određena dok se udio u gubitku snosi samo do visine unesenog kapitala. Karakteristika *Musharakah* ugovora jeste i to što umjesto zagaranovanog povrata od npr. 10% on može biti 2% ili 102%. Hadžić (2005) identificira dvije vrste *Musharakah*; *trajna* koja predstavlja trajno učešće nastalo vlasničkim udjelom ili dioničarstvom banke u kapitalu zajedničke firme i opadajuću *Musharakah* (*engl. Diminishing Musharakah*) i predstavlja postupno smanjujuće učešće banke (ili partnera) u kapitalu zajedničke firme. Najčešći primjer u praksi islamskih banaka jeste finansiranje kupovine stana.

Prema AAOIFI Šerijatskom standardu br.12, koji reguliše ovu vrstu ugovora, neophodno je da se ova kupovina i prodaja ne određuju u ugovoru. Drugim riječima, kupcu se može dati samo obećanje za kupovinu. Ovo obećanje treba da bude nezavisno od ugovora o partnerstvu. Pored toga, kupoprodajni ugovor mora biti nezavisan od ugovora o partnerstvu i nije dozvoljeno da se jedan ugovor zaključi kao uslov za zaključivanje drugog (AAOIFI, 2018). Budući da su Mudarabah i *Musharakah* instrumenti zasnovani na partnerstvu, Azmat et. al (2015) ih definiše kao islamski joint venture (*engl. Islamic joint venture ili skraćeno IJV*).

Murabaha – predstavlja ugovor baziran na trgovini odnosno tehniku kratkoročnog finansiranja (Hadžić, 2004). Neki autori poput Farooq (2007) za *Murabaha* koriste izraz

participirajuće finansiranje iako potiče od arapske riječi *ribh* što znači profit pa se u engleskoj literaturi najčešće definiše kao markp – up što se prevodi kao trošak plus. Srž Murabaha jeste prodaja robe po cijeni uvećanoj za određeni profit. Ovaj instrument je i najviše korišten od strane islamskih banaka u praksi njihovog poslovanja. Kettell (2011) objašnjava Murabaha ugovor kao islamsku finansijsku strukturu gdje intermedijator kupuje imovinu sa punim pravom posjedovanja. Intermedijator i kupac se dogovora u pogledu prodajne cijene (uključujući dogovoreni profit za intermedijatora) koja se može odobriti u ratama ili kao paušalno plaćanje. Ovaj instrument predstavlja formu kreditne prodaje u skladu sa šerijatskim pravilima.

Iqbal i Mirakhor (2009) predstavljaju tehniku Murabaha ugovora na sljedeći način:

- a) klijent banke koji traži finansiranje opisuje prodavatelju robu koju želi kupiti i traži od prodavatelja da mu izda predračun;
- b) nakon što je dobio predračun od prodavca, klijent kontaktira banku i obećava joj da će kupiti robu od nje ako banka kupi istu od prodavca i preproda je klijentu po cijeni koja uz originalni trošak iz predračuna uključuje i dobit koju zajednički dogovaraju. U ovoj fazi banka razmatra hoće li sklopiti Murabaha ugovor i određuje uslove i jamstva za prihvatanje;
- c) da bi prodajna transakcija bila Šerijatski ispravna, finansijer (u ovom slučaju banka) mora postati vlasnik predmeta kupoprodajnog ugovora tako da je sljedeći korak u ovoj transakciji da banka kupuje proizvod od prodavca i izvršava plaćanje. Pošto je banka vlasnik proizvoda, sklapa ugovor sa klijentom u kome se navodi dobit ili marža koja će se zaračunati uključujući i sve druge bitne detalje. Ugovor se zaključuje dogovorom oko načina plaćanja odnosno da li će ono biti jednokratno ili u obrocima. Pored Murabaha ugovora, banka prihvata robu i drugu imovinu kao kolateral od kreditnog rizika ili rizika nemogućnosti plaćanja od strane klijenta.
- d) Posljedni korak jeste da klijent, u skladu sa ugovorom, izvrši plaćanje banci koje uključuje trošak proizvoda za banku uvećan za profitnu maržu banke.

Ipak, neki autori smatraju da Murabaha, iako jeste odobrena od strane Šerijatskog odbora, ustvari više ima formu islamskog koncepta nego što je u osnovi zaista islamski instrument. Tako naprimjer, Usmani (2004) navodi da je Murabaha instrument kreiran da se pobjegne od kamate i nije idealan za sprovođenje realnih ekonomskih aktivnosti što je cilj islama. On ističe da ovaj instrument treba da ima karakter tranzicijskog u smislu da se može koristiti u procesu islamizacije jedne ekonomije i da se treba ograničiti samo na one slučajeve kada se Mudarabah i Musharakah ne mogu praktisirati. U skladu sa time došlo je do pojave nečega što je u literaturi islamskog bankarstva zove Murabaha sindrom (*engl. Murabaha syndrom*). Yousef (2004) definiše ovu pojavu kao konzistentnu tendenciju islamskih finansijskih institucija da se oslanjaju na instrumente duga dok vrše investiranje sredstava.

Kada govorimo o razlikama Murabaha instrumenta u odnosu na konvencionalne, El-Gamal (2006) ukazuje na izloženost rizicima povezanim sa prodajom predmeta ugovora jer banka zaista i posjeduje robu koja je predmet ugovora kao i činjenicu da ukoliko klijent na vrijeme ne izvrši uplatu odloženog plaćanja, princip trošak plus neće povećati dogovorenu cijenu zbog kašnjenja. Pored toga, Iqbal i Mirakhor (2009) ističu da je putem Murabaha ugovora stvoreno finansijsko potraživanje prema kratkoročnoj i relativno niskorizičnoj realnoj imovini. Zandi et al. (2012) naglašavaju važnost činjenice da iznos zarađenog profita u transakciji nije nagrada za korištenje sredstava od strane finansijera. U osnovi finansijer ne može uzeti novac ako ne vrši druge usluge osim korištenja svog novca za transakciju.

Suštinski, Murabaha se također može posmatrati kao ugovor zasnovan na povjerenju jer se očekuje da finansijer objelodani stvarni iznos troškova koje je imao u procesu transakcije.

U nekim zemljama poput Malezije, Murabaha se još identificira i pod nazivom *Bai Bithaman Ajil* (skraćeno BBA) kojeg je u ovoj zemlji razvila Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB). Instrument je namijenjen za kupovinu stana ili kuće i ima karakter odloženog plaćanja. Suštinska razlika između Murabaha i BBA jeste što se BBA koristi za dugoročno finansiranje. Ipak ne postoji konsenzus među islamskim učenjacima u pogledu upotrebe ovog instrumenta u svim islamskim zemljama²⁹ jer kupac postaje vlasnik predmeta ugovora tek nakon što je izvršena potpuna otplata u roku pa se smatra da je opadajuća Musharakah bolji izbor (Meera i Abdul Razak, 2009) jer kupac može postati vlasnik i ranije budući da udio banke u vlasništvu opada.

Ijarah – predstavlja formu aranžmana o iznajmljivanju. Tehnički, Ijarah ugovor je ugovor o prodaji, ali se pritom ne radi o prodaji opipljive imovine, nego o prodaji prava na korištenje (*engl. usufruct*) na određeno vremensko razdoblje (Iqbal i Mirakhor, 2009). Ijarah u osnovi liči na konvencionalni pristup lizingu sa razlikom da, u skladu sa šerijatskim propisima, davatelj lizinga (*arap. muajjir*) mora biti vlasnik predmeta ugovora i da u slučaju neplaćanja ili kašnjenja sa uplatom ne dolazi do zaračunavanja kamate.

U pogledu vrste Ijarah ugovora, kao i u konvencionalnom bankarstvu i ovdje postoji operativni Ijarah ugovor koji na kraju definisanog vremenskog roka ne završava transferom vlasništva za razliku od *Ijarah wa Iqtina* koja sa aspekta sličnosti sa konvencionalnim bankarstvom, ima karakter finansijskog lizinga. Prema Kettell (2011) mnoge islamske banke koriste Ijarah ugovore kao vid finansiranja umjesto dugoročnog pozajmljivanja na bazi kamate. Iako je kao instrument zastupljen u portfelju islamskih banaka, činjenica je da nije prisutan u mjeri u kojoj bi mogao biti budući da banke, kao stvarni vlasnici predmeta ugovora, imaju i dodatne odgovornosti u pogledu upravljanja predmetom lizinga što nije njihov osnovni posao.

Istisna – ima karakter naručene proizvodnje i potiče od arapske riječi *Sina'a* što znači proizvodnja specifične robe prema narudžbi. Prema Ketteell (2011), *Istisna* predstavlja kupoprodajni ugovor kojim kupac traži od prodavca da proizvede specifično definisani proizvod, po datoj cijeni, koristeći sirovine prodavca. Ugovorne strane su naručilac (*arap. al-mustasni*) i prodavac (*arap. al-musania'a*). Karakteristika ovog ugovora jeste što se odstupa od Šerijatskog pravila da predmet kupoprodajnog ugovora mora biti postojan jer predmet ugovora ne postoji u trenutku prodaje. Plaćanje od strane kupca se vrši periodično. U osnovi ova vrsta ugovora se zaključuje između krajnjeg korisnika i prodavca ali u modernim finansijama, islamska banka se pojavljuje kao intermedijator. U praksi to se zove paralelna *Istisina*.

Salam – predstavlja vrstu ugovora koji datira iz preislamskog perioda, najčešće korišten u poljoprivredi, i ima oblik terminskog ugovora (*engl. forward*) u kome je cijena unaprijed plaćena dok se isporuka vrši kasnije (Ayub, 2007). Kao i u slučaju *Istisne*, predmet ugovora (*arap. muslim fihi*) ne postoji za vrijeme zaključenja ugovora. Razlika između *Salem* i *Istisna* ugovora jeste što je predmet *Istisna* ugovora uvijek predmet koji treba proći kroz proces proizvodnje dok kod *Salem* ugovora predmet ugovora može biti bilo šta, bez obzira da li tek treba da se proizvede ili ne (Kettell, 2011). Ugovor se sklapa između kupca (*arap. muslim*) i prodavca (*arap. muslim ilejh*).

²⁹ Najviše se koristi u Maleziji, Indoneziji i Brunejima.

Iqbal i Mirakhor (2009) ističu da je Salam izuzet od općeg pravila u pogledu zabrane terminske prodaje ali s druge strane ugovor je podložan strogim uslovima kao što su:

- Transakcija je ograničena na proizvode čija se kvaliteta i količina mogu u potpunosti odrediti u vrijeme zaključenja ugovora jer ukoliko se kvalitet ili količina proizvoda ne može ustanoviti onda se ugovor ne može realizovati;
- U vrijeme ugovora plaća se puna kupovna cijena;
- Tačan datum i mjesto isporuke se mora utvrditi ugovorom;
- Dozvoljeno je uzeti zalog i jamca čime se jamči da će prodavač ispuniti svoju obavezu i isporučiti prodano dobro u roku;
- Prodavač mora fizički ili konstruktivno posjedovati dobro koje namjerava prodati. U ekonomskom pogledu, prednost Salam ugovora jeste što prodavac dolazi do potrebnih sredstava radi obezbjeđenja likvidnosti dok je kupac zaštićen od rizika promjene cijene.

Tawarruq – monetizacija odnosno poznatiji kao „*obrnuti Mudarabah*“ koji funkcioniše po principu posuđivanja gotovine ali uz dvije odvojene transakcije (Hadžić i Hanić, 2015). Osnova ovog instrumenta jesu finansijski instrumenti zasnovani na gotovini što je u skladu sa prirodom mehanizma *tawarruq* modela a to je obezbjeđenje likvidnosti (Mohamad i Ab Rahman, 2014). Postoje dva osnovna tipa. Prvi tip odnosno „*klasični tawarruq*“ podrazumijeva da pojedinac kupi robu od banke, na odloženo, koju kasnije prodaje drugoj osobi ili banci za novac u cilju dobivanja potrebnih likvidnih sredstava. Drugi tip *tawarruq* modela jeste „*organizovani tawarruq*“ kada pojedinac kupuje robu, standardizovanog tipa, od islamske banke na kredit. Banka kupljenu robu prodaje klijentu po cijeni većoj sa rokom plaćanja u budućnosti. Klijent angažuje banku kao svog agenta koja prodaje robu brokeru za gotovinu i depozite koju uplaćuje na svoj račun. Rezultat ovih transakcija znači da klijent dobiva gotovinu a banci duguje finansirani iznos uvećan za predviđeni povrat. Upravo ova vrsta *tawarruq* ugovora je predmet razilaženja islamskih učenjaka ali i ekonomista pa ga neki, poput Mihajat (2015) nazivaju hibridnim ugovorom jer ima karakter *hīlah* što se može prevesti kao pravni *trik* (engl. *legal trick*).

Qard-hasan – poznat i kao „*lijepi*“ kredit predstavlja dobronamjernu vrstu kredita bez troškova i naknada ali prema Iqbal i Shafiq (2015), moralnom obavezom zajmoprimca da otplati glavnicu ako je u finansijskom položaju da to učini. Ako zajmoprimac nije finansijski sposoban da vrati pozajmljeni iznos, onda će povjerilac "oprostiti" kredit. U osnovi ova vrsta kredita se odobrava onima koji su slabijeg finansijskog stanja, kako bi postali dijelom ekonomske aktivnosti u smislu pokretanja sopstvenog biznisa, kao i studentima u cilju uspješnog završetka studija. *Qard-hasan* kredit je posebno interesantan sa aspekta posmatranja društvene uključenosti islamskih banaka i iz tog razloga je dijelom indeksa korporativne društvene odgovornosti. Osim ovih karakteristika, Hanić i Sućeska (2018) navode i da se ova vrsta kredita može posmatrati i kroz prizmu ostvarenja Ciljeva održivog razvoja konkretno prvog cilja (smanjenje siromaštva) i četvrtog (kvalitet obrazovanja).

2.3 Karakteristike poslovanja islamskih banaka

Islamske banke su finansijske institucije koje se mogu posmatrati kao alternativa konvencionalnim bankama ili kao jedini vid obavljanja poslovne djelatnosti. Kao što je već objašnjeno u prvom poglavlju, u nekim zemljama islamski finansijski sistem je jedini koji je prisutan dok u drugima egzistira dualni u kome jednako i slobodno funkcionišu i konvencionalno i islamsko bankarstvo i finansije. U ovom poglavlju objašnjene su specifične karakteristike islamskih banaka kao i instrumenti odnosno ugovori koje islamske banke nude.

Da bi se u osnovi mogao shvatiti koncept primjene ovih pravila i načina poslovanja, potrebno je, kratko, osvrnuti se i na pitanje koliko je svjetska finansijska kriza iz 2008. godine uticala na poslovanje islamskih banaka? Da li su zahvaljujući rigidnim pravilima poslovanja islamske banke bile stabilnije u toku svjetske ekonomske krize?

Bankroti vodećih finansijskih konglomerata počevši od Lehman Brothers su se nizali jedan za drugim što je rezultiralo da se izgubi okosnica finansijskog sistema a to je povjerenje dok je društvena odgovornost potpuno zanemarena. Na primjer, Istražna komisija o finansijskoj krizi (*engl. The Financial Crisis Inquiry Commission ili skraćeno FCIC*), utvrdila je da su menadžeri AIG potpuno ignorisali uslove i rizike 79 milijardi USD izvedenih vrijednosnih papira koji su bili izloženi hipotekarnim sredstvima. Dobitnik Nobelove nagrade za ekonomiju, Paul Samuelson, citiran u Iley i Lewis (2013), upozoravao je da trenutno vođeni stav društva koji propagira „*ja, ja, sada, sada, potrošnja, potrošačka generacija*“ (*engl. me, me, now, now, consume, consume generation*) upravo može rezultirati krizom.

Nakon izbivanja svjetske ekonomske krize, svijet je postavio pitanje: u čemu je suštinska razlika između islamskih i konvencionalnih banaka? Istraživanja od strane Ahmed (2009), Khan (2009) i Siddiqi (2009) stava su da principi islamskog bankarstva i finansija ne dozvoljavaju islamskim finansijskim institucijama da budu direktno izloženi krizi iz razloga što špekulativni i rizični instrumenti, kakvi su izvedeni vrijednosni papiri, nisu dozvoljeni. Pored toga, prema Beck et al., (2012), svjetska finansijska kriza uticala je negativno na kvalitet aktive konvencionalnih banaka dok su islamske banke imale veći kvalitet aktive, bile su bolje kapitalizirane i mogle su da nastave sa svojom ulogom intermedijatora i u toku trajanja finansijske krize za razliku od svojih konvencionalnih konkurenata. Sa druge strane, uticaj finansijske krize na profitabilnost islamskih banaka povećava se sa povećanjem ukupne aktive banaka, likvidnosti i režijskih troškova (Almanaseer, 2014).

Jedan od razloga zbog čega su islamske banke drugačije reagovala na finansijska kretanja tokom krize jeste specifičnost rizicima kojima su izložene. Pored toga, svaka islamska banka mora da ima Šerijatski odbor koji odobrava ili ne odobrava planirane poslovne aktivnosti. Ova dva vrlo bitna pitanja u islamskim finansijama su objašnjena u nastavku.

2.3.1 Uloga Šerijatskog odbora

Kako bi investicije i ulaganja islamskih banaka bile u skladu sa šerijatskim propisima, o tome se brine Šerijatski odbor banke (*engl. Shariah Supervisory Board ili skraćeno SSB*) kojeg svaka islamska banka mora da ima. Muwazir et al. (2006) posmatraju Šerijatski odbor kao „*religijskog savjetnika u kući*“. Historijski posmatrano, koncept „šerijatske provjere“ donošenja odluka ima uporište još u vremenu rane uspostave muslimanske države i to u formi hisbe (*engl. hisbah*) što predstavlja odgovornost u kontekstu uspostave i održavanja šerijatskih propisa. Kahf (2002) ističe da je Faisal Islamic Bank u Egiptu bila prva banka koja je uvela instituciju Šerijatskog odbora.

Prilikom odabira banke od strane klijenta, Dusuki i Abdullah (2007) ističu da se tri karakteristike banke uzimaju u obzir a to su reputacija, religijski i ekonomski faktori. U tom pogledu postojanje Šerijatskog odbora garantuje da je islamska banka zaista posvećena ka ispunjenju islamskih principa i da su proizvodi odnosno ugovori koje nude, šerijatski prihvatljivi. Ova veza je dvosmjerna iz razloga što time banka obezbjeđuje zadovoljstvo svojih klijenata koji zauzvrat svojom lojalnošću i povjerenjem prema datoj islamskoj banci,

utiču na, kako ističe Kashif al., (2015) povećanje profitabilnosti banke što vodi do većeg tržišnog udjela.

S druge strane, ukoliko islamska banka ne ispunjava šerijatske standarde poslovanja, klijenti mogu povući depozite dok investitori mogu odustati od poduzetih investicija čime dolazi do pada profitabilnosti banke a rasta rizika (Nomran et. al, 2018). U osnovi to znači da islamske banke moraju ispuniti očekivanja svojih klijenata a posebno u domenu usklađenosti sa šerijatskim propisima. S druge strane, usljed izloženosti određenim specifičnim rizicima islamskih banaka, Šerijatski odbor je bitan i u tom pogledu jer se mitigacija rizika vrši u skladu sa preporukama ovog odbora. Na taj način razvijen je koncept specifičan islamskim bankama koji je u engleskoj terminologiji poznat kao *Shariah governance* što se može prevesti kao upravljanje u skladu sa Šerijatom. Time je sistem upravljanja u skladu sa Šerijatom ekskluzivan i jedinstven okvir korporativnog upravljanja u međunarodnim islamskim finansijskim institucijama za razliku od konvencionalnih (Dusuki, 2011).

U pogledu definicije šta Šerijatski odbor predstavlja, Garas i Pierce (2010) ističu da nema standardne definicije ali da isto tako može biti mnoštvo definicija. DeLorenzo (2000) karakteriše Šerijatski odbor kao nezavisno tijelo, formirano od strane banke da reguliše i upravlja aktivnostima islamskog investicijskog portofolia u skladu sa Šerijatom. Pored toga, Šerijatski odbor sastoji se od vrsnih poznavaca šerijatskog prava ali i ekonomista, najčešće visoko obrazovanih stručnjaka.

Prema Iqbal i Mirakhor (2009), Šerijatski odbor nadležan je u sljedećih pet područja:

- certifikacija dozvoljenih finansijskih instrumenata te verifikacija usklađenosti transakcija sa izdanom fetvom,
- izračun i plaćanje Zekata,
- raspolaganje prihodima neusklađenim sa Šerijatom i
- savjetovanje o raspodjeli prihoda i troškova na dioničare banke i imatelje ulagačkih računa. Odbor priprema izvještaj kojim se potvrđuje usklađenost svih finansijskih transakcija sa ranije spomenutim načelima i taj izvještaj je, najčešće, sastavni dio godišnjeg izvještaja islamske finansijske institucije.

Lewis i Algaoud (2001) ističu da kada Šerijatski odbor ne može sa sigurnošću tvrditi da predloženi poslovni poduhvat zaista ima uporište u Šerijatu, onda odbor treba da predloži alternativu date transakcije. Međutim tu se mogu uočiti određene nedoumice koje su usko povezane sa Šerijatskim odborom i njegovim članovima. Prvi problem jeste problem nezavisnosti. Naime, članovi Odbora su zaposlenici banke što prema Grais i Pellegrini (2006) može negativno uticati na njihovu nezavisnost jer npr. mišljenje Šerijatskog odbora može biti takvo da se banci ne odobre određene investicije koje mogu znatno uticati na profitabilnost banke što može dovesti do toga da menadžeri banke utiču na članove Odbora izazivajući ono što je u literaturi poznato kao šerijatsko savjetovanje prema izboru (*engl. Shariah advisory à la carte*).

Drugi problem koji uočavaju Iqbal i Mirakhor (2009) jeste pitanje povjerljivosti jer članovi Šerijatskog odbora jedne islamske finansijske institucije mogu biti članovi Odbora i druge finansijske institucije što u praksi znači pojavu unakrsnog članstva (*engl. cross – membership*). Iako to može imati određene prednosti u smislu stečenog znanja i iskustva iz više različitih kompanija, s druge strane može se javiti problem povjerljivosti u kontekstu curenja informacija. Ovo je usko povezano i sa pitanjem kompetencija koja je možda i najviše

izražena kada su u pitanju članovi Šerijatskog odbora jer obrazovanje može djelovati kao važna institucionalna prednost.

Pored poznavanja religijskih propisa članovi Šerijatskog odbora moraju imati i ekonomsko znanje koje se odnosi na poslovne transakcije, računovodstveno evidentiranje i praćenje. Tu se također može postaviti pitanje i koliko su članovi Odbora zainteresovani za širu sliku određene investicije posebno kada je riječ o društvenoj odgovornosti. To se najbolje može posmatrati kroz primjer izgradnje Zemzem tornja u Meki u blizini Kabe, kao svetog mjesta svih muslimana. Ovu problematiku posebno ističe Asutay (2012) kao društveni neuspjeh islamskih banaka gdje su članovi Šerijatskog odbora uzeli u obzir samo efikasnost i kapital investicije potpuno zanemarujući korporativnu društvenu odgovornost. Drugačije rečeno, Šerijatski odbor je sagledao samo pravne i ekonomske karakteristike date investicije i da li je ona šerijatski prihvatljiva, u smislu ispunjenosti pravnih normi, ne vodeći računa o tome da li je ona i društveno prihvatljiva. U osnovi, Asutay (2013) napominje da se takvom kritičkom analizom razvoja, ekspanzije i performansi islamskih finansijskih institucija, konkretno banaka, ustvari uočava da su već ranije objašnjene temeljne odrednice islamske moralne ekonomije ugrožene „*finansijalizacijom*“ (*engl. financialization*) odnosno da su potpomognute finansijskim inženjeringom.

Četvrto pitanje jeste problematika konzistentnosti koja se karakteriše kao neusaglašenost islamskih učenjaka oko pojedinih pitanja i proizvoda islamskog bankarstva. Ovo najbolje ilustruje primjer Tawarruq ugovora jer jedna od karakteristika Šerijatskog odbora jeste i pripadnost njegovih članova određenoj pravnoj školi odnosno mezhebu. Općenito, pripadnost određenom mezhebu ima i regionalni karakter pa se npr. Saudijska Arabija može svrstati u zemlju koja slijedi hanbelijsku pravnu školu dok se s druge strane Malezija može svrstati u zemlju koja slijedi šafijski mezheb. Upravo u skladu sa time nastaju razlike jer se neki instrumenti islamskog bankarstva, poput tawarruq, drugačije posmatraju i u osnovi dozvoljavaju odnosno ne dozvoljavaju.

Na primjeru Tawarruq ugovora, Lasasna (2015) ističe da je on dozvoljen za upotrebu od strane hanefijskog, šafijskog i hanbelijskog mezheba. U praksi se susrećemo sa time da je Tawarruq kao takav u potpunosti primjenljiv i korišten od strane islamskih banaka u Maleziji ili većini banaka iz GCC regiona dok je istovremeno u Iranu potpuno zabranjen. Time se postavlja pitanje konzistentnosti Šerijatskog odbora sa jedne strane te da li postoji mogućnost standardizacije kada su u pitanju ovakvi ugovori? Grais i Pellegrini (2006) ističu istraživanje urađeno od strane CIBAFI-ja koje je razmotrilo oko 6.000 fetvi i zaključilo da je oko 90% istih konzistentno. Ako uzmemo u obzir činjenicu da je ove fetve izdao veliki broj različitih Šerijatskih odbora širom svijeta to može upućivati na konzistentnost u donošenju odluka ali opet postavlja se pitanje standardizacije kao i preostalih 10% jer se na taj način javnost dovodi u nedoumicu u pogledu potpune primjene šerijatskih pravila. Ovaj problem spomenut je i u izvještaju „*Islamic Finance Outlook, 2019*“, objavljenom od strane S&P Global Ratings koji ističe da je standardizacija, u smislu interpretacije Šerijata, ne samo važna nego jedan od uslova za daljni razvoj industrije islamskih finansija.

Posljednje pitanje jeste problematika objelodanjivanja podataka o radu Šerijatskog odbora. Ovaj segment prepoznat je i kao pitanje od posebnog interesa budući da je u metodologiji utvrđivanja indeksa etičnosti islamskih banaka (Haniffa i Hudaib, 2007), Šerijatski odbor uvršten kao stavka kompozitnog indeksa. Pitanje objelodanjivanja podataka od strane islamskih banaka ima drugačiju konotaciju jer prema Rahman i Bukair (2013), islamske banke imaju dvostruku odgovornost (*engl. accountability*): odgovornost prema Bogu i

odgovornost prema društvu. Na osnovu toga, one moraju u potpunosti biti otvorene prema javnosti (Maali et al., 2006) kako bi se napravila distinkcija u odnosu na konvencionalne.

2.3.2 Rizici u islamskom bankarstvu

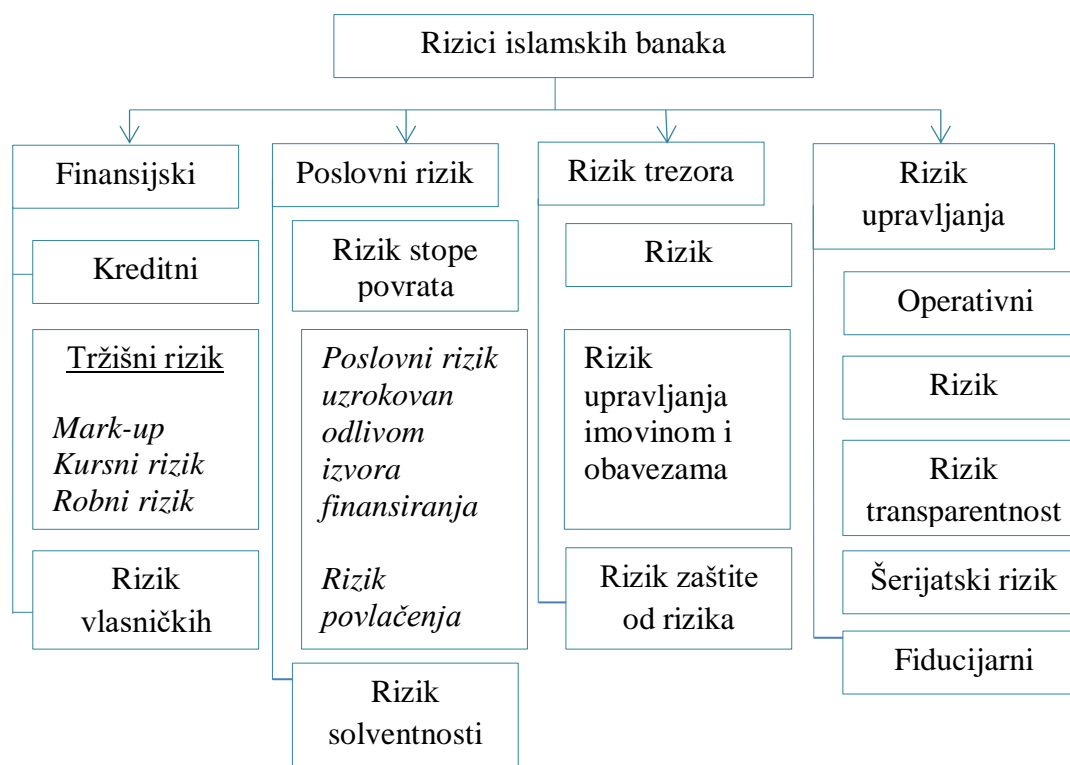
Kao ekonomska kategorija poslovanja finansijskih institucija, rizik je neizostavan element u ekonomskim relacijama. Oxford rječnik definiše rizik kao „*situaciju koja uključuje izloženost ka opasnosti*“³⁰ odnosno stanje u kojem postoji mogućnost negativnog odstupanja od poželjnog ishoda koji očekujemo ili kojemu se nadamo (Vaughan et. al, 1995). Rizik kao pojava karakteriše poslovni proces od njegovog početka ali uslovi poslovanja su se vremenom drastično promijenili a samim tim i shvatanje rizika. U osnovi, rizik se u potpunosti ne može eliminisati ali se određenim metodama može umanjiti. To je u ekonomskoj terminologiji najčešće vezano za frazu „*ne stavljajte sva jaja u jednu košaru*“ aludirajući na potrebu uspješnog upravljanja rizikom. U engleskoj literaturi srećemo dva pojma: *risk measurement* koji predstavlja način kvantificiranja rizika dok se termin *risk management* odnosi na identifikaciju stepena rizičnosti koja je vezana za određenu transakciju (Hanić, et al., 2016).

Islamski pristup riziku može se tumačiti na osnovu ajeta iz Kur'ana koji o ovoj pojavi navodi sljedeće:

"O sinovi moji," - reče onda - "ne ulazite na jednu kapiju, već na razne kapije, a ja vas ne mogu spasiti od onoga što vam Allah odredi; moć pripada jedino Njemu, ja se u Njega uzdam, i neka se samo u Njega uzdaju oni koji se uzdaju!" (12:67).

Ismail i Kamil (2010) smatraju da je rast islamskih banaka uslovljen preuzimanjem dodatnih rizika u odnosu na konvencionalne banke. Pored „*klasičnih*“ rizika, usljed specifičnosti svog poslovanja, islamske banke izložene su dodatnim vrstama rizika. Na osnovu toga, Sundararajan i Errico (2002) navode da bi zbog karakteristika ugovora koje nude, islamske banke trebale imati efektivniji risk management sa napomenom da bi se posebna pažnja trebala obratiti na problem moralnog hazarda usljed ugovora koji su u osnovi zasnovani na povjerenju. Tu posebno ubrajamo ugovore Mudarabah i Musharakah. Kada govorimo o klasifikaciji rizika u islamskim bankama, Iqbal i Mirakhor (2009) navode podjelu koja je predstavljena putem sljedeće sheme.

³⁰ <https://en.oxforddictionaries.com/definition/risk> (Pristupljeno: 20.01.2019).



Shema 2: Rizici u islamskom bankarstvu

U kategoriju specifičnih rizika kojima islamske banke moraju posvetiti pažnju, Van Greuning i Iqbal (2008) klasifikuju sljedeće:

- Poslovni rizik uzrokovan odlivom izvora finansiranja (engl. *displaced commercial risk*) je rizik koji se može definisati kao posljedica rizika stope povrata (Mejia et al., 2014). Ovom riziku izložene su islamske banke u situaciji kada je banka pod pritiskom da svojim investitorima - deponentima isplati veću stopu povrata od one koja bi se platila po „stvarnim“ uslovima navedenim u ugovoru (Iqbal i Mirakhor, 2009). U cilju mitigacije ovog rizika, islamske banke koriste određene metode od kojih su najčešće korištene: rezerva za izjednačavanje dobiti (engl. *Profit Equalization Reserves ili skraćeno PER*) i rezerva za ulagački rizik (engl. *Investment Risk Reserve ili skraćeno IRR*). PER nastaju odvajanjem dijela bruto dobitka prije odbijanja vlastitog udjela banke i služe za pokrivanje budućih šokova dok IRR nastaju iz dobitka vlasnika ulagačkih računa nakon odbitka udjela banke i služe za smanjenje uticaja budućih ulagačkih gubitaka.
- Rizik povlačenja (engl. *withdrawal risk*) predstavlja vrstu rizika koja nastaje kao rezultat pritiska konkurencije, islamskih ili konvencionalnih banaka, u pogledu visine stope povrata koja se nudi klijentima. Istraživanja od strane Zainol i Kasim (2010) utvrđuju vezu između nivoa ukupnih depozita islamskih banaka i kamate na depozite koju daju konvencionalne banke u Maleziji navodeći da postoji signifikantna veza između ove dvije stavke u smislu da dolazi do prenosa depozita iz islamskih banaka u konvencionalne kada dolazi do rasta kamate na depozite koje daju konvencionalne banke. Time je, prema Arshad et al. (2014), rizik povlačenja izvora finansiranja posebno izražen u dualnim bankarskim sistema.

- Rizik upravljanja (*engl. governance risk*) odnosi se na rizik usljed lošeg upravljanja i vođenja islamske banke, neispunjavanja preuzetih obaveza po osnovu ugovora te lošeg internog i eksternog institucionalnog okruženja (Van Greuning i Iqbal, 2008).
- Fiducijarni rizik (*engl. fiduciary risk*) rizik može biti uzrokovan kršenjem ugovora od strane islamske banke. U praksi to može značiti nemogućnost banke da posluju u skladu sa šerijatskim propisima što može rezultirati gubitkom povjerenja i dovesti do povlačenja depozita.
- Šerijatski rizik (*engl. Shariah risk*) je jedan od rizika koji razlikuje islamsko bankarstvo od konvencionalnog. Ovaj rizik se odnosi na strukturu i funkcionisanje Šerijatskih odbora na institucionalnom i sistemskom nivou. Situacije u kojima se pojavljuje ovaj rizik su kada islamska finansijska institucija ne može da se pridržava šerijatskih pravila i nestandardnih praksi različitih ugovora zbog različitih jurisdikcija. U prethodnom dijelu smo spomenuli slučaj ugovora Tawarruq koji se također može moći uzeti u obzir i u ovom slučaju. S druge strane ukoliko dođe do gubitka povjerenja u Šerijatski odbor, ovo također može dovesti do povlačenja depozita od strane deponenata što na kraju dovodi do finansijskih problema banke. Prema Meija et al. (2014), ova situacija može dovesti do problema sa solventnošću koja može postati sistemska.
- Rizik transparentnosti (*engl. transparency risk*) je povezan sa pitanjem transparentnosti u situacijama kada javnost nema pouzdane i pravovremene informacije kako bi izvršila tačnu procjenu finansijskog stanja i performansi banke, poslovnih aktivnosti, profila rizika i prakse upravljanja rizicima. Rizik transparentnosti proizlazi iz upotrebe nestandardnih pravila izvještavanja i javlja se kao nedostatak standarda.

Što se tiče stepena izloženosti pojedinim rizicima, Errico i Farahbakhsh (1998) ističu da bi islamske banke trebale veći akcenat staviti na operativni rizik i rizik transparentnosti. Ipak, pri analizi stepena izloženosti rizicima mora se uzeti u obzir i veličina banke o čemu Lassoued (2018) navodi da se sam proces risk managementa usložnjava kako banka raste. Ono što je evidentno jeste da se, kao i u slučaju konvencionalnih banaka, pitanju rizika mora posvetiti posebna pažnja.

U ovom poglavlju opisane su osnovne karakteristike islamskih banaka kao finansijskih institucija na osnovu čega se može steći uvid u način njihovog poslovanja. U trećem poglavlju, akcenat je stavljen na pitanje korporativne društvene odgovornosti, historijski tok razvoja ovog koncepta, teorijske postavke, prednosti i nedostatake ovog pristupa te uticaj religije na ekonomske i društvene odrednice poslovanja poslovnih subjekata.

„Preduzeća, kao i institucije javne službe, su organi društva. Ne postoje radi sebe samih, već da bi ispunili specifičnu društvenu svrhu i zadovoljili specifičnu potrebu društva, zajednice ili pojedinaca. Oni nisu sami po sebi ciljevi, već sredstva“.

Peter Drucker (2003)

3 KONCEPT KORPORATIVNE DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI

U prethodna dva poglavlja objašnjeni su osnovi postulata islama kao religije koji su ujedno i temelj za islamsku ekonomiju i način poslovanja njenih finansijskih institucija, prije svega banaka. Kratko smo se dotaknuli i društvenog aspekta djelovanja poslovnih organizacija i zašto su one toliko važne za društvo u cjelini. Time smo otvorili pitanje uticaja kompanije ili korporacije na društvo te njene odgovornosti u tom procesu, što je u engleskoj literaturi poznato kao Corporate Social Responsibility (CSR), odnosno korporativna društvena odgovornost. Iako se na srodnim jezicima može pronaći upotreba termina kao što je društveno odgovorno poslovanje, u ovoj disertaciji mi ćemo upotrebljavati njen puni naziv koristeći već dati prevod koji je, prema našem mišljenju, adekvatniji i sveobuhvatniji.

U eri modernog biznisa, korporativna društvena odgovornost ima karakter „*must have*“ i kako ističu Arslanagić-Kalajdžić i Zabkar (2017), postaje imperativ u strateziranju, planiranju i taktikama. Samim tim, ovaj koncept je predmet analize, ne samo menadžera i marketing stručnjaka, već i naučne javnosti. Kao koncept, nastao je na području SAD ali je vremenom poprimio globalni tok pa se pored američkog pristupa u literaturi može pronaći i evropski ili recimo azijski koji je u osnovi sličan ali sa druge strane ima svoje specifične karakteristike. Iako je dat veliki broj definicija ovog koncepta, još uvijek ne postoji jedna zvanična čime korporativna društvena odgovornost ima karakter evoluirajućeg pristupa.

Ispitivanje društvenih normi i odgovornosti kompanije prema društvu, dovelo je do razvoja drugih veoma sličnih pristupa korporativnoj društvenoj odgovornosti kao što su korporativno građanstvo ili upravljanje, društvena osjetljivost itd. Time je dodatno pojačana dilema da li je korporativna društvena odgovornost isto što i etika, jer se razmatra etičnost u relaciji društvo – kompanija ili pak samo filantropija, jer njegova primjena, najčešće, ima dobrovoljni karakter.

Da bismo mogli riješiti ove nedoumice i istovremeno bolje razumjeti zašto je korporativna društvena odgovornost danas neizostavan dio jedne poslovne organizacije, potrebno je analizirati njen historijski tok razvoja, ustanoviti teorijsku podlogu ovog koncepta te objasniti njegove prednosti i nedostatke. Isto tako, dat ćemo pregled literature koja tretira pitanje odnosa korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi te kakva je veza između religije i samog koncepta.

3.1 Definicija i historijski razvoj korporativne društvene odgovornosti

Citat dat na početku ovog poglavlja jasno upućuje da poslovne organizacije, kao nosioci ekonomskih ali i društvenih aktivnosti, ne mogu biti okrenute samo ka sebi i ostvarenju svojih poslovnih ciljeva već su one sredstvo za ostvarenje društvenih ciljeva i kao takve imaju određeni stepen odgovornosti. Iako se poimanje odgovornosti tokom vremena mijenjalo, ona je ostala jedan od elemenata koji su prisutni u analizi društvenih kretanja.

Kao što je već napomenuto, SAD su „*mjesto rođenja*“ korporativne društvene odgovornosti, o čemu Moon et al. (2010) navode sljedeće:

1. korporativna društvena odgovornost premostila je jaz između privatnih interesa i upravljanja javnim dobrima na individualnom tržištu i omogućila je izbjegavanje više društvenih oblika regulacije istovremeno ograničavajući moralne propuste;
2. sama ideja korporativne društvene odgovornosti bila je kompatibilna sa američkom tradicijom demokratskog pluralizama;

3. koncept društvene odgovornosti predstavljen je kao aplikacija protestantske etike;
4. korporativna društvena odgovornost odražavala je utilitarne i pragmatične ideale Amerike kao društva koje je uvijek cijnilo djelovanje i posmatralo korporacije kao legitiman i važan izvor ekonomskih i društvenih inovacija.

Kada govorimo o historijskom kontekstu razvoja društvenih tokova na relaciji društvo – kompanija, najčešće se može podijeliti na tri perioda:

- a) 1800 – 1950
- b) 1950 – 1980
- c) 1980 – danas.

Period od 1800. do 1950. godine značajan je iz razloga što se tada javljaju i prva razmišljanja bogatih i istaknutih pojedinaca o njihovom uticaju na društvo. Iz ovog perioda, Drucker (1984) navodi dvojicu američkih industrijalaca za koje se smatra da su prvi inicirali društvene odgovornosti poslovne organizacije; Andrew Carnegie (1835 – 1919) i Julius Rosenwald (1862 – 1932). Carnegie je bio osnivač i vlasnik kompanije U.S. Steel a ujedno i veliki filantropa koji je preko 90% svog bogatstva donirao dobrotvornim ustanovama, organizacijama i univerzitetima.³¹ Posebnu pažnju izazvao je njegov članak objavljen 1889. godine, prvobitno pod nazivom „*Bogatstvo*“, dok je kasnije postao poznat kao „*Evandjelje bogatstva*“ (engl. *The Gospel of Wealth*“).

Carnegie (1889) navodi da se viškom bogatstva može raspolagati na tri načina i to:

- a) da se svo bogatstvo ostavi porodici potomaka,
- b) da se oporukom ostavi u javne svrhe i
- c) da oni koji ga posjeduju mogu njime upravljati tokom svog života.

Objašnjavajući sva tri pristupa, Carnegie (1889) smatra da je prvi pristup najnerazboritiji jer „*zašto bi ljudi svojoj djeci ostavljali velika bogatstva? Ako to čine iz ljubavi, nije li to zablude? Opažanje nas uči da, općenito govoreći, nije dobro za djecu kad ih se toliko opteretiti. Niti je dobro za državu.*“ Drugi pristup u kojem se bogatstvo nakon smrti stavi na raspolaganje javnosti jeste bolja opcija od prve ali i on ima ograničenja jer „*treba pošteno reći da nikoga ne treba veličati jer je učinio nešto što je morao učiniti, niti mu zajednica treba zahvaljivati za to što joj je ostavio bogatstvo nakon svoje smrti. Za ljude koji ostavljaju goleme svote novca na ovaj način može se slobodno reći da ne bi ništa ostavili da su imali mogućnost ponijeti to sa sobom. Spomen na takve ne može se držati u zahvalnom sjećanju jer u njihovim darovima nema dobre volje. Ne treba se čuditi što takvim ostavštinama izgleda općenito nedostaje blagoslova.*“

Treći pristup prema Carnegie (1889) je najispravniji jer „*bogatstvo, koje prolazi kroz ruke nekolicine, može se pretvoriti u mnogo moćniju silu za unapređenje ljudskog roda nego kad se u malim svotama raspodjeljuje samim ljudima*“ naglašavajući da bogat čovjek „*treba dati primjer skromnog, nerazmetljivog življenja, izbjegavajući izlaganje ili rasipništvo; umjereno se pobrinuti za legitimne potrebe onih koji o njemu ovise i, nakon što tako napravi, sve svoje*

³¹ Andrew Carnegie je 1848. godine emigrirao iz Štokske u SAD. Prošao je put od radnika zaposlenog u fabrici tekstila do uspješnog preduzetnika i industrijalca. Bio je veliki zaljubljenik u knjige i 1900. godine donirao je milion američkih dolara za izradnju tehničkog instituta grada Pittsburgh-a navodeći da je „*njegovo srce u radu*“ (engl. „*my heart is in the work*“) što će postati i moto ove institucije. Institut je nosio ime „*Carnegie Institute of Technology*“, ili skraćeno „*Carnegie Tech*“ do 1967. godine kada se spojio sa Mellon Institute i kada je zvanično preimenovan u Carnegie Mellon University. Još jedna od vrlo važnih institucija, na polju kulture, koju je osnovao ovaj filantropa jeste i Carnegie Hall, poznata koncertna dvorana u New York-u.

viškove prihoda promatrati jednostavno kao zaklade, kojima ima dužnost upravljati, i strogo se po svojoj dužnosti obavezati da će upravljati njima na način koji je, po njegovu sudu, najviše predviđen da proizvede ishod koji je najkorisniji za zajednicu. Tako bogat čovjek postaje tek povjerenik i zastupnik svoje siromašnije braće, stavljajući njima na službu svoju izuzetnu mudrost, iskustvo i sposobnost upravljanja, čineći za njih bolje nego što bi oni mogli ili znali učiniti za sebe“.

Julius Rosenwald je također bio uspješan američki industrijalac, porijeklom Jevrejin iz Njemačke, koji nakon finansijske reorganizacije 1906. godine, postaje vlasnik kompanije Sears, Roebuck & Co. Prema Finkelstein (2014), Rosenwald je dao sredstva za formiranje oko 5.000 škola za Afroamerikance u 15 država na jugu SAD-a, vjerujući da privatne donacije trebaju da stimuliraju javnu odgovornost za obrazovanje i zdravstvenu zaštitu. Jedan je od prvih koji je prepoznao fondacije kao alat za postizanje društvenih promjena, osnivajući svoj Rosenwald fond 1917. godine. Veliki uticaj na njegov filantropski stav imao je njegov rabin, Emil G. Hirsch, pa je Rosenwald poznat pod sloganom „*Give While You Live*“ ali i kao primjer idealnog jevrejskog partnerstva sa afroameričkom zajednicom.

Sredstva fonda su upotpunosti potrošena do 1948. godine što i jeste bio cilj njegovog osnivača budući da je 1929. godine, u članku „*The Burden of Wealth*“ izjavio da se protivi principu gomilanja novca za filantropsku upotrebu vijekovima unaprijed jer „*to direktno podrazumijeva određeni nedostatak povjerenja u pogledu budućnosti, a ja to ne dijelim. Uvjerem sam da će generacije koje će nas pratiti biti humane i prosvijetljene, energične i sposobne, kao i mi, i da im se sigurno može ostaviti da buduće potrebe budu obezbijeđene od strane budućih generacija*“ (Rosenwald, 1929).

Početak 20-og stoljeća došlo je do razvoja poslovne organizacije u obliku u kojem je poznajemo danas kao i uviđanje javnosti da se za rješavanje problema u društvu ne može u potpunosti osloniti na državu (Drucker, 1984), već da se pojedini aspekti društva moraju regulirati djelovanjem njenih subjekata. To se prije svega odnosi na poslovne subjekte ali i menadžere poslovnih organizacija. U tom kontekstu navodimo primjer predsjednika Univerziteta Yale, Arthur Twining Hadley, koji je, citiran u Heald (1970), izjavio da je predsjednik velike korporacije na mjestu od javnog značaja što u očiglednom smislu znači da je on povjerenik dioničara a u manje očiglednom, ali ne zanemarljivom pogledu, povjerenik javnosti. U skladu sa time, Krooss (1970) navodi da su 1920-tih godina, poslovni ljudi smatrani kao ljudi od autoriteta posebno u oblastima ekonomije i politike.

Klasičan esej o društvenoj odgovornosti menadžera kompanija perioda 1930-tih godina, nalazimo u pisanju E. Merrick Dodd Jr. u članku pod nazivom „*For Whom Are Corporate Managers Trustees?*“ koji navodi da „*ne samo da biznis ima odgovornost za zajednicu već i da naši korporativni menadžeri koji kontrolišu poslovanje trebaju dobrovoljno i bez čekanja na zakonsku obavezu upravljati na način koji ispunjava te odgovornosti*“ (E.M. Dodd, 1932). Objavom ovog članka može se reći da počinje i period formalnog pisanja i istraživanja oblasti odgovornosti poslovne organizacije prema društvu.

Iz ovog perioda, Serafeim (2014) ističe i knjigu pod nazivom „*The Modern Corporation and Private Property*“, u kojoj autori Berle i Means (1932) istražuju evoluciju razvoja velikih kompanija kroz pravni i ekonomski objektiv, naglašavajući ideju razdvajanja vlasništva od kontrole moderne korporacije. Isti autori smatraju da je u cilju opstanka korporativnog sistema nepohodno da se „*kontrola*“ velikih korporacija razvije u čisto neutralnu tehnokratiju, balansirajući različite zahtjeve različitih grupa u zajednici.

Još jedno djelo iz perioda 30-tih godina koje zauzima posebnu pažnju u historiji menadžmenta i razvoja korporacije jeste knjiga *“The Functions of the Executive”*, autora Chester Barnard (1938). Barnard je bio dugogodišnji predsjednik telefonske kompanije u New Jersey-u. Specifičnost ove knjige jeste što se smatra za jednom od najuticajnijih knjiga o menadžmentu iz 20-og stoljeća (Bedeian i Wren, 2001) i čije je izdanje još uvijek dostupno. Barnard (1938) definiše organizaciju kao „sistem svjesno koordinisanih aktivnosti dvije ili više osoba koje su u mogućnosti da međusobno komuniciraju i koje su voljne da obave te aktivnosti da bi postigle zajednički cilj“. Posmatrao je organizaciju kao sredstvo za akciju u rukama menadžera ali da je za uspješno rukovođenje, pored tehničkog znanja, potrebno znanje i o ljudima i socijalnoj situaciji.

Pored Barnarda, Carroll (1999) ističe i knjigu *“Social Control of Business”* autora J.M. Clark (1939) kao i *“Measurement of the Social Performance of Business”* autora Theodore Kreps (1940) koji je čak razvio i okvir za mjerenje društvenog uključivanja poslovne organizacije. Ovaj prvi posmatrani period karakterističan je i što se za njega vežu velika ekonomska depresija i dva svjetska rata što je možda i uticalo da se koncept korporativne društvene odgovornosti, kao takav, ne razvije u ovom periodu.

Iako izraz i upotreba termina korporativna društvena odgovornost datira iz perioda 1950-tih godina, u monografiji *„Corporate Social Responsibility – The Shape of a History, 1945-2004“* koju je 2005. godine objavio Center for Ethical Business Cultures (CEBC), ističe se članak objavljen 1949. godine pod nazivom *“Business Responsibilities in an Uncertain World”* koji je napisao dekan Harvard Graduate School of Business Administration, Donald K. David. U objavljenom članku, David je pozvao poslovne lidere da se pored neposredne ekonomske funkcije poslovanja, kao osnovnog doprinosa društva, angažuju i u javnim poslovima. Obrazloženje na ovaj člank dao je Bernard Dempsey (1949) iste godine u članku pod nazivom *“The Roots of Business Responsibility”*.

Dempsey (1949) je smatrao da odgovornosti poslovnog čovjeka proizilaze iz četiri koncepta pravde:

- pravda razmjene (*engl. exchange justice*) – povjerenje koje vlada u razmjeni na tržištu;
- distributivna pravda (*engl. distributive justice*) – pravedna veza između vlade i pojedinaca;
- općenita pravda (*engl. general justice*) – prihvatanje pravnog okvira ali prije svega etičkih obaveza i
- društvena ili pravda doprinosa (*engl. social or contributive justice*) - obaveza da se doprinese blagostanju i napretku pojedinaca i društva.

U već spomenutoj monografiji ističe se da su Dempsey i David u svojim radovima naveli dva ključna razloga zašto je potrebno da poslovni ljudi budu uključeni u pravdu doprinosa (*engl. contributive justice*):

- a) ljudi, baš kao i poslovne organizacije, nisu ostrva i svima je potrebna zajednica, ali prije svega, zajednica koja dobro funkcioniše;
- b) poslovne organizacije kontrolišu ključne resurse i imaju veliki kapacitet da doprinesu progresu društva i blagostanju pojedinca zajedno sa društvom.

U historijskom kontekstu razvoja korporativne društvene odgovornosti, Frederick (2006) ističe 1951. godinu odnosno kada je Frank Abrams, predsjednik Upravnog odbora kompanije Standard Oil of Jersey, izjavio da „poslovni ljudi kao profesionalci, osim prema samima sebi i svojim dioničarima, imaju odgovornost i prema mnogim grupama“. U akademskom pogledu,

koncept korporativne društvene odgovornosti (*engl. Corporate Social Responsibility - CSR*) definisan je kada je 1953. godine Howard Bowen objavio djelo “*Društvena odgovornost poslovnog čovjeka*” (*engl. Social Responsibilities of the Businessman*). Bowen (1953) navodi da je društveno odgovorno poslovanje obaveza poslovnih ljudi da slijede takve politike poslovanja, da donose odluke ili slijede smjernice koje su poželjne u smislu ostvarivanja ciljeva i vrijednosti našeg društva. Time i počinje razvoj korporativne društvene odgovornosti kao takve. Iz tog razloga Carroll (1999) navodi da se Bowen može smatrati „*ocem korporativne društvene odgovornosti*“.

Peter Drucker je 1954. godine objavio knjigu, „*The Practice of Management*“, koji je uključio društvenu odgovornost kao jednu od osam ključnih oblasti unutar kojih treba postaviti poslovne ciljeve (Moura-Leite et. al., 2011). Iz perioda 1950-tih, Carroll (1999) izdvaja još i djela autora Selekman (1959) pod nazivom „*Moral Philosophy for Management*“; Heald (1957) “*Management’s Responsibility to Society: The Growth of an Idea*” kao i djelo „*Corporate Giving in a Free Society*“ autora Eells (1956).

Prema Carroll (1999), literatura iz oblasti korporativne društvene odgovornosti se tokom 1960-tih značajno uvećala jer se postavljalo pitanje šta društvena odgovornost zaista znači i koji je njen značaj za poslovni proces i društvo. Tako se iz ovog perioda ističu definicije i stavovi koji su dali autori poput Frederick (1960) koji tvrdi da korporativna društvena odgovornost podrazumijeva javni stav prema ekonomskim i ljudskim resursima društva i spremnost da se ti resursi koriste za široke socijalne ciljeve, a ne samo za usko ograničene interese privatnih osoba i firmi. Upravo Frederick (1978) je period od 1950. – 1960. godine označio kao CSR₁ navodeći da u tom periodu korporativna društvena odgovornost predstavlja korporativnu filantropiju, dobrovoljnog karaktera, gdje su korporativni menadžeri identifikovani kao javni povjerenici (*engl. public trustees*) i čuvari društva (*engl. social stewards*).

U isto vrijeme, Keith Davis (1960) smatra da se društvena odgovornost odnosi na odluke i aktivnosti poduzete od strane poslovnog čovjeka iz razloga koji su bar djelimično izvan neposrednog ekonomskog ili tehničkog interesa kompanije. Davis je postao poznat i po stavu da društvena odgovornost poslovnog čovjeka mora biti srazmjerna njegovoj društvenoj moći ali ako društvena odgovornost i moć budu relativno jednaki, izbjegavanje društvene odgovornosti dovodi do postepene erozije društvene moći.

Deset godina nakon definicije koju je dao Bowen, Joseph McGuire posmatra korporativnu društvenu odgovornost ne sa aspekta pojedinca već sa aspekta korporacije navodeći da ideja društvene odgovornosti pretpostavlja da korporacija nema samo ekonomske i pravne obaveze, već i određene odgovornosti prema društvu koje su izvan ovih obaveza (McGuire, 1963). Sličan stav kao i McGuire imao je i Clarence Walton, ističući da „*novi koncept društvene odgovornosti prepoznaje bitnost odnosa između korporacija i društva i da shvata da takav odnos mora biti u fokusu top menadžerima sa težnjom postizanja ciljeva u interesu korporacije i stakeholdera*” (Walton, 1967).

Keith Davis i Robert Blomstrom (1966) u knjizi „*Business and its Environment*“ smatraju da se korporativna društvena odgovornost odnosi na obavezu osobe da razmatra efekte svojih odluka i postupaka na cijeli društveni sistem. To znači da poslovni ljudi primjenjuju društvenu odgovornost kada razmatraju potrebe i interese drugih koji mogu biti pogođeni poslovnim akcijama. Radeći to, gledaju izvan uskih ekonomskih i tehničkih interesa svoje kompanije. Ovaj stav Davis je potvrdio u definiciji iz 1967. godine navodeći da srž društvene

odgovornosti proizilazi iz brige za etičke posljedice koje aktivnosti pojedinca mogu izazvati po interese ostalih (Davis, 1967).

Korporativna društvena odgovornost kao historijska činjenica, detaljno je analizirana u knjizi *“The Social Responsibilities of Business: Company and Community 1900 - 1960”* koju je 1970. godine objavio Morrell Heald. Suština njegovog istraživanja bila je u fokusu poslovnih ljudi odnosno kako su oni definisali korporativnu društvenu odgovornost i kako su je doživjeli u analiziranom periodu.

Tokom 1970-tih dolazi do pojave i novih termina kao što je korporativna društvena osjetljivost (*engl. Corporate Social Responsiveness*) koju su dali autori Ackerman (1973); Ackerman i Bauer (1976), dok Murphy (1978) smatra da je upotreba termina društvena osjetljivost ispravnija u odnosu na društvenu odgovornost. Razlog za to jeste što su korporacije već prepoznale svoju odgovornost prema društvu i sada reaguju na date zahtjeve na različite načine (Murphy, 1978). Slično stanovište dao je i Frederick (1978) koji je period od 1960-1970. označio kao CSR₂ odnosno *Corporate Social Responsiveness* jer se od korporacija zahtjevalo da zaista odgovore na društvene potrebe a ne samo da imaju dobrovoljni karakter.

Pitanja koja su u tom periodu bila najviše zastupljena odnosila su se na rasnu i rodnu diskriminaciju na poslu, redukciju industrijskog zagađenja, unapređenje zaštite na radnom mjestu, osiguranje efektivnosti i ispravnosti proizvoda, zabrana mita itd. Karakteristika ovog perioda jeste i što je i termin korporativna društvena odgovornost ušao u upotrebu na kraju 1960-tih i početkom 1970-tih godina, kada su mnoge multinacionalne korporacije definisale termin interesnih skupina (*engl. stakeholder*) kao one na čije aktivnosti korporacije imaju uticaj (Freeman 1984).

Američki komitet za ekonomski razvoj (*engl. Committee for Economic Development ili skraćeno CED*) 1971. godine izdaje publikaciju *„Društvena odgovornost poslovnih korporacija“* (*engl. Social Responsibilities of Business Corporations*) i predstavlja društvenu odgovornost u tri koncentrična kruga gdje:

- unutrašnji krug predstavlja osnovnu ekonomsku odgovornost koja uključuje proizvode, radna mjesta, ekonomski rast itd;
- srednji krug predstavlja društvene vrijednosti i ciljeve koji uključuju zaštitu životne sredine, zapošljavanje, odnos sa zaposlenim, očekivanja potrošača u pogledu informisanosti i
- vanjski krug gdje je odgovornost rezultat društvenih izazova što podrazumijeva novonastajuće i još uvijek amorfne odgovornosti koje bi trebalo da postanu šire uključene u aktivno poboljšanje društvenog okruženja. Ove relacije predstavljene su na narednoj slici.



Slika 1: Društvena odgovornost prema definiciji američkog komiteta za ekonomski razvoj

Johnson (1971) posmatra korporativnu društvenu odgovornost kao konvencionalnu mudrost gdje je društveno odgovorna kompanija ona čije menadžersko osoblje balansira sa više interesa i gdje umjesto težnje ka velikom profitu za svoje dioničare, društveno odgovorna kompanija također uzima u obzir zaposlene, dobavljače, posrednike, lokalnu zajednicu i naciju. S druge strane Manne i Wallich (1972) ističu da društvena odgovornost treba da ima isključivo dobrovoljni karakter dok Davis (1973), citiran u Crane et al., (2008), smatra da korporativna društvena odgovornost zahtijeva razmatranje pitanja izvan zahtjeva kompanije u pogledu uskog ekonomskog, tehničkog i pravnog aspekta.

Različitim poimanjem otpočinje trend koji je i danas prisutan a to je na koji način i kako se definiše i posmatra korporativna društvena odgovornost. Kompleksnost ovog pitanja najbolje je opisao Votaw (1973) citiran u Carroll (1999) koji navodi da je „*termin (društvena odgovornost) brilijantan jer znači nešto ali ne isto svaki put za svakoga. Nekima prenosi ideju o pravnoj odgovornosti ili obavezama; drugima znači društveno odgovorno ponašanje u etičkom smislu; za neke to je preneseno značenje za „odgovorno za“ u svakodnevnici; mnogi ga jednostavno izjednačavaju sa dobrovoljnim doprinosom ili socijalnom sviješću; dok neki koji ga prihvataju posmatraju ga kao sinonim za "legitimnost“ u kontekstu „pripadanja“ ili u aspektu postupanja pravilno ili ispravno; dok nekolicina ga posmatra kao vrstu fiducijarne dužnosti koja nameće veće standarde ponašanja poslovnih ljudi nego u slučaju građana u cjelini“*“.

Ovakvo poimanje društvene odgovornosti se može povezati i sa stavom autora S. Prakash Sethi (1975), koji je utvrdio klasifikaciju korporativne odgovornosti prema društvenim potrebama koje podrazumijevaju sljedeće elemente:

- društvena obaveza (*engl. social obligation*): ponašanje kao odgovor na tržišne snage i zakonska ograničenja;
- društvena odgovornost (*engl. social responsibility*): korporativno ponašanje u skladu sa društvenim normama, vrijednostima;
- društvena osjetljivost (*engl. social responsiveness*): dugoročna uloga korporacija u dinamičnom društvenom sistemu sa naglaskom na prilagođavanje ponašanja korporacije društvenim potrebama.

Sethi je također uveo pojam korporativne društvene performanse (*engl. Corporate Social Performance ili skraćeno CSP*) i napravio distinkciju između ovog pojma i korporativne društvene odgovornosti, navodeći da je korporativna društvena odgovornost iznad društvenih

obaveza jer podrazumijeva uspostavljanje korporativnog ponašanja do nivoa u kojem je u skladu sa prevladavajućim društvenim normama, vrijednostima i očekivanjima performansi (Sethi, 1975). Ovaj koncept je kasnije dodatno razvio Carroll (1979) a poseban doprinos su dali Wartick i Cochran (1985) i Wood (1991). Model kojeg je definisala Wood (1991) postao je polazno osnovište za daljnu diskusiju ne temu korporativnih društvenih performansi a prema pregledu literature kojeg je dala sama autorica Wood (2010), poseban doprinos u daljenjem razvoju njenog modela dali su autori Kang (1995) i Swanson (1995). Posebno je važno istaći stav koji je zastupao Kang (1995) na način da je koristio upside-down hijerarhiju, nasuprot onoj koju je dao Carroll (1991), povezujući je sa trima principa koje je definisala Wood (1991). Kasnije je objavljen njihov zajednički rad koji je poznat kao „*Before-Profit Social Responsibility*“ koja u obliku piramide ima moralne odgovornosti na dnu, društvene odgovornosti u sredini, ekonomske odgovornosti iznad, a dobročinstvo na vrhu piramide (Kang i Wood, 1995).

Autori Preston i Post (1975) uvode princip „javne odgovornosti“ (*engl. public responsibility*) a 1981. i „javne sposobnost“ (*engl. public liability*) gdje se termin „javna“ (*engl. public*) koristi umjesto „društvena“ (*engl. social*) kako bi se naglasio značaj javnosti kao takve i napravila distinkcija u odnosu na lične stavove ili interese grupa koji definišu obim njihovih društvenih odgovornosti (Preston i Post, 1981). Ovi autori također se zalažu da kompanije moraju biti svjesne posljedica svojih odluka ali da nisu dužne da rješavaju sve probleme društva već da targetiraju oblasti koje su povezane sa njihovim aktivnostima i interesima (Leite et. al, 2011) i smatraju da je dozvoljeno i da može biti od ključne važnosti da se kompanije „umiješaju“ u proces javnih politika unutar onih područja koja još uvijek nisu dovoljno razvijena ili su u tranziciji (Preston i Porst, 1981).

Prema Cheffins (2012), komisija za vrijednosne papire i berzu SAD (*engl. Securities and Exchange Commission*) 1976. uvodi termin korporativno upravljanje (*engl. corporate governance*) za kojeg OECD (2015) navodi da se sastoji od procedura i procesa kojima se organizacija usmjerava i kontrolira kako bi se izgradilo okruženje povjerenja, transparentnosti i odgovornosti.

Archie B. Carroll je 1979. godine predstavio tro-dimenzionalni model društvene odgovornosti koji se sastoji od:

- a) društvene odgovornosti (*engl. social responsibilities*) kojeg čine četiri vrste odgovornosti: ekonomska (biti profitabilan), pravna (poslovati legalno), etička (biti etičan i postupati ispravno, pravedno i fer) i diskreciona očekivanja „koje društvo ima od organizacija u određenom vremenskom trenutku“ (Carroll, 1979).
- b) društvenih pitanja poslovanja (*engl. social issues of business*) koja se odnose na pitanja standarada rada, ljudskih prava, zaštite životne sredine i odnosa prema korupciji i
- c) društvena osjetljivost (*engl. socail responsivness*) koja se odnosi na filozofiju odgovora na određenu situaciju u smislu da li se reaguje aktivno ili proaktivno? Ovaj model predstavljen je u nastavku.



Izvor: Carroll, A.B. (1979). *A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance*

Shema 3: Trodimenzionalni model društvene odgovornosti

Pored novih i sličnih termina društvenoj odgovornosti, tokom 1970-tih počinje se analizirati i veza između korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi (*engl. corporate financial performance*). U tom aspektu više se koristi koncept korporativnih društvenih performansi kao osnov za datu analizu. Razlog za takvu situaciju možemo pronaći u shvatanju samog koncepta što je usko vezano i sa stavom kojeg je iskazao Milton Frideman u članku „*The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits*“ objavljenog 1970. godine, navodeći da je korporacija vještačka tvorevina i da kao takva ne može imati odgovornost već da se ta odgovornost odnosi isključivo na pojedinca koji može da ima određeni stepen društvene odgovornosti. Time je započet trend negativnog poimanja ovog koncepta.

U kontekstu relacije korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi, važno je spomenuti rad pod nazivom „*Choosing Socially Responsible Stock*“ koji je 1972. godine objavio Moskowitz. U radu, Moskowitz (1972) postavlja pitanje društveno prihvatljivih dionica, pretpostavljajući da je društvena odgovornost relevantan faktor koji investitor uzima u razmatranje. Autor ističe da je četiri godine posmatrao društveno uključivanje kompanija u određena pitanja kao što su npr. odnos prema zagađenju ili odnos prema manjinama, i na osnovu toga odredio 14 kompanija čije bi se dionice mogle pronaći u portfelju bilo kog investitora, ukoliko je društvena odgovornost za tog investitora važan faktor. Na osnovu toga, Moskowitz (1972) razvija indeks kada je odabranih 14 firmi, u smislu društvene odgovornosti, kategorizirao kao „*najbolje*“, ili „*najgore*“. U konačnici, Moskowitz (1972) je zaključio da postoji pozitivna veza između korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi.

Tokom 1980-tih godina, društveni interes i poslovne organizacije su postale bliže i kompanije su postale više odgovorne u odnosu prema svojim stakeholderima (Leite et. al, 2011). Ovaj period također karakteriše i pojava različitih teorija u oblasti korporativne društvene odgovornosti od kojih se posebno izdvaja stakeholder teorija, koja će biti detaljno analizirana u drugom dijelu ovog poglavlja. Frederick (2006) ovo razdoblje definiše i kao razvoj etičke korporativne kulture i poslovne etike, navodeći da bi kompanija trebala biti prepoznata po kvalitetu korporativne kulture, tipu etičkih principa koji u njoj vladaju kao i normativnih principa po osnovu kojih se vode poslovne politike kompanije, strategije i odluke.

U istraživačkom pogledu, tokom 1980-tih definicija korporativne društvene odgovornosti koju je dao Carroll (1979) redefinisana je od strane drugih autora ali je i pojačan trend ispitivanja uticaja korporativne društvene odgovornosti na finansijske performanse. S tim u vezi, Drucker (1984) navodi da korporativna društvena odgovornost može biti posmatrana i kao poslovna prilika budući da može da poboljša finansijsku profitabilnost. U skladu sa tim, tematika uticaja korporativne društvene odgovornosti na finansijske performanse je bitna jer ako je njen uticaj pozitivan onda Margolis i Walsh (2003) ističu da se time sredstva preduzeća koriste za unapređenje interesa dioničara dok u slučaju negativne veze, Cochran i Wood (1984) napominju da menadžeri moraju biti vrlo oprezni sa primjenom ovog koncepta. Ovdje posebno dolazi do izražaja pitanje metoda mjerenja korporativne društvene odgovornosti. Cochran i Wood (1984) ističu da su tada najčešće korištene dvije metode: reputacijski indeks, kojeg je detaljnije razvio Milton Moskowitz (1972) i metoda analize sadržaja (*engl. content analysis*).

U teoretskom pogledu istraživanja koncepta korporativne društvene odgovornosti, došlo je do pojave određenih modela gdje se posebno ističe model autora Wartick i Cochran (1985) koji je poznat kao „3P CSR“ (principi, politike i procesi). U ovom modelu *principi* su ekvivalentni društvenim odgovornostima, *politike* vode društvena pitanja menadžmenta, uključujući i korporativne aktivnosti, dok *proces* predstavljaju odgovor promjenljivim izazovima društva. U konačnici, ovaj novi model integriše principe društvene odgovornosti, politike društvenih pitanja menadžmenta i procesa poduzetih akcija u evoluirajući dinamički sistem (Wartick i Cochran, 1985). Time su ovi autori potvrdili i tezu koju je iznio Jones (1980) da je korporativna društvena odgovornost evoluirajući koncept definirajući je kao pojam prema kojem preduzeće imaju obavezu ne samo prema dioničarima već i prema stakeholderima društva. 3P model je predstavljen na sljedećoj slici.



Izvor: Wartick, S.L., P.L. Cochran. (1985). *The evolution of the corporate social performance mode*.

Shema 4: 3P model korporativne društvene odgovornosti

Iz perioda 1980-tih izdvajamo i definiciju autora Edwin M. Epstein (1987) koji je koristio termin „*proces društvene politike korporacije*“ (*engl. corporate social policy process*) povezivajući društvenu odgovornost, osjetljivost i poslovnu etiku. Pitanja etike analizira i Frederick (1986) tako što predlaže CSR₃ kojeg definiše kao korporativna društvena ispravnost (*engl. corporate social rectitude*) koji pretpostavlja da su “*u ljudski rod uronjeni moralna značenja i koncepcije onoga što se smatra etičkim*”.

Pored revidiranja definicija i stavova o korporativnoj društvenoj odgovornosti, period 1990-tih karakteriše i razvoj veze između korporativne društvene odgovornosti i održivog razvoja ali i sprovođenja aktivnosti društvene odgovornosti u praksi. Pored toga, Muirhead (1999) ovaj period karakteriše i kao doprinos korporativne organizacije diverzifikaciji i globalizaciji.

Waddock (2006), citiran u Frederick (2006), period od 1990-2000 karakteriše kao korporativno globalno građanstvo (*engl. corporate global citizenship*³²) dok ga Frederick označava kao CSR₄ jer je društvena odgovornost poprimila globalni karakter što je iznad filantropije (CSR₁), društvenog aktivizma (CSR₂) i organizacione etike (CSR₃).

Carroll (1999) također navodi da je u ovom vremenskom razdoblju korporativna društvena odgovornost posmatrana kao osnov, temelj za druge koncepte, teorije i način poslovanja a koji su bili veoma kompatibilni sa korporativnom društvenom odgovornošću. Pored toga, veliki broj međunarodnih organizacija stavlja koncept korporativne društvene odgovornosti u okvire svojih prijedloga i procedura dok se osnivaju i međunarodne nevladine organizacije koje u prvi plan stavljaju korporativnu društvenu odgovornost. Jedan od takvih primjera jeste i organizacija Biznis za društvenu odgovornost (*engl. Business for Social Responsibility*) osnovana 1992. godine.

U cilju mjerenja efekata društveno odgovornog ponašanja, Wood (1991) predstavlja model koji definiše koncept korporativnih društvenih performansi kao „*oblikovanje principa društvene odgovornosti, procesa društvene osjetljivosti preduzeća i politika, programa i vidljivih ishoda koje se odnose na društvene odnose firme*“. Model definiše sljedeće elemente:

- a) Principi korporativne društvene odgovornosti:
 - Institucionalni: legitimnost (*engl. legitimacy*)
 - Organizacioni: javna odgovornost (*engl. public responsibility*)
 - Individualni princip: menadžerska diskrecija
- b) Procesi korporativne društvene osjetljivosti:
 - Procjena uticaja na životnu sredinu (*engl. environmental assessment*)
 - Menadžment stakeholdera (*engl. stakeholder management*)
 - Menadžment rješavanja problema (*engl. issues management*)
- c) Rezultati korporativnog djelovanja
 - Društvene politike
 - Društveni programi
 - Društveni uticaj

Objašnjenje ovih principa predstavljeno je u sljedećoj tabeli.

Tabela 7: Model korporativne društvene odgovornosti prema Wood (1991)

Princip legitimnosti

Društvo daje legitimitet i moć poslovanju. Na dugi rok, oni koji ne koriste moć na način koji društvo smatra odgovornim mogu da je izgube.

Nivo primjene: Institucionalni, zasnovan na kompanijinim generičkim obavezama kao poslovnice organizacije.

Usmjereno na: obaveze i sankcije.

³²Windsor (2006) ističe da se metafora građanstva (*engl. citizenship*) najčešće odnosi na multinacionalne korporacije koje posluju u različitim pravnim jurisdikcijama i menadžere koji se fokusiraju na stratešku izgradnju političkog uticaja i korporativne reputacije.

Vrijednost: Definiše institucionalnu vezu između biznisa i društva i specifikira koja su očekivanja od biznisa.

Izvor: Davis (1973).

Princip javne odgovornosti

Preduzeća su odgovorna za ishode vezane za njihovu primarnu i sekundarnu oblast učešća u društvu.

Nivo primjene: Organizacioni, zasnovan na specifičnim okolnostima firme i odnosu prema životnoj sredini.

Usmjereno na: parametri ponašanja za organizacije.

Vrijednost: Smanjuje odgovornost preduzeća na probleme vezane za aktivnosti firme i interese, bez preciziranja previše uskog domena moguće akcije.

Izvor: Preston i Post (1975).

Princip menadžerske diskrecije

Menadžeri su moralni akteri. U svakom domenu korporativne društvene odgovornosti, oni su obavezni da koriste takvu diskreciju koja im je dostupna, prema društveno odgovornim ishodima.

Nivo primjene: Individualni, zasnovan na ljudima kao akterima unutar organizacija.

Usmjereno na: Izbor, prilika, lična odgovornost.

Vrijednost: Određuje odgovornost menadžera da budu moralni akteri i da percipiraju i vježbaju izbor u službi društvene odgovornosti.

Izvor: Carroll (1979), Wood (1990).

Izvor: Wood, D.J. (1991). *Corporate social performance revisited.*

Interakcija četiri društvene odgovornosti preuzete iz Carroll (1979) i principa korporativne društvene odgovornosti prema Wood (1991) predstavljeni su u sljedećoj tabeli.

Tabela 8: Društvene odgovornosti i principi društvene odgovornosti prema Wood (1991)

Društvene odgovornosti	Principi društvene odgovornosti		
	Institucionalni (Legitimnost)	Organizacioni (Javna odgovornost)	Individualni princip (Menadžerska diskrecija)
Ekonomska	Proizvodnja dobara i usluga, obezbjeđenje radnih mjesta, stvaranje bogatstva za dioničare	Cijena dobara i usluga predstavlja stvarne iznose troškova sa svim uključenim eksternalijama	Proizvodnja u skladu sa ekološkim zahtjevima, upotreba nisko zagađujuće tehnologije, smanjenje troškova reciklažom

Pravna	Poštovati zakone i regulative. Ne lobirati za ili sa ciljem ostvarenja privilegija u pogledu javnih politika	Rad na javnim politikama sa ciljem interesa	Iskorištavanje regulatornih zahtjeva sa ciljem inovacije proizvoda ili tehnološkog procesa.
Etička	Pratiti fundamentalna etička načela	Obezbijediti sve potrebne informacije o proizvodu kako bi njegova upotreba bila sigurna i u skladu sa zakonom.	Za posebne grupe potrošača navesti posebne karakteristike proizvoda i to promovirati kao prednost proizvoda.
Diskreciona očekivanja	Postupati kao dobar građanin u svim aspektima kako zakonskim tako i u onim situacijama koje nisu regulisane zakonom. Vratiti dio ostvarene zarade zajednici.	Firmine izvore namjenjene za ulaganje u dobrotvorne svrhe iskoristiti sa ciljem rješavanja društvenih problema koji su usko povezani sa primarnim i sekundarnim odnosom kompanije prema društvu.	Odabrati dobrotvorne aktivnosti koje zaista mogu da riješe neki društveni problem.

Izvor: Wood, D.J. (1991). *Corporate social performance revisited*.

Carroll (1991) je redefinisao svoj model društvene odgovornosti tako da je diskreciona očekivanja revidirao u filantropsku odgovornost, koja se definiše kao biti korporativni građanin (*engl. corporate citizenship*). Srž ovakvog poimanja društvene odgovornosti jeste analiza četiri vrste odgovornosti koje je Carroll (1991) definisano kao “*piramida društvene odgovornosti*”. Pored toga vrlo je bitno istaći da se ove četiri vrste odgovornosti moraju posmatrati kao cjelina i ispuniti zajedno a ne svaka pojedinačno u određeno vrijeme. To znači ostvariti profit, poslovati u skladu sa zakonom, biti etičan i biti dobar korporativni građanin što je predstavljeno na slici 2.



Izvor: Carroll, A.B. (1991). *The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*.

Slika 2: Piramida korporativne društvene odgovornosti

Objašnjavajući svaku od četiri identifikovane odgovornosti, Carroll (1991) polazi od ekonomske odgovornosti kao osnove za druge jer su poslovne organizacije osnovne ekonomske jedinice društva. Istovremeno, cilj ostvarenja profita je vremenom prerastao u maksimizaciju profita. Carroll (1991) također navodi i koje su to ekonomske odgovornosti jedne poslovne organizacije:

- poslovanje u skladu sa maksimizacijom zarade po dionici,
- posvećenost ostvarenju profitabilnost poslovanja,
- održavanje jake konkurentske pozicije,
- održavanje visokog stepena operativne efikasnosti,
- uspješna kompanija definisana kao ona koja je konzistentno profitabilna.

Pravna odgovornost ogleda se u poslovanju u skladu sa zakonom jer postojanje pravne regulative i zakona omogućava da se poslovanje obavlja neometano. Pored toga može se reći da je postojanje zakonske regulative i normi usko povezano i sa etičkim djelovanjem budući da se jasno naglašava šta je u poslovnom procesu dozvoljeno odnosno šta nije.

Pitanje etike također je bitno jer ona, najjednostavnije rečeno, označava percepciju društva o tome šta je dobro a šta loše. U pogledu poslovne etike Lenk (1996) navodi da se ona danas smatra nužnim korektivom ponašanja u poslovnom svijetu koji, u okviru tržišne slobode, treba da omogući odluke od kojih društvo neće snositi posljedice niti će biti na uštrb njegovog razvoja. Radi se o normativnom polju zato što propisuje šta pojedinac treba da uradi ili bi se trebao uzdržavati od činjenja nečega. Poslovna etika, ponekad, odnosi se na etiku menadžmenta ili etiku organizacije budući da je limitirana na okvir unutar organizacija (Beekun, 1996). Sa aspekta korporativne društvene odgovornosti, etička odgovornost prati pravnu jer poslovanje u skladu sa zakonom jeste obavezujuće ali u svijetu biznisa je bilo toliko korporativnih skandala da pravna odgovornost nije dovoljna.

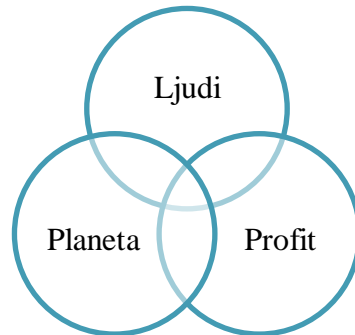
Etički principi poslovanja bitni su i zbog situacija koje mogu nastupiti a koje zakon, kao takve, ne razmatra jer društvo očekuje od poslovne organizacije da postupa pravično istovremeno vodeći računa i o društvenim normama, principima i vrijednostima. Carroll (1991) definiše sljedeće elemente etičke odgovornosti:

- poslovanje u skladu sa očekivanim društvenim i etičkim normama,
- prepoznavanje i poštovanje novih etičkih ili moralnih normi prihvaćenih od strane društva,
- sprečavanje ugrožavanja etičkih normi zarad ostvarenja poslovnih ciljeva,
- biti dobar korporativni građanin i poslovati sa očekivanim moralnim i etičkim vrijednostima,
- prepoznavanje da poslovni integritet i etičko ponašanje prevazilaze saglasnost sa zakonima i propisima.

Filantropska odgovornost odnosi se na aktivnosti kompanije u kontekstu učešća u društvenim pitanjima. Ova vrsta odgovornosti nije obavezna niti je definisana zakonom i vrlo često je rezultat djelovanja etičkih normi i principa kojima se organizacija vodi. U praksi se korporativna filantropija odnosi na ideju da kompanija daje društvu nešto zauzvrat (*engl. giving back*), prije svega finansijski, nešto od bogatstva koje je kreirala zahvaljujući društvenim inputima (Kakabadse et al., 2005).

Veoma značajan doprinos dao je Elkington (1998) koji je razvio koncept *triple bottom line* (*skraćeno TBL*) koristeći stakeholder teoriju kako bi izmjerio uticaj korporativne društvene odgovornosti na ekonomske, društvene i okolišne performanse koristeći termine *profit*,

planeta i ljudi kao tri linije (*engl. profit, people and planet*). Poštujući ova tri principa može se reći da time korporacija pokazuje posvećenost svojim stakeholderima, životnoj sredini ali i ekonomskoj kategoriji ostvarenja profita. S druge strane ovaj se princip ne može posmatrati kao trade-off u kome se ostvarenje jednog dešava na uštrb drugog. Kasnije je princip TBL korišten u cilju razvoja koncepta održivog razvoja (*engl. sustainable development*).



Slika 3: Bottom line pristup

Hopkins (1999) navodi da se korporativna društvena odgovornost bavi pitanjima odnosa stakeholdera kompanije na etički ili odgovoran način i da stakeholderi postoje i unutar ali i izvan kompanije. Woodward-Clyde (1999), citiran u Dahlsrud (2008), korporativnu društvenu odgovornost posmatraju kao vrstu ugovora između kompanije i društva i to na način da društvo osigurava kompaniji da posluje a zauzvrat ispunjava određene obaveze i ponaša se na prihvatljiv način. Khoury et al. (1999) smatraju da korporativna društvena odgovornost predstavlja vezu korporacije sa svojim stakeholderima. To uključuje kupce, zaposlene, društvenu zajednicu, vlasnike/investitore, vladu, dobavljače i konkurente. Elementi društvene odgovornosti uključuju ulaganje u informisanje javnosti, odnose zaposlenih, stvaranje i održavanje radnih mjesta, upravljanje životnom sredinom i finansijski učinak. Ono što je evidentno jeste da je koncept korporativne društvene odgovornosti promjenio način poslovanja poslovnih subjekata, posebno u procesu donošenja odluka jer je sam proces odlikovan institucionalnom praksom i okruženjem gdje se odgovornost kompanija proširila ne samo na određene stakeholdere već i na najširu društvenu javnost.

Od samog početka razvoja ovog pristupa, univerzalna defincija korporativne društvene odgovornosti još uvijek nije data što je nastavljeno i tokom 2000-tih godina. Karakteristika ovog perioda jeste što poprima globalni karakter budući da je i UN upravo 2000. godine usvojio međunarodni protokol UN Global Compact³³ koji je uspostavio deset principa u četiri velike oblasti: ljudska prava, radna snaga, životna sredina i borba protiv korupcije. Prema ovom protokolu, korporativna društvena odgovornost klasifikovana je kao međunarodna norma. Međunarodna organizacija za standardizaciju (ISO) i Organizacija za ekonomsku saradnju i razvoj (OECD) također su implementirale mjere za međunarodnu standardizaciju korporativne društvene odgovornosti.

U skladu sa time možemo izdvojiti i postojanje Standarda ISO 26000 koji predstavlja „Uputstvo o društvenoj odgovornosti“ koji u okviru svojih smjernica definiše sedam načela društvene odgovornosti:

1. odgovornost organizacije za sopstveni uticaj na društvo i životnu sredinu,
2. transparentnost organizacije u donošenju odluka i aktivnostima koje utiču na društvo i životnu sredinu,

³³ Globalni dogovor Ujedinjenih nacija posvećen je promovisanju društveno odgovornog poslovanja koji broji preko 10.000 članova iz više od 145 zemalja.

3. etičko ponašanje,
4. poštovanje interesa stakeholdera, razmatranje istih i odgovaranje na njih,
5. poštovanje pravne države,
6. poštovanje međunarodnih normi ponašanja,
7. poštovanje ljudskih prava i prepoznavanje njihovog značaja i univerzalnosti.

Iz perioda 2000-tih možemo izdvojiti istraživanje od strane Dahlsrud (2008) koji je identificirao 37 različitih definicija korporativne društvene odgovornosti od kojih su neke predstavljene u sljedećoj tabeli.

Tabela 9: Različite defincije korporativne društvene odgovornosti

Autor(i)/Organizacija	Definicija
Khoury et al., (1999)	Korporativna društvena odgovornost je veza korporacije sa svojim stakeholderima. To uključuje kupce, zaposlene, društvenu zajednicu, vlasnike/investitore, vladu, dobavljače i konkurente. Elementi društvene odgovornosti uključuju ulaganje u informisanje javnosti, odnose zaposlenih, stvaranje i održavanje radnih mjesta, upravljanje životnom sredinom i finansijski učinak.
Svjetski poslovni savjet za održivi razvoj (2000) <i>(engl. World Business Council for Sustainable Development)</i>	Korporativna društvena odgovornost je stalna posvećenost biznisa etičkom ponašanju i doprinosu ekonomskom razvoju sa istovremenim poboljšanjem kvaliteta života zaposlenih i njihovih porodica kao i društvene zajednice u cjelini.
Organizacija „ <i>Biznis za društvenu odgovornost</i> “ (2000)	Poslovanje koje odgovara ili previlazi etička, zakonska, tržišna ali i javna očekivanja koja društvo ima od biznisa.
Evropska komisija (2001)	Koncept po kome kompanije integrišu društvena i ekološka pitanja u svoje poslovne operacije i u odnose sa stakeholderima, na dobrovoljnoj osnovi.
International Business Leaders Forum – IBLF (2003)	Otvorena i transparentna poslovna praksa zasnovana na etičkim vrijednostima i poštovanju prema zaposlenima, zajednici i životnoj sredini, što će doprijeti uspjehu održivog biznisa.
Organizacija „ <i>Biznis za društvenu odgovornost</i> “ (2003)	Uvažavanje etičkih vrijednosti i poštovanje ljudi, zajednice i životne sredine.
Van Marrewijk (2003)	U suštini, korporativna održivost i korporativna društvena odgovornost odnose se na aktivnosti kompanije – dobrovoljne – demonstrirajući inkluziju društvenih i ekoloških pitanja u poslovnim operacijama i odnosima sa stakeholderima.
Hopkins (2003)	Korporativna društvena odgovornost bavi se pitanjima odnosa stakeholdera kompanije na etički ili odgovoran način. Etički ili odgovorno znači tretiranje stakeholdera na način koji se smatra prihvatljivim u civiliziranim društvima. Društvena odgovornost uključuje ekonomsku. Stakeholderi postoje i unutar ali i izvan kompanije. Širi cilj društvene odgovornosti je stvaranje visokih standarda života, uz očuvanje profita korporacije, za stakeholdere kako unutar tako i izvan nje.

Izvor: Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: An analysis of 37 definitions.

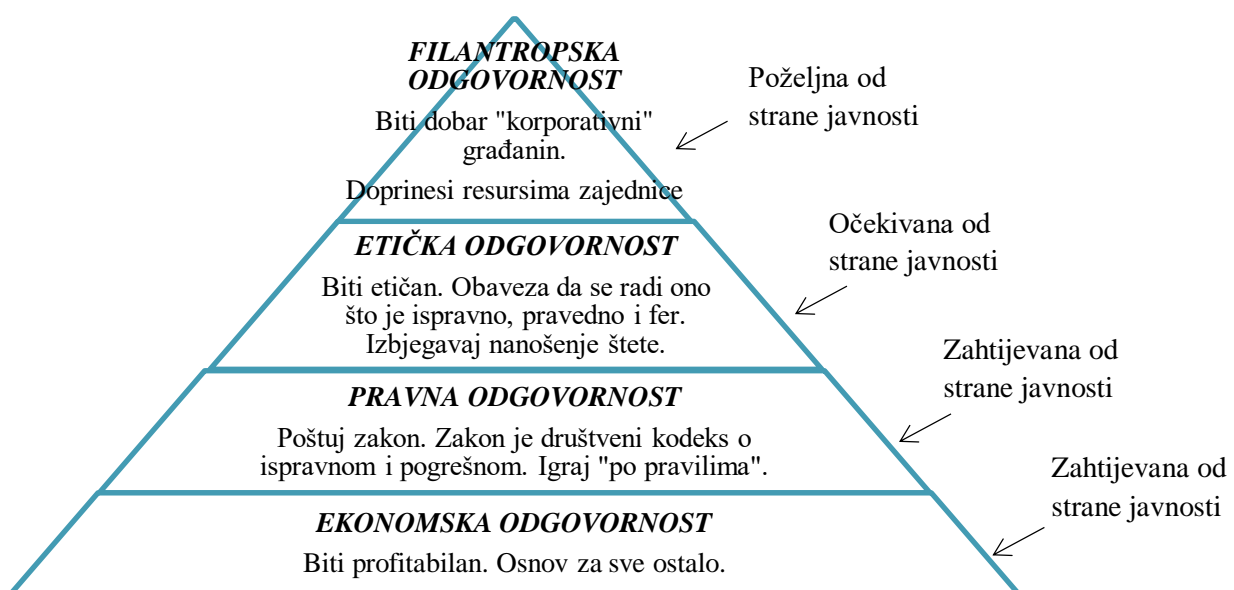
Pored prethodno navedenih definicija, možemo dodati i onu koju su dali Kotler i Lee (2005) a koji definišu korporativnu društvenu odgovornost kao *opredjeljenje za unapređenje dobrobiti zajednice kroz diskrecione poslovne prakse i doprinose na račun resursa korporacije*. U naučno-istraživačkom pogledu, Lee (2008) navodi da je korporativna društvena odgovornost evoluirala u pogledu:

- nivoa analize, gdje su istraživači diskurs pomakli sa makro socijalnih efekta na nivo organizacije i uticaja korporativne društvene odgovornosti na organizacijske procese i performanse i
- teoretske orijentacije ove tematike, gdje su istraživači pomjerali polje istraživanja sa isključivo normativnog i etički orijetiranog argumenta do implicitno normativnog i performansno orijentisanog aspekta.

Razmatranja o ekonomskoj odgovornosti tokom 2000-tih proširilo se u određenim aspektima pa je tako Carroll (2016) revidirao svoju piramidu društvene odgovornosti u domenu očekivanja ili zahtjeva koje društvo ima spram korporacije. Kada je u pitanju ekonomska odgovornost, autor smatra da društvo očekuje, odnosno zahtijeva, da poslovne organizacije budu samoodržive a to je moguće jedino tako što će biti profitabilne kako bi podsticale vlasnike ili dioničare da investiraju i imaju dovoljno sredstava da nastave sa radom. Pored ekonomske, autor je stava da se i pravna odgovornost također zahtijeva od poslovnih subjekata i definiše sljedeće elemente kao nosioce ove vrste odgovornosti:

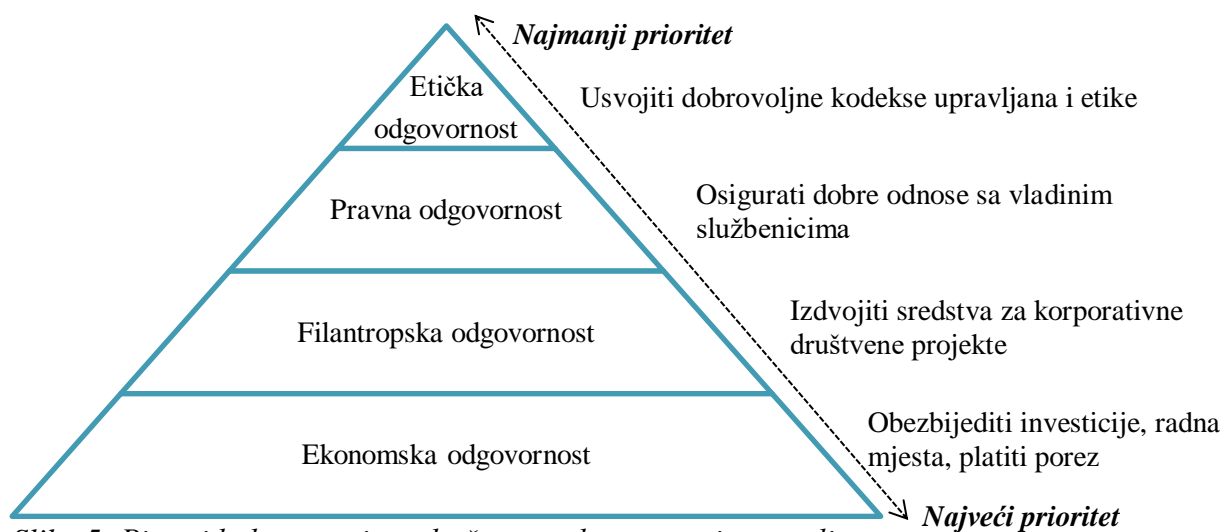
- poslovanje na način koji je konzistentan sa očekivanjima vlade i pravosudnih institucija,
- poštovanje propisa na različitim nivoima državnog uređenja,
- obezbjeđivanje proizvoda i usluga koje zadovoljavaju pravne zahtjeve,
- ispunjavanje svih pravnih obaveza prema stakeholderima,
- ponašanje korporacije kao „*korporativnog građanina*“.

Što se tiče preostale dvije odgovornosti korporacije, Carroll (2016) smatra da se etička odgovornost može posmatrati kao očekivanja javnosti da će poslovanje biti u „*duhu*“ zakona a ne samo slovo na papiru dok je filantropska odgovornost poželjna od strane društva. Ova revidirana postavka korporativne društvene odgovornosti predstavljena je na sljedećoj slici.



Slika 4: Revidirana piramida korporativne društvene odgovornosti

Iako je piramida korporativne društvene odgovornosti neizostavna u analizi ovog koncepta, Visser (2006) naglašava da je ona ustvari teško primjenjiva izvan SAD, a posebno u zemljama u razvoju, i da ju je kao takvu potrebno reformisati. U tom kontekstu, Visser (2006) je redefinisao piramidu društvenih odgovornosti u kontekstu njene primjene na afričkom kontinentu, ističući da se date odgovornosti različito poimaju u odnosu na njihovo shvatanje u SAD. Ovakav stav potvrdili su i autori Crane i Matten (2007), citiran u Visser (2008), na primjeru Evrope navodeći da su svi nivoi piramide prisutni i u Evropi ali da imaju drugačije značenje i da su međusobno povezani na drugačiji specifičan način. Na osnovu toga, Visser (2006) zaključuje da ekonomska odgovornost ima najveći značaj dok se filantropiji dodjeljuje drugi najviši prioritet. Na trećem odnosno četvrtom mjestu su pravna i etička odgovornost što je predstavljeno na sljedećoj slici.



Slika 5: Piramida korporativne društvene odgovornosti za zemlje u razvoju

Slično razmatranje različitog poimanja odgovornosti koje je dao Visser (2006) ponudio je i Masoud (2017) predstavljajući međunarodni model piramide korporativne društvene odgovornosti. Ovaj model se razlikuje u odnosu na onaj koji je razvio Visser (2006) po osnovu različitog redoslijeda prioriteta između kategorija odgovornosti i u vrsti odgovornosti koje autor klasifikuje kao: ekonomska, glocal (globalna i lokalna u isto vrijeme), pravna i etička (kao jedna odgovornost) i filantropska. Ova nova piramida je predstavljena u nastavku.



Slika 6: Međunarodna piramida korporativne društvene odgovornosti

Masoud (2017) ističe da se filantropska odgovornost nalazi na vrhu međunarodne piramide ali da može promijeniti poziciju, ovisno o kontekstu. Ista situacija je i u slučaju druge dvije odgovornosti ali ne i kada se radi o ekonomskoj odgovornosti jer je to razlog zašto je kompanija i osnovna, da se kroz njene aktivnosti povećava nacionalna ekonomija putem prihoda, mogućnosti zapošljavanja i ulaganja.

Mogućnost pomjerenja odgovornosti rezultat je posmatranja piramide korporativne društvene odgovornosti kao fleksibilnog alata koji određuje dinamiku i omogućava da se okvir prilagodi s ciljem fokusiranja kako na sadašnjost tako i na budućnost. Kada govorimo o svakoj odgovornosti posebno, ekonomska odgovornost je prva i najvažnija briga korporativne društvene odgovornosti jer kompanija mora poslovati pozitivno da bi preživjela a bez moći ostvarivanja i maksimiziranja profita, kompanija ali i poslovna aktivnost kao takva, teško može doprinijeti području društvene odgovornosti. Masoud (2017) naglašava da iako u nekim regionima, posebno u muslimanskim zemljama, ostvarenje profita nije najvažniji cilj, model koji je on predložio ipak može biti implementiran i u takvim zemljama.

Globalna odgovornost zasniva se na ideji „*misli globalno, djeluj lokalno*“ i u svojoj osnovi predstavlja obavezu donosioca odluka u kompaniji da se uključe u aktivnosti koje štite i poboljšavaju uslove životne sredine i društva u cjelini, uz priznavanje socio-kulturnih aspekata, korisnika tehnologije i prirode političkih prava. To su ujedno i odrednice ove vrste odgovornosti. Pravna i etička odgovornost su spojene u jednu odgovornost i također mogu promijeniti mjesto u okviru međunarodne piramide korporativne društvene odgovornosti. Masoud (2017) smatra da su pravna i etička odgovornost žarišna tačka društvenog otpora u okviru mnogih komercijalnih projekata kako u razvijenim tako i u zemljama u razvoju ali i tranzicijskim zemljama i da mogu biti odlučujući faktor u raspravi koja se odnosi na doprinose određenog projekta.

U pogledu filantropske aktivnosti, Masoud (2017) zastupa stav da ona uopšte nije izvršiva odgovornost, već ona koja uključuje čisto diskrecione aktivnosti. U modelu međunarodne piramide korporativne društvene odgovornosti, filantropiji se daje najniži prioritet jer diskreciono svojstvo takvih odgovornosti znači da će većina kompanija biti zadužena za njih nakon što osiguraju da su izvršili ostale. Jedan od najvidljivijih načina na koji poslovni svijet može pomoći društvu jeste kroz korporativnu filantropiju, ali menadžeri kompanija nemaju pravo donositi takve odluke o tome kako se dobit može koristiti jer novac ne pripada njima. Ipak i Masoud (2017) kao i Visser (2006) naglašavaju da filantropska odgovornost može biti druga, nakon ekonomske, u vidu rasporeda odgovornosti u okviru piramide. Ovo svakako zavisi od regiona ili zemlje u okviru koje se piramida implementira.

Na kraju razmatranja o međunarodnoj piramidi korporativne društvene odgovornosti, Masoud (2017) iznosi zaključak da je model:

1. osmišljen nakon što su preispitane postavke koje su dali Carroll (1991) i Visser (2006) a koji su kao takvi poznati i razumljivi;
2. fleksibilan u smislu nivoa i obima odgovornosti i može pružiti rješenja za različite okolnosti,
3. prepoznaje tranziciju u fokusu iz ranog koncepta korporativne društvene odgovornosti, koji se fokusira na ekonomsku odgovornost, na onu koja prepoznaje globalne, pravne i etičke i filantropske odgovornosti i tako omogućava holistički pristup praksama društvene odgovornosti u različitim zemljama,
4. prepoznaje važnu ulogu ekonomske odgovornosti, sugerirajući da dobro upravljanje treba da omogući veći ekonomski prosperitet koji bi generisao rast kapitalne potrošnje,

otvorio nova radna mjesta, doprinio poboljšanju obrazovanja, podržao razvoj ljudskih resursa i općenito omogućio ulaganje u društvo uopšte,

5. podstiče da aktivnosti korporativne društvene odgovornosti gledaju kao sredstvo za identifikaciju vrijednih društvenih ciljeva i rješavanje društvenih problema i
6. koji pokazuje međusobnu povezanost pravnih i etičkih odgovornosti budući da su etička pitanja često pokretačka snaga za stvaranje zakona i propisa.

U ovom dijelu rada dali smo pregled literature koji se tiče nastanka i razvoja korporativne društvene odgovornosti kao i brojne definicije koje ga karakterišu. Ono što je nesporno jeste da je korporativna društvena odgovornost uticala na društvene tokove, javne politike i na razvoj menadžmenta kao naučnog diskursa, promjenila način poslovanja kompanija i postala toliko bitna da ju je nemoguće zanemariti. Kao zaključak ovog dijela, navodimo citat vrhunskog stručnjaka i profesora Michael Portera, koji je, citiran u Hohnen i Potts (2007), rekao: „*Ne postoji način da se izbjegne ozbiljna pažnja posvećena korporativnom građanstvu: troškovi neuspjeha su jednostavno previsoki. ... Bezbrojne win-win mogućnosti čekaju da budu otkrivene: svaka aktivnost u lancu vrijednosti firme se na neki način preklapa sa društvenim faktorima - sve od toga kako kupujete ili nabavljate do načina na koji obavljate istraživanja - ali malo kompanija je razmišljalo o tome. Cilj je da se iskoriste jedinstvene mogućnosti vaše kompanije u podržavanju društvenih uzroka i da se istovremeno poboljša vaš konkurentski kontekst. Zadatak današnjih lidera je da prestanu da se brane i da počnu da razmišljaju sistemski o korporativnoj odgovornosti.*“

3.2 Teorijske postavke korporativne društvene odgovornosti

Kao što se iz prethodnog dijela može zaključiti, korporativnu društvenu odgovornost karakteriše različit način interpretiranja. Ova praksa prisutna je i danas što je dovelo do razvoja određenog broja teorija koje su usko povezane sa ovom oblašću. Poznavanje teorijskog pristupa korporativnoj društvenoj odgovornosti bitno je radi:

- a) boljeg razumijevanja odnosa korporacije i njenog okruženja,
- b) razvoja drugih koncepata sličnih korporativnoj društvenoj odgovornosti,
- c) razvoja i primjene prakse objelodanjivanja (*engl. disclosure*) u konceptu korporativne društvene odgovornosti i
- d) odgovora na pitanje da li je korporacija vještačka tvorevina i da li ju treba posmatrati isključivo kao takvu ili pak ima karakteristike onoga što se može nazvati kao korporativni personalitet (*engl. corporation personhood*) iz čega proizilazi da korporacija ima i određene obaveze prema društvu?

Analiza korporativne društvene odgovornosti uključuje i razmatranje teorija koje predstavljaju podlogu za bolje razumijevanje odnosa kompanije prema društvu ali i kako društvo treba da posmatra korporaciju. Ako bismo u potrazi za značenjem riječi *teorija* konsultovali Oxford rječnik, jedno od ponuđenih objašnjenja bila bi definicija teorije obrazovanja koja samu teoriju definiše kao „*skup principa na kojima se zasniva praksa aktivnosti*“³⁴. Prema Gray et al. (2009), teorija je nešto što koristimo svakodnevno ali najčešće implicitno na osnovu čega je definiše kao *konceptija odnosa između stvari*. U knjizi „*Theory Building in Applied Disciplines*“, autori Swanson i Chermack (2013) navode da su teorije formulisane da objasne, predvide i razumiju pojave i da, u mnogim slučajevima, izazovu i prošire postojeće znanje u granicama kritičnih ograničavajućih pretpostavki.

³⁴ <https://en.oxforddictionaries.com/definition/theory> (Pristupljeno: 25.01.2019).

U ispitivanju teorijskog pristupa korporativnoj društvenoj odgovornosti, Thomson (2007) je identificirao 33 grupe teorija koje se mogu dovesti u vezu sa ovim konceptom što govori o različitom pristupu, razumijevanju i primjeni korporativne društvene odgovornosti te njegovoj kompleksnosti koja, prema Warren (2003), zahtijeva multidisciplinarni pristup. Klonoski (1991) je identificirao četiri pristupa korporativnoj društvenoj odgovornosti:

- *fundamentalizam* koji naglašava da su korporacije samo pravni subjekti i da je njihova jedina društvena odgovornost povećanje profita u skladu sa zakonom,
- *moralizam* odnosno postojanje korporativnog moralnog presonaliteta što se u literaturi na engleskom jeziku karakteriše kao *moral agency*. U osnovi to znači da se korporacija može smatrati moralno odgovornim za svoja djela,
- *društveni institucionalizam* gdje je društvena uloga korporacije posebno relevantna i
- *ostali* koja se odnosi na pristupe bazirane na religiji, politici i kulturi.

Lantos (2001) govori o podjeli odnosno vrstama korporativne društvene odgovornosti i vrši klasifikaciju na *etički* (izbjegavanje štete u korist društva) za koji on smatra da je obavezan, *alturistički* (ostvarenje društvene koristi na račun dioničara nije legitimno) i *strateški* (ukoliko kompanija posluje dobro onda kao takva može da doprinese i društvu u cjelini). Windsor (2006) posmatra korporativnu društvenu odgovornost kao bilo koji koncept o tome kako menadžeri treba da se bave javnim politikama (*engl. public policy*) i društvenim pitanjima (*engl. social issues*). Na osnovu toga autor ističe tri moralna i politička teorijska pristupa korporativnoj društvenoj odgovornosti: teorija etičke odgovornosti (*engl. ethical responsibility theory*) koja je suprotna teoriji ekonomske odgovornosti (*engl. economic responsibility theory*) i korporativni građanin (*engl. corporate citizenship*) kao treći pristup. U osnovi, Renouard (2010) ističe da se one mogu posmatrati iz ugla dvaju filozofskih škola; kao utilitarna perspektiva sa ciljem maksimizacije blagostanja (Bentham, 1815) odnosno odbrani ljudskog dostojanstva, prava i sposobnosti (Kant, 1785).

Ipak, kako bi se objasnilo zašto neke korporacije integrišu korporativnu društvenu odgovornost u svoje poslovanje a druge ipak ne, potrebno je analizirati teorijsku podlogu ovog koncepta na način da se teorija kao takva posmatra kroz ekonomski, društveni i politički kontekst korporativne društvene odgovornosti, zavisno od toga koji elemenat teorija najviše naglašava. U tom kontekstu analizirat ćemo one teorije koje se, prema Deegan (2002), mogu smatrati najznačajnijim u teoretskom okviru korporativne društvene odgovornosti: teorija legitimnosti (*engl. legitimacy theory*), teorija društvenog ugovora (*engl. social contract theory*) i stakeholder teorija.

Utemeljena u političkoj ekonomskoj tradiciji, *teorija legitimnosti* (*engl. legitimacy theory*) sugerise da opstanak organizacije zavisi od njenog djelovanja na društveno prihvatljiv način (Panwar et al., 2012). O razvoju poslovne legitimnosti (*engl. business legitimacy*) Warren (2003) naglašava da je kompanija javna institucija a ne privatni aranžman nastao kao rezultat ugovora i upravo iz tog razloga ne može biti određena samo ekonomskim faktorima već mora, djelimično, uključivati političke i društvene faktore jer nekada upravo oni mogu odrediti sudbinu same kompanije.

Koncept legitimnosti počinje se razvijati onog momenta kada se o organizaciji prestalo razmišljati kao zatvorenom sistemu već kao o otvorenom sistemu. Ovdje možemo istaći definiciju legitimacije koju je dao Maurer (1971) da je legitimacija *proces kojim organizacija opravdava pravo na postojanje istog ili nadređenog sistema*. U skladu sa time, teorija legitimnosti nalazi da je korporativna društvena odgovornost način na koji organizacije

potvrđuju ili opravdavaju razloge svoga opstanka, profitabilnosti ili pojedinih akcija te izgrađuju reputacijski kapital vraćanjem duga društvu za uspješno poslovanje (Kundid, 2012).

Autori Gray et al. (1988) smatraju da sadržaj i opseg aktivnosti korporativne društvene odgovornosti zavisi od odnosa između društvenih očekivanja, u obliku prevladavajućih društvenih ideologija, odnosa menadžera prema onome što smatraju legitimnim društvenim očekivanjima i poslovnom ponašanju. Na osnovu toga Barnett (2007) smatra da legitimnost proizilazi iz podudarnosti između aktivnosti kompanije i društvenih očekivanja naglašavajući da gubitak legitimiteta može nastati kada neka kompanija djeluje suprotno društvenim očekivanjima te kao posljedica promjena u društvenim očekivanjima.

Palazzo i Scherer (2006) smatraju da se legitimnost može razumjeti kao potvrda društvenih normi, vrijednosti i očekivanja dok King i Whetten (2008) ističu da se legitimnost ostvaruje ispunjenjem društvenih očekivanja povezanih sa određenom populacijom. Ipak, najčešće korištena i citirana definicija u literaturi jeste ona koju je dao Suchman (1995) koji definiše legitimnost kao „*uopštenu percepciju ili pretpostavku da su akcije nekog entiteta poželjne, ispravne ili odgovarajuće unutar nekog društveno izgrađenog sistema normi, vrijednosti, vjerovanja i definicija*“.

Isti autor vrši podjelu legitimnosti na dva različita pristupa: strateški i institucionalni. Zaključak o postojanju strateškog elementa legitimnosti usvaja perspektivu menadžmenta i naglašava načine na koje organizacije instrumentalno manipulišu i primjenjuju evokativne simbole kako bi prikupile društvenu podršku. S druge strane institucionalni pristup usvaja odvojen stav i naglašava načine na koje dinamika sektorskog strukturiranja generiše kulturne pritiske koji prevazilaze svrhu kontrole svake organizacije.

U kontekstu korporativne društvene odgovornosti, ova teorija smatra se ključnom kada je u pitanju stepen primjene ovog koncepta od strane korporacije, sa posebnim naglaskom na praksu objelodanjivanja podataka (Deegan et al., 2002). Prema Deegan (2002), razlozi za veći stepen objelodanjivanja podataka mogu biti ispunjenje zakonskih normi, očekivanja zajednice, upravljanje zahtjevima određene stakeholder grupe, ispunjenje zahtijeva date industrije te sprečavanje napora za uvođenje strožijih propisa o izvještavanju. Deegan i Unerman (2011), citiran u Krasodomska (2015), naglašavaju da teorija legitimnosti tvrdi da organizacije stalno nastoje da osiguraju da se kompanije tretiraju kao one koje djeluju unutar granica i normi društva u kojem posluju odnosno da pokušavaju da spoljašni akteri njihove aktivnosti tretiraju kao legitimne. Autori isto tako ističu da ove norme nemaju fiksni karakter već se mijenjaju tokom vremena. U tom domenu Palazzo i Scherer (2006) ističu da je legitimnost kao takva posebno bitna za one kompanije koje posluju globalno.

Primjenu teorije legitimnosti u aspektu izvještavanja nalazimo u primjeru kojeg ističe Patten (1992) koji je analizirao izvještaje naftnih kompanija Južne Amerike nakon što se desila ekološka katastrofa usljed izlivanja ulja kompanije Exxon Valdez. Autor je zaključio da je došlo do porasta objelodanjenih aktivnosti nakon katastrofe i da su kompanije koristile godišnje izvještaje da legitimiziraju trenutne poslovne aktivnosti. Time je potvrđena teorija legitimnosti kao način tretiranja legitimnosti korporacija. Do sličnog zaključka došli su i autori Esa i Ghazali (2012) koji su uočili trend u povećanju obima objelodanjivanja podataka od strane kompanija u Maleziji nakon izdavanja tzv. „*sive knjige*“ (*engl. Silver Book*) koja daje smjernice o tome kako organizacije, prije svega kompanije koje su povezane sa vladom (*engl. government-linked company*), mogu upravljati svojim doprinosom društvu na efikasan i održiv način.

Prema Brinkerhoff (2005), legitimitet zavisi od konzistentnosti sa društveno-kulturnim vrijednostima. Ova teorija može se usko povezati i konceptom poslovne moći (*engl. business power*) kojeg je razvio Davis (1960) odnosno da legitimnost nije karakteristika organizacije već je odraz društvenih percepcija o adekvatnosti ponašanja organizacije u odnosu na društvena očekivanja (Nasi et al., 1997). Sličan stav ima i Williams (1999) koji ističe da pojedinci ili institucije imaju pravo da teže ka ostvarenju svojih ciljeva ali da oni moraju biti u liniji društvenih normi.

Teorija legitimnosti usko je povezana sa **teorijom društvenog ugovora** (*engl. social contract theory*) jer je, prema Holub (2003), ključ legitimnosti koncept društvenog ugovora koji postoji između organizacija i članova društva. Veza između društva i poslovnih institucija možda nikada nije bila važnija jer suštinsko pitanje svrhe biznisa poprima sve drugačiji odgovor usljed odvijanja paralelnih procesa poput globalizacije te društvenih tema kao što su ljudska prava, prava radnika, odnosa prema životnoj sredini itd. Na osnovu toga može se reći da i društvo dozvoljava poslovnim subjektima da posluju u mjeri u kojoj rade u korist društva i u mjeri u kojoj su spremni da odgovore na njegove potrebe.

Teorija društvenog ugovora³⁵ polazi od toga da je svaki čovjek slobodan ali da se ljudska bića odriču određenih prava, koja imaju u prirodnom obliku, te se ujedinjuju u političku zajednicu na osnovu uzajamne saglasnosti i pristajanja da se pridržavaju zajedničkih pravila i da prihvate određene obaveze kako bi zaštitili sebe i jedni druge od nasilja i drugih nepravdi. Na osnovu toga teorija naglašava da se etičke i političke obaveze pojedinca mogu posmatrati kao vid sporazuma kojeg oni imaju sa drugim pojedincima u društvu. Prema Lantos (2001) korporativna društvena odgovornost se kroz prizmu teorije društvenog ugovora opisuje kao obaveza koja proističe iz implicitnog „*društvenog ugovora*“ između biznisa i društva, kako bi kompanije odgovarale na dugoročne potrebe i želje društva, optimizirajući pozitivne efekte i minimizirajući negativne efekte svojih aktivnosti na društvo.

Baveći se pitanjima etike u svojim radovima, autori Donaldson i Dunfee (1994) razvili su koncept integrativne teorije društvenog ugovora (*engl. integrative social contract theory ili skraćeno ISCT*) koja stavlja u simboličnu ravnotežu ono što „*je*“ etika i ono na što „*treba*“ da se odnosi. Na taj način, autori posmatraju društvenu odgovornost kao rezultat sporazuma na dva nivoa: marko-društveni ugovor koji se odnosi na sve razumne ugovarače i mikro društveni ugovor koji se odnosi na članove lokalnih zajednica.

Teorija koja možda predstavlja i okosnicu razumijevanja korporativne društvene odgovornosti kao veoma bitnim elementom svakog poslovnog subjekta jeste **stakeholder teorija**³⁶. Iako se u literaturi najčešće navodi da se prve ideje definisanja termina stakeholder javljaju 1960-tih u istraživanjima Stanford Research Institute, Preston (1990), citiran u Clarkson (1995), navodi da prva poimanja termina stakeholder datiraju još iz vremena velike depresije kada kompanija General Electric identifikuje četiri glavne grupe stakeholdera: dioničari, zaposleni, klijenti i šira javnost.

³⁵ Najistaknutiji predstavnici ove teorije su Thomas Hobs (1651), John Lock (1689) i Jean Jacques Rousseau (1762) koji su imali različit pristup prema istoj ali su bili fokusirani na pitanje društvene kooperacije i pitanje države. S druge strane, Paz-Fuchs (2011) navodi da moderna teorija društvenog ugovora uzima postojanje moderne države kao date što u praksi znači da se moderni društveni ugovor koristi kao mehanizam za identifikaciju odgovarajućih društvenih institucija i politike koje odražavaju pravdu kao osnovnu vrlinu u društvu.

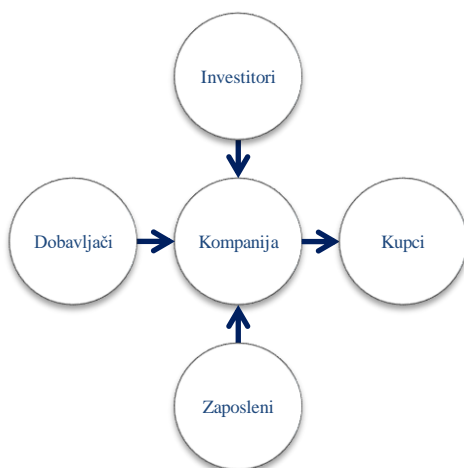
³⁶ Iako se u literaturi na našim prostorima može pronaći prevod ove teorije kao „*teorija interesnog dioništva*“ objavljena u „Krkač, K. (2007). *Uvod u poslovnu etiku i korporacijsku društvenu odgovornost*. Zagreb: Mate“ u radu ćemo ipak koristiti engleski izraz radi sveobuhvatnijeg shvatanja ovog koncepta.

Ipak ovdje ćemo navesti i definiciju stakeholdera koju je dao Stanford Research Institute kao „one grupe bez čije podrške organizacija prestaje da postoji“. Do naučne konkretizacije ovog pojma dolazi 1980-tih u djelima autora James Emshoff (1978); Richard Mason i Ian Mitroff (1981) dok detaljniju formulaciju, i najviše korištenu u literaturi, daje Robert Edward Freeman (1984) u knjizi „Strategic Management: A Stakeholder Approach“. Nakon toga uslijedio je veliki broj radova koji su analizirali stakeholder teoriju i sam pristup koji on označava dok se istovremeno i pojam stakeholder našao kao predmet analize velikog broja radova.

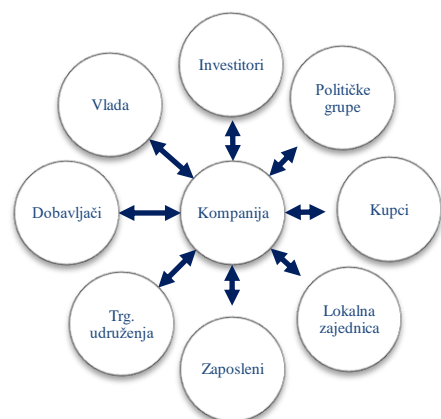
Kada se analizira ova teorija, obično se polazi od pitanja šta znači stakeholder? Definicija koju je dao Freeman (1984) navodi da je stakeholder ustvari „bilo koja grupa ili pojedinac koja može imati uticaja ili je pod uticajem ostvarenja organizacionih ciljeva“. Na taj način uzimaju se u obzir ne samo dioničari već i drugi pojedinci ili institucije koje su zainteresovane za poslovanje korporacije. Freeman (1984) navodi da je osnov teorije ustvari „definisanje novog konceptualnog okvira budući da postojeće teorije nisu u skladu sa količinom i vrstama promjena koje se događaju u poslovnom okruženju 1980-ih.“

Od momenta definisanja stakeholdera, pojavio se veliki broj drugih definicija i shvatanja termina pa tako na primjer Eden i Ackermann (1998) definišu stakeholdera kao „ljudi i manje grupe koje posjeduju moć da pregovaraju, utiču i mijenjaju stratešku budućnost organizacije“. Čak je i sam Freeman (2004) revidirao definiciju stakeholdera kao „one grupe koje su vitalne za opstanak i uspjeh korporacija“. Stakeholder teorija definiše postojanje skupina poput zaposlenih, kupaca, dobavljača, lokalne zajednice i naglašava da menadžeri moraju uzeti u obzir i ove grupe a ne samo dioničare. Time se, prema Mele (2008), uzimaju u obzir legitimnost interesa stakeholdera a ne samo ono što ima zakonsku formu u smislu odnosa menadžera i stakeholdera.

U definisanju ove relacije ističemo i dva modela koja su razvili autori Donaldson i Preston (1995) a koji govore o perspektivi stakeholder teorije odnosno kako se relacijski odnos između kompanije i stakeholdera može posmatrati. Prvi je konvencionalni ili input – output model korporacije a drugi je stakeholder model korporacije što je predstavljeno na sljedećim slikama.



Slika 7: Input – output model



Slika 8: Stakeholder model

U prvom modelu smjer kretanja linija je jednostran što znači da su interesi stakeholdera kompanije finansijski i da kompanija inpute transferiše u outpute u korist kupaca. U stakeholder modelu, smjer kretanja linija je obostran što znači da su svi stakeholderi prepoznati kao oni koji imaju legitiman interes u kompaniji bez obzira da li je on finansijski ili ne i da postoji obostrana veza uticaja u smislu da kompanija utiče na stakeholdere ali i oni da utiču na samu kompaniju. Ipak, različite kompanije mogu imati različite stakeholdere, ovisno o tome koju skupinu sama kompanija definiše kao stakeholdere ali može se reći da se radi upravo o prethodno navedenim kategorijama. Razmatranje svake od navedenih stakeholder grupa bit će predmetom posebne analize u slijedećem dijelu ovog poglavlja.

Stakeholder teorija implicira da može biti korisno za firmu da se uključi u određene aktivnosti korporativne društvene odgovornosti koje nefinansijski akteri smatraju važnim, jer, ako ih nema, ove grupe mogu povući svoju podršku firmi. Na osnovu toga i jeste ključno pitanje ko predstavlja stakeholdere jer prema Ackermann i Eden (2011) to je povezano sa raznovrsnom prirodom zahtjeva koje stakeholderi mogu da naprave za organizaciju.

Stakeholder teorija dovela je do razvoja stakeholder menadžmenta kao dijela strateškog menadžmenta. Sama teorija može se klasificirati na normativnu, instrumentalnu i deskriptivnu. Ovaj trodimenzionalni pristup posebno je razvijen od strane autora Donaldson i Preston (1995) koji naglašavaju da ova tri aspekta teorije, iako međusobno povezana, u suštini su prilično različiti jer uključuju različite vrste argumenata i imaju različite implikacije. Prema Donaldson i Preston (1995) deskriptivna stakeholder teorija predstavlja model kroz objašnjenje šta je to korporacija i kako se ustvari ponašaju menadžeri i stakeholderi i kako gledaju na svoje postupke i uloge. Instrumentalna stakeholder teorija uspostavlja okvir za ispitivanje veza, ako one postoje, između prakse upravljanja stakeholderima (*engl. stakeholder management*) i ostvarenja različitih korporativnih performansi dok je normativna ustvari klasična stakeholder teorija koja sadrži teorije o tome kako menadžeri ili stakeholderi treba da sagledaju svrhu organizacije, zasnovanu na nekom etičkom ili filozofskom principu.

Veoma značajan doprinos u razvoju odnosa između menadžera i stakeholdera te načina kategorizacije tih odnosa dali su autori Mitchell et al. (1997) koji su identificirali tri atributa koji povezuje ove skupine i to: 1) *moć* stakeholdera da utiče na firmu, 2) *legitimnost* odnosa stakeholdera sa firmom, i 3) *hitnost* potraživanja stakeholdera od firme. Autori su nazvali ovu teoriju kao *teoriju identifikacije i istaknutosti stakeholdera* (*engl. theory of stakeholder identification and salience*) navodeći da gore spomenuti atributi ustvari predstavljaju indikatore menadžerske pažnje određenom stakeholderu. Isti autori naglašavaju da identifikacija navedena tri atributa može omogućiti menadžeru da prepozna jedinstvenost određene situacije, razvije menadžersku percepciju i postavi prioritete kada su u pitanju veze sa stakeholderima.

Ono što je evidentno jeste da je stakeholder teorija uvela velike promjene u menadžersku praksu i sam koncept shvatanja korporacije i njenog djelovanja. Samim tim postala je neizostavan dio teorije menadžmenta i vrlo često stavlja se u isti kontekst kao i korporativna društvena odgovornost jer se samoj korporaciji daje karakteristika personaliteta. Upravo ta karakteristika prema Evan i Freeman (1993) dovela je do razvoja dva značajna principa: prvi princip koji je zasnovan na deontološkom etičkom rezonovanju i tiče se poštivanja prava drugih dok je drugi princip biti odgovoran za efekte koje aktivnosti kompanije prouzrokuju što je zasnovano na teološkom etičkom rezonovanju. Time se usljed adekvatne primjene stakeholder teorije stvara dodatna vrijednost kompaniji koja se očituje stvaranjem pozitivne

reputacije kod stakeholdera jer, kako i Freeman (1984) ističe, stakeholderi imaju uticaj na kompaniju.

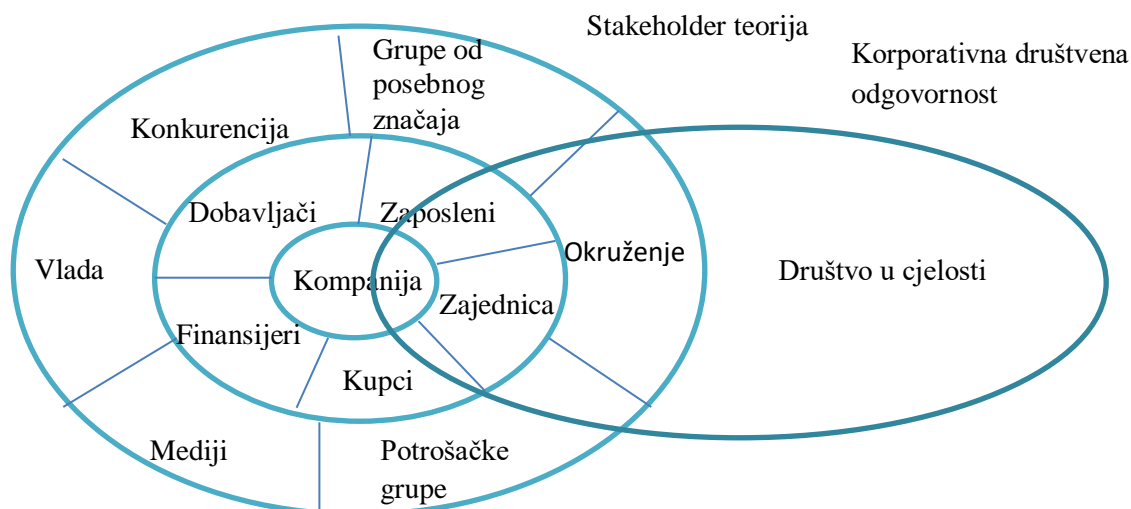
Pored ovog pristupa Roberts (1992) naglašava i onaj u kome se stakeholder teorija može posmatrati kao dijelom strateškog plana za adekvatno upravljanje odnosima sa stakeholderima i to putem obavljanja i objelodanjivanja aktivnosti vezanih za društvene odgovornosti čime se razvija korporativna reputacija kao društveno odgovorna. Ovaj stav podržavaju i Gray et al., (1996) ističući da je informacija glavni elemenat koji organizacija može koristiti za upravljanje (ili manipulaciju) stakeholdera kako bi dobila njihovu podršku i odobrenje, ili da bi se odvratilo njihovo protivljenje i neodobravanje.

Pošto su ova razmatranja značajna za korporativnu društvenu odgovornost, ovdje možemo postaviti pitanje u kojoj relaciji se mogu posmatrati stakeholder teorija i ovaj koncept? Da li se među njima može postaviti znak jednakosti ili se radi o principu dvije strane istog novčića ili su to dva odvojena pristupa? Odgovore možemo pronaći u radovima autora Freeman (1984, 1994, 2004) koji naglašava da su ova dva pristupa odvojena i različita; Wood (1991) koja smatra da je jedan koncept podvrsta drugog ili Russo i Perrini (2010) koji zastupaju tezu da su komplementarni.

Brown i Forster (2013) dali su veoma zanimljivu analizu odnosa korporativne društvene odgovornosti i stakeholder teoriju analizirajući ih kroz radove Adama Smitha³⁷: „*Teorija moralnih osjećanja*“ (engl. *Theory of Moral Sentiments*) i „*Predavanja o pravosuđu*“ (engl. *Lecture on Jurisprudence*), predlažući post-pozitivistički pristup koji naglašava normativni, moralni temelj za korporativnu društvenu odgovornost zasnovan na epistemologiji humanističkih i različitih filozofija.

Freeman i Dmytriyev (2017) smatraju da su stakeholder teorija i korporativna društvena odgovornost različiti koncepti ali sa određenim stepenom preklapanja. Najveća sličnost između dva koncepta svakako je inkorporacija društvenih interesa u poslovne operacije. Istovremeno, Freeman i Dmytriyev (2017) navode osnovnu razliku među ova dva koncepta a to je da stakeholder teorija postavlja ključne odgovornosti biznisa u cjelini odnosno korporativne odgovornosti gdje je odgovornost prema društvu bitna ali samo jedan dio u odnosu na druge korporativne odgovornosti. S druge strane, korporativna društvena odgovornost priotirizira jedan aspekt biznisa odnosno njegovu orijentaciju naspram društva u cjelosti. Ovaj odnos predstavljen je na sljedećoj slici.

³⁷ U teoriji o korporativnoj društvenoj odgovornosti, Adam Smith je primjer stava da je odgovornost kompanija ustvari okrenuta prema stvaranju profita. To se izvodi iz njegove poznate fraze: „*Ne očekujemo mi večeru od dobroćudnosti mesara, pivara i pekara, već od njihovog čuvanja vlastitog interesa*“ (Smith, 1772).



Izvor: Freeman, R.E., Dmytriiev, S. (2017). *Corporate Social Responsibility and Stakeholder Theory: Learning From Each Other*

Slika 9: Odnos stakeholder teorije i korporativne društvene odgovornosti

Pored prethodno navedenih teorija za koje se smatra da su najznačajnije kada je u pitanju analiza korporativne društvene odgovornosti, ovdje se možemo kratko osvrnuti još i na agencijsku teoriju koja uključuje relaciju direktor (*engl. principal*) i radnik (*engl. agent*). Ova relacija se može posmatrati sa različitih aspekata pa tako na primjer CEO može imati funkciju agenta dioničara koji se mogu posmatrati u funkciji direktora. Gibbons (1998) ističe da je centralno pitanje ove teorije da je ustvari „*direktor*“ suviše zauzet i iz tog razloga on upošljava agenta ali istovremeno to znači da se agenat ne može nadgledati sve vrijeme i da može doći do sukoba interesa. U literaturi to definišemo kao agencijski *problem* (*engl. agency problem*).

Drugačji pristup ovoj teoriji dali su Davis et al. (1997) koji integrišu agencijsku teoriju sa ciljem definicije koncepta upravnika (*engl. stewardship*) pa tako nastaje teorija upravnika (*engl. stewardship theory*) koja menadžera posmatra kao upravnika sredstava korporacije i onoga koji zadovoljava potrebe i dioničara i stakeholdera. Ova teorija tvrdi da se maksimizacija vrijednosti za dioničare postiže zajedničkim djelovanjem CEO i predsjednika Upravnog odbora za razliku od agencijske teorije koja zahtijeva njihovo razdvajanje (Donaldson i Davis, 1991).

Sa ciljem da izvrše mapiranje oblasti u kojima je korporativna društvena odgovornost najviše prisutna, Gariga i Mele (2004), klasificirali su četiri vrste grupe teorija povezanih sa korporativnom društvenom odgovornošću gdje se može uočiti da neke teorije kombiniraju različit pristup ali koriste istu terminologiju sa različitim značenjem:

- „*instrumentalna*“ (korporacija služi kao sredstvo za ostvarenje profita što znači da se sagledava samo ekonomski aspekt u relaciji društvo – korporacija),
- „*politička*“ (korporacija prihvata društvene dužnosti i prava i aktivno učestvuje u ostvarenju istih),
- „*integrativna*“ (korporacija treba da integriše socijalne zahtjeve što znači da korporacija kao poslovna institucija zavisi od društva i njegovog prosperiteta uključujući i postojanje same organizacije) i
- „*etička*“ (odnos između korporacije i društva je uklopljen u etičke vrijednosti).

Tabela 10: Karakteristike teorija korporativne društvene odgovornosti

INSTRUMENTALNA TEORIJA		
<i>Podvrste instrumentalne teorije</i>	<i>Opis</i>	<i>Objašnjenje i reference</i>
Maksimizacija vrijednosti za dioničare (<i>engl. shareholder</i>)	Maksimizacija vrijednosti u dugom roku	Friedman (1970) Jedina odgovornost korporacije prema društvu jeste maksimizacija profita dioničara u skladu sa zakonskom regulativom i etičkim običajima date države Jensen (2000) „ <i>Prosvijećena maksimizacija vrijednosti</i> “ (<i>engl. enlightened value maximization</i>) koja koristi većinu strukture stakeholder pristupa ali istovremeno prihvata maksimizaciju vrijednosti u dugom roku kao kriterijuma za stvaranje kompromisa između stakeholdera i dugoročne maksimizacije vrijednosti kao kompanijinog cilja.
Strategija za ostvarenje konkurentske prednosti	<ul style="list-style-type: none"> • Društvene investicije u konkurentnom kontekstu • Pristup koji se bazira na resursima kompanije i njene dinamičke sposobnosti • Strategije za dno ekonomske piramide 	<p>Porter i Kramer (2002) Investiranje u filantropske aktivnosti može biti način da se poboljša kontekst komparativnih prednosti kompanije što obično rezultira većom društvenom vrijednošću.</p> <p>Ovaj pristup u engleskoj literaturi poznat je pod terminom <i>resource based view- RBV</i> i naglašava maksimizaciju vrijednosti putem udruživanja i iskorištavanja dragocjenih resursa.</p> <p>Hart (1995) Uključuje aspekt dinamičkih sposobnosti i povezuje ih sa vanjskom sredinom. Hart (1995) naglašava veliki uticaj prirodnog okruženja sa naglaskom na prevenciju zagađenja, nadgledanje procesa proizvodnje i održivi razvoj. Ključni resursi su kontinuirano poboljšanje, integracija stakeholdera i zajednička vizija.</p> <p>Prahalad i Hammond (2002), Hart i Christensen (2002)</p> <p>Primjena strategija kako bi siromašni postali aktivni kupci na način da se ova skupina kupaca posmatra kao prilika za inovacije a ne kao problem. Korištenje pristupa disruptivne inovacije kojeg Christensen definiše kao</p>

		proces kojim proizvod ili usluga započinje kao jednostavna aplikacija na dnu tržišta i raste dok ne uništi konkurenciju.
Uzročno - povezani marketing (<i>engl. cause-related marketing</i>)	Alturističke aktivnosti koje su društveno prepoznate korištene kao instrument marketinga.	Varadarajan i Menon (1988) definišu uzročno povezani marketing kao proces formulacije i primjene marketinških aktivnosti koje obilježava ponuda preduzeća da doprinese određenim iznosom od svake pojedinačne prodaje nekom određenom cilju i to tako da u taj proces uključi kupce te zadovolji organizacijske i individualne ciljeve.
POLITIČKA TEORIJA		
<i>Podvrste političke teorije</i>	<i>Opis</i>	<i>Objašnjenje i reference</i>
Korporativni konstitucionalizam	Društvena odgovornost korporacije proizilazi iz količine njene društvene moći	Davis (1960, 1967) Davis predstavlja teoriju korporativnog konstitucionalizama koja znači da poslovna moć mora biti korištena odgovorno.
Integrativna teorija društvenog ugovora (<i>engl. Integrative Social Contract Theory</i>)	Pretpostavlja da postoji društveni ugovor između poslovnog okruženja i društva i na taj način učesnici se slažu oko osnovnih pravila definišući ekonomske osnove koje će biti prihvatljive za sve učesnike.	Donaldson i Dunfee (1994, 1999)
Korporativno ili poslovno građanstvo (<i>engl. corporate citizenship</i>)	Kompanija se posmatra kao da je građanin sa određenim stepenom uključenosti u zajednici.	Termin korporativno građanstvo uveden je 1980-tih (Altman i Vidaver - Cohen, 2000). Wood i Logsdon (2002) koriste termin i poslovno građanstvo za koje se može reći da predstavlja ne samo poštovanje lokalnih pravila već kao reakcija na kolektivne norme globalne zajednice. Matten et al. (2003) razlikuju tri pogleda na ovaj pristup: a) ograničavajući, b) pristup jednak korporativnoj društvenoj odgovornosti i c) prošireni pogled korporativnog građanstva.

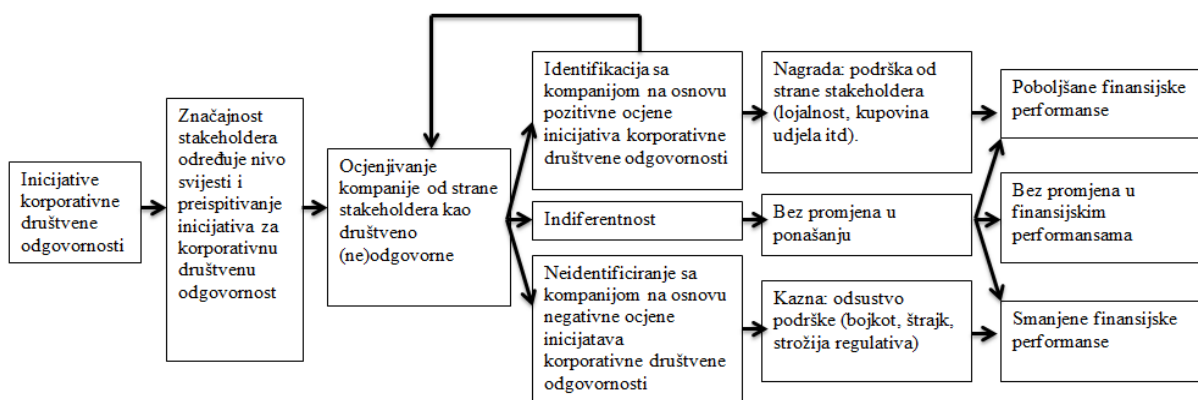
INTEGRATIVNA TEORIJA		
<i>Podvrste integrativne teorije</i>	<i>Opis</i>	<i>Objašnjenje i reference</i>
Issues management	Proces korporativnog odgovora na društvena i politička pitanja koja mogu značajno uticati na njih.	Društveni odgovor ili odgovor na društvena pitanja i procese njihovog upravljanja unutar organizacije je pristup koji je razvijen 1970-tih. (Sethi, 1975), Ackerman (1973), Jones (1980), Vogel (1986).
Princip javne odgovornost (<i>engl. public responsibility</i>)	Zakonska regulativa te postojeći proces javnih politika, uzimaju se kao referenca za društveni učinak.	Preston i Post (1975, 1981) <i>U knjizi Private management and public policy: The principle of public responsibility</i> , Preston i Post (1975) naglašavaju međuzavisnost društvenih institucija, a ne njihovu funkcionalnu specijalizaciju, podržavajući ideju da kompanije treba da budu društveno odgovorne jer postoje i djeluju u zajedničkom okruženju.
Stakeholder management	Balansiranje interesa kompanije i stakeholdera	Ovaj pristup razvijen je 1970-tih kada su autori Emshoff i Freeman (1978) predstavili dva bazična principa stakeholder menadžmenta: prvi, da je centralni cilj da se postigne maksimalna ukupna saradnja između čitavog sistema stakeholdera i ciljeva korporacije dok drugi navodi da su najefikasnije strategije za upravljanje odnosima sa stakeholderima uključivanje napora, koji se istovremeno bave pitanjima koja utiču na više zainteresovanih strana.
Korporativne društvene performanse (<i>engl. corporate social performance</i>)	Potruga za društvenim legitimitetom i procesima sa ciljem pružanja adekvatnih odgovora na društvena pitanja	Carroll (1979), Wartick i Cochran (1985), Wood (1991), Swanson (1995).
ETIČKA TEORIJA		
<i>Podvrste teorije</i>	<i>Opis</i>	<i>Objašnjenje i reference</i>
Normativna stakeholder teorija	Razmatra fiducijarne dužnosti naspram stakeholdera kompanije. Njena primjena zahtijeva razumijevanje teorija morala (Kant, utilitarizam teorija pravde, itd).	<i>U knjizi Strategic Management: a Stakeholder Approach</i> , Freeman (1984) naglašava da menadžeri zastupaju fiducijarni odnos sa stakeholderima. Evan i Freeman (1988), Donaldson i Preston (1995), Freeman i Phillips (2002).
Univerzalna prava	Okvir zasnovan na ljudskim pravima, pravima na rad i poštivanju okoline.	The Global Sullivan Principles (1999), UN Global Compact (1999)

Održi razvoj	Postizanje ljudskog razvoja razmatrajući potrebe sadašnjih i budućih generacija	Wheeler et al. (2003) o održivosti navode da je ideal prema kojem društvo i poslovna zajednica mogu stalno težiti a način na koji težimo je stvaranjem vrijednosti, kreiranjem ishoda koji su u skladu s idealom održivosti zajedno sa društvenom ekološkom i ekonomskom dimenzijom. Brundtland Report (1987)
Zajedničko dobro (<i>engl. common good</i>)	Ostvarenje zajedničkog dobra društva jer je i korporacija dio društva.	Kaku (1997) Koncept zajedničkog dobra datira još od vremena Plato-a, Aristotela i Ciceroa.

Izvor: Modifikovano prema Gariga i Mele (2004). *Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory*

3.3 Analiza stakeholdera i proces implementacije korporativne društvene odgovornosti

Analiza stakeholdera bitna je iz razloga što stakeholderi predstavljaju sponu između kompanije i društva i što se očekivanja društva reflektuju na poslovanje kompanije. Barnett (2007) iznosi teorijski argument da sposobnost firme da profitira od društvene odgovornosti ovisi o kapacitetu uticaja stakeholdera (*engl. stakeholder influence capacity ili skraćeno SIC*). U skladu sa time, možemo spomenuti istraživanje autora Pelosa i Papania (2008) koji su analizirali relaciju korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi ali ne kroz klasične finansijske pokazatelje nego upravo sa aspekta stakeholdera. U teoretskom pogledu, ovo je prošireni marketing model autora Murray i Montanari (1986). Model Pelosa i Papania (2008) baziran je na ocjeni stakeholdera o inicijativama korporativne društvene odgovornosti gdje se ta ocjena reflektuje i na finansijske performanse što je predstavljeno na sljedećoj slici.



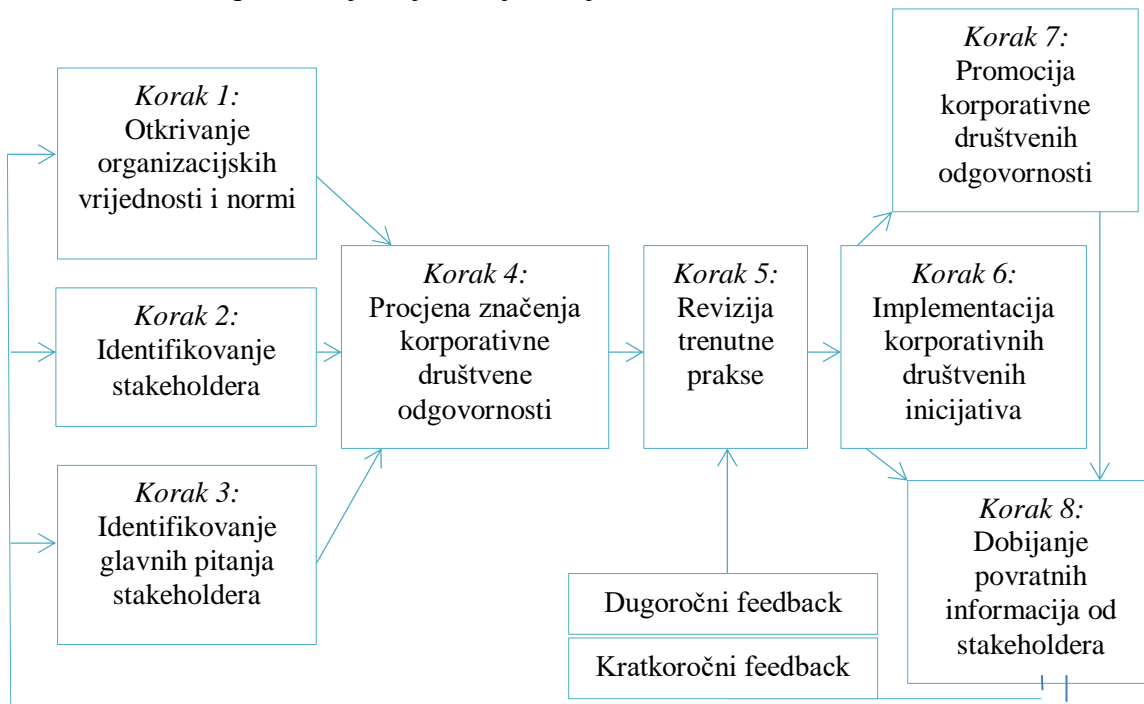
Slika 10: Uticaj stakeholdera na finansijske performanse kompanije - Pelosa i Papania (2008)

Krkač (2007) ističe da stakeholder teorija nadilazi stare proizvodne i menadžerske modele korporacije. U analizi veze između stakeholder teorije i korporativne društvene odgovornosti, Maignan et al. (2005) identificiraju osam koraka koje treba slijediti:

- otkrivanje organizacijskih vrijednosti i normi;
- identifikovanje stakeholdera i njihov značaj;
- identifikovanje glavnih pitanja koja su od značaja za identifikovane ključne stakeholdere,
- procjena značenja korporativne društvene odgovornosti koja odgovara organizaciji,

- revizija trenutne prakse,
- identifikacija prioriteta i implementacija promjena i inicijativa korporativne društvene odgovornosti,
- promovisanje korporativne društvene odgovornosti stvaranjem svijesti i uključivanjem stakeholdera,
- dobijanje povratnih informacija od stakeholdera.

Ovih osam koraka predstavljeno je na sljedećoj shemi.



Izvor: Maignan I., Ferrell O.C., Ferrell L. (2005). *A stakeholder model for implementing social responsibility in marketing*

Shema 5: Osam koraka za implementaciju korporativne društvene odgovornosti

Na gore predstavljenoj shemi autori predlažu da se povratne informacije od stakeholdera koriste kao input za narednu reviziju. Shodno tome, redosljed koji povezuje korake od pet do osam treba da se sprovodi na redovnoj osnovi a da se povratne informacije stakeholdera koriste i kao input za preispitivanje prva tri koraka procesa upravljanja korporativnom društvenom odgovornošću. Kada govorimo o motivima uključenosti stakeholdera u koncept korporativne društvene odgovornosti, Aguilera et al. (2007) navode tri: a) instrumentalni ili onaj u kojem su zastupljeni vlastiti interesi, 2) relacijski koji vodi računa o odnosima među članovima grupe i 3) moralni, zasnovan na brizi o etičkim standardima i moralnim načelima. Prateći ovu klasifikaciju može se postaviti pitanje da li stakeholderi mogu imati samo jedan motiv ili je moguća njihova kombinacija? Odgovor može zavisi od klasifikacije samih stakeholdera.

Clarkson (1995) je grupisao stakeholdere u dvije skupine:

- *primarni stakeholderi* koje definiše kao one bez čije kontinuirane participacije korporacija ne bi opstala. U tu grupu autor ubraja dioničare i investitore, zaposlene, kupce i dobavljače. Autor u primarnu skupinu ubraja i ono što definiše kao *javnu grupu stakeholdera* u šta spadaju vlade i zajednice koje osiguravaju infrastrukturu i tržišta, čiji se zakoni i propisi moraju poštivati i kojima se moraju plaćati porezi i

druge obaveze. Na osnovu toga može se reći da postoji visok stepen međuovisnosti između korporacije i njenih primarnih stakeholdera i da izostanak jedne od navedenih primarnih grupa može dovesti do ozbiljnog problema u poslovanju kompanije.

- *sekundarni stakeholderi* kao oni koji utiču ili djeluju ili su pod uticajem korporacije ali koji nisu ključni za njen opstanak kao što su mediji ili specijalne grupe stakeholdera. Ipak autor ističe da one mogu imati uticaja na poslovanje kompanije.

Prethodno navedenu podjelu Wheeler i Sillanpaa (1997) razlažu na primarne društvene, primarne nedruštvene, sekundarne društvene i sekundarne nedruštvene stakeholdere što je predstavljeno u narednoj tabeli.

Tabela 11: Podjela stakeholdera na primarne i sekundarne

Primarni društveni stakeholderi	Sekundarni društveni stakeholderi
Dioničari i drugi investitori	Vlada i regulatori
Zaposleni i menadžeri	Civilne institucije
Kupci	Društvene grupe
Lokalna zajednica	Mediji i stručna javnost
Dobavljači i poslovni partneri	Trgovinska udruženja
	Konkurencija
Primarni nedruštveni stakeholderi	Sekundarni nedruštveni stakeholderi
Životna sredina	Organizacije za zaštitu okoliša
Buduće generacije	Organizacije za zaštitu prava životinja
Neljudske vrste	

Izvor: Wheeler, D., Sillanpää, M. (1997). *The stakeholder corporation: A blueprint for maximizing shareholder value*

U kontekstu implementacije koncepta korporativne društvene odgovornosti i ostvarivanja koristi, Palmer (2012) ističe da je ključni zadatak menadžmenta postizanje ravnoteže u složenoj mreži odnosa prema stakeholderima. Ukoliko se ona postigne onda se, prema Barić (2017), može zaključiti da korporativna društvena odgovornost pozitivno utiče na ugled kompanije, motivaciju zaposlenih, lojalnost potrošača, zaštitu od loših menadžerskih odluka i dugoročnu profitabilnost. Time bi relacija *kompanija – društvo* postala zaokružena cjelina jer kako ističu Freeman et al. (2010), „*poslovanje je u tome kako kupci, dobavljači, zaposleni, finansijeri, zajednice i menadžeri komuniciraju i stvaraju vrijednost*“.

Ovdje se također može navesti i odnos kompanije prema stakeholderima u određenim specifičnim okolnostima, kao u toku pandemije izazvane korona virusom (COVID – 19) koja je proglašena sredinom marta tekuće godine. Pored različitih analiza i ekonomskih procjena koje su date na nivou zemalja, autori Gutierrez-Gutierrez et al. (2020) novonastalu situaciju posmatrali su sa aspekta jedne poslovne organizacije i definisali taj novi koncept pod nazivom *brze odgovorne inovacije* (engl. *rapid responsible innovation*). Prema Gutierrez-Gutierrez et al. (2020), brze odgovorne inovacije predstavljaju *inovacije razvijene u kratkom periodu, posebno u vrijeme nepogodnosti, sa ciljem i nadom zaštite ljudi i spašavanja života*. U osnovi, ovaj pristup je orijentisan na izbjegavanje štete, stvaranje dobra i razvijanje odgovornog upravljanja koje uključuje uspostavljanje institucija, struktura i postupaka za olakšavanje inovacija. U tom kontekstu, upravo iz ovakvog poimanja se zaključuje da je analiza uticaja na svakog pojedinačnog stakeholdra iznimno bitna.

Na osnovu toga, u nastavku je dat kratak osvrt na svaku grupu od navedenih stakeholdera kako bismo mogli dobiti kompletnu sliku o tome kome su strategije, programi, aktivnosti,

izvještaji o poslovanju kompanija zaista i namjenjeni i kako svaka od navedenih grupa ima uticaj na poslovanje jedne kompanije, u svakom aspektu, bez obzira da li ona poslovala lokalno, regionalno ili imala multinacionalni karakter.

3.3.1 Vlada

Autori koji se bave oblašću korporativne društvene odgovornosti naglašavaju da je veoma bitno da biznis i društvo shvate granicu dobrovoljnog djelovanja odnosno kako to ističu Cowe i Porritt (2002), „*tačku u kojoj treba doći do intervencije vlade*“. S druge strane, (Campbell (2007) naglašava važnost postojanja institucionalnog pristupa korporativnoj društvenoj odgovornosti kako bi se osiguralo da korporacije, pored sebe, odgovaraju i na interese društvenih aktera što je posebno izraženo u globalnim ekonomskim relacijama.

U istraživačkom diskursu najviše je prisutan stav da se u relaciji vlada – kompanija, posebno ističu pitanja zaštite životne sredine i na koji način poslovanje kompanije utiče na istu. Međutim, pored ekoloških pitanja i drugi elementi su izuzetno važni za analizu djelovanja kompanija na društvo i njihovog adekvatnog regulisanja. Najbolji dokaz za to su svakako korporacijski skandali ali i događaji iz perioda 2007. godine i izbijanja svjetske ekonomske krize. Na osnovu toga postavlja se pitanje na koji način se vlada može posmatrati kao stakeholder? Da li samo kao regulator ili pak aktivni učesnik zainteresovan za poslovanje kompanija? Autori Gond et al. (2011) identifikovali su šest vrsta relacije vlada – korporativna društvena odgovornost što je predstavljeno u sljedećoj tabeli.

Tabela 12: Relacija vlade i korporativne društvene odgovornosti

Vrsta relacije	Opis
Korporativna društvena odgovornost kao samouprava (<i>engl. CSR as self-government</i>)	Djeluje zajedno sa vladom i prilagođava se tradicionalnom, filantropskom pogledu na korporativnu društvenu odgovornost u smislu da poslovni subjekti imaju diskrecioni doprinos društvu, nezavisno od vlade.
Korporativna društvena odgovornost potvrđena od strane vlade (<i>engl. CSR as endorsed by government</i>)	Vlada podstiče korporativnu društvenu odgovornost kroz retoriku i selektivne politike (nagrade, govori itd).
Korporativna društvena odgovornost u vidu olakšice od strane vlade (<i>engl. CSR as facilitated by government</i>)	Vlada daje poticaje za korporativnu društvenu odgovornost u vidu subvencija, poreskih izdataka ili dodjele organizacijskih resursa.
Korporativna društvena odgovornost kao partnerstvo sa vladom (<i>engl. CSR as a partnership with government</i>)	Vlada i poslovne organizacije (često i civilno društvo) kombinuju svoje resurse i ciljeve.
Korporativna društvena odgovornost propisana od strane vlade (<i>engl. CSR as mandated by government</i>)	Vlada reguliše korporativnu društvenu odgovornost putem zahtijeva o izvještavanju o svom društvenom, ekološkom i etičkom uticaju.
Korporativna društvena odgovornost kao alternativni oblik vlasti (<i>engl. CSR as a form of government</i>)	Kada u društvu postoji deficit vlade onda se kompanije ponašaju kao vlade (proces globalizacije).

Izvor: Adaptirano prema Gond, Kang, Moon (2011). *The government of self-regulation: on the comparative dynamics of corporate social responsibility.*

U studiji Svjetske banke, autori Fox et al., (2002) ističu četiri načina na koji se javni sektor uključuje u sam koncept korporativne društvene odgovornosti: obaveznost (*engl. mandating*), pojednostavljenost (*engl. facilitating*), partnerstvo (*engl. partnering*) i podrška (*engl. endorsing*). U slučaju vlade, princip obaveznosti može podrazumijevati poštivanje određenih standarda, prije svega u zakonodavnom pogledu, kao što je na primjer zabrana zapošljavanja djece ili definisanje sigurnosnih pravila na radu ili instalacija određenih softvera u cilju prevencije od prevara i pranja novca.

Pitanje pojednostavljenosti odnosi se na situacije kada vlada izdaje uputstva kompanijama odnosno smjernice u pogledu društvene odgovornosti. Tu možemo ubrojiti i određene standarde poslovanja koji također mogu pomoći kompanijama. Takvim pristupom vlada utiče na stvaranje kapaciteta za boljom implementacijom korporativne društvene odgovornosti i podiže svjesnost o važnosti ovog koncepta. S druge strane time pomaže kompanijama da kreiraju strategije potrebne za rješavanje specifičnih problema, posebno kada su u pitanju različite industrije jer sama primjena korporativne društvene odgovornosti varira u odnosu na industriju i prema Soana (2011), ne mogu se generalizovati na sva tržišta i sektore.

Pored vrste industrije, druga bitna stavka za analizu jeste specifičnost područja odnosno regiona gdje se koncept implementira jer se društvena pitanja različito posmatraju i tumače u različitim zemljama. Krkač (2007a) ističe da je u SAD-u na djelu „*kompetitivni menadžerski kapitalizam*“ i prema Gond et al. (2011) ima karakter korporativne društvene odgovornosti kao samouprave. S druge strane, u Velikoj Britaniji imamo „*personalni kapitalizam*“ dok u Njemačkoj „*kooperativni menadžerski kapitalizam*“. To nas navodi na zaključak da je evropski pristup korporativnoj društvenoj odgovornosti znatno drugačiji u odnosu na američki pa je tako i sam pristup etici, kao grani usko povezanoj sa društvenom odgovornošću, drugačiji.

Krkač (2007a) navodi da se evropska poslovna etika odlikuje pozivanjem na skupnu odgovornost zajednice dok se američki pristup bazira na individualnoj odgovornosti. Upravo na osnovu toga može se posmatrati i odnos vlade prema korporativnoj društvenoj odgovornosti čime se stiče dojam da je evropski pristup više usmjeren ka formalizaciji odnosno stavljanje relacije *društvo – vlada – kompanija* u zakonske norme za razliku od američkog. Općenito, pitanje razvoja korporativne društvene odgovornosti u toj zakonskoj formulaciji usko je povezano i sa razvijanjem zakona o radu te odnosa prema okolini, održivom razvoju i ljudskim pravima.

Pošto je Bosna i Hercegovina zemlja koja pripada evropskom području, ovdje ćemo se kratko osvrnuti na evropski pristup korporativnoj društvenoj odgovornosti. Madrakhimova (2013) ističe da u genezi razvoja korporativne društvene odgovornosti u Evropi značajno mjesto zauzima Evropski samit održan u Lisabonu 2000. godine gdje su ključna pitanja bila društvena kohezija, ekonomski razvoj i zaposlenost. Već naredne godine korporativna društvena odgovornost poprima značenje kao vid poslovne politike kroz usvajanje Zelene knjige od strane Evropske komisije. Ova institucija 2011. godine revidira definiciju korporativne društvene odgovornosti kao „*odgovornost kompanija za njihov uticaj na okruženje*“ čime se jasno ističe da ona nije samo poslovna strategija već ustvari cilj sam po sebi.

Na osnovu toga može se zaključiti da evropski pristup korporativnoj društvenoj odgovornosti ima karakter državne regulacije pa su tako pitanja penzionog i zdravstvenog sistema,

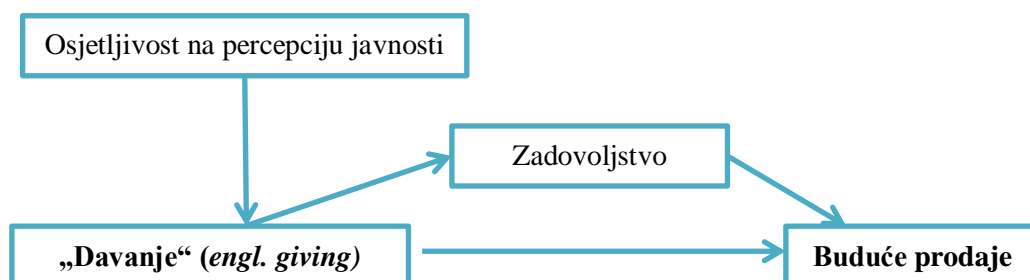
socijalnih davanja, radničkih prava, zaštite na radu definisana zakonom i podržana od strane države. Time se vlada ne može zanemariti kao stakeholder čime je njena pozicija neupitna.

3.3.2 Kupci

Postojanje veze između kompanije i kupaca zasnovana je na obostranom očekivanju u ispunjenju uloge koju imaju. U toj relaciji posebno važnu ulogu ima povjerenje jer se u njihovoj interakciji očekuje fer odnos. Kupci kao stakeholderi imaju karakter najvažnije grupe (Fatma i Rahman, 2015). Analiza ponašanja potrošača kao posebna oblast u istraživačkom aspektu javlja se od perioda kasnih 1960-ih godina. Sa marketinškog aspekta, napominje se da se korporativna društvena odgovornost može smatrati kao faktor koji doprinosi lojalnosti kupaca i njihovom zadržavanju jer su kupci više orijentisani ka kompanijama koje su društveno i ekološki odgovorne (Ellen et al., 2000; Sen i Bhattacharya, 2001). Time se stiče dojam da kupci koji osjećaju „*pripadnost*“ kompaniji i njenoj politici korporativne društvene odgovornosti pa su manje osjetljivi na promjenu cijene (Lee i Schumann, 2009) a i njihova očekivanja, od toga da dobiju samo kvalitetan proizvod, prerasla su u nešto više.

Autori Weigelt i Camerer (1988) ističu da kognitivna asocijacija potrošača određene kompanije može biti strateška prednost ili prema Hall (1993) izvor održive konkurentne prednosti. U svom istraživanju, Brown i Dacin (1997) koriste termin korporativna asocijacija (*engl. corporate associations*) kao generičku oznaku za sve informacije o kompaniji koju pojedinac ima i navode dvije generalne strategije pozicioniranja korporacija koje menadžeri mogu da vode: a) korporativna sposobnost (*engl. corporate ability*) koja se odnosi na stručnost u proizvodnji i isporuci proizvoda ili usluga i b) korporativna društvena odgovornost za koju zaključuju da utiče na evaluaciju proizvoda kroz svoj uticaj na ukupnu korporativnu evaluaciju.

Kupci kao stakeholderi značajani su i iz razloga što se njihova percepcija usko veže sa odlukama pri kupovini. Lev et al. (2010) analiziraju relaciju *korporativna filantropija – kupci – finansijska korist*, navodeći da filantropija može poboljšati reputaciju kompanije i povećati lojalnost svojih kupaca čime se smanjuje elastičnost cijena. U skladu sa time, kupci su spremni da plate veću cijenu za proizvode etičke kompanije (Creyer i Ross, 1997). Ova relacija predstavljena je na sljedećoj slici.



Izvor: Lev, B., Petrovits, C., Radhakrishnan, S. (2010). *Is doing good good for you? How corporate charitable contributions enhance revenue growth*

Slika 11: Veza između korporativne filantropije i prihoda

Tu se nadovezujemo i na pitanje zadovoljstva kupca, kojeg Kotler i Keller (2006) definišu kao „*osjećaj zadovoljstva ili razočaranja koje je rezultat poređenja percipiranog učinka ili rezultata proizvoda u odnosu na njegovu/njena očekivanja*“. Druga istraživanja poput Sharma et al. (2012) pokazala su da pol, godine ili stepen obrazovanja određuju određenost kupca prema ovom konceptu. Autori Berman et al. (1999) sproveli su istraživanje među 100

kompanija koje su kvalifikovane kao najbolje iz grupe *Fortune 500* gdje je ispitivana veza između pojedinih stakeholdera i finansijskih performansi i ustanovljeno je da su samo zaposleni i kupci direktno uticali na finansijske performanse odnosno ROA koji je korišten u datoj analizi.

Ipak analiza kupaca kao stakeholdera se također mora posmatrati sa aspekta industrije jer će kompanije, ovisno o tome kojoj industriji pripadaju, biti društveno odgovornije po osnovu specifičnih karakteristika poslovne djelatnosti koju obavljaju i upravo u tom aspektu kupci kao stakeholderi mogu imati drugačiji status u odnosu na druge. Pored faktora industrije, Waldman et al., (2006) ističu i kulturu analiziranog područja. Simpson i Kohers (2002) naglašavaju da bi se istraživači u oblasti korporativne društvene odgovornosti trebali držati isključivo samo jedne industrije jer su razlike primjene ovog koncepta među njima izrazito velike. Ovaj stav izražen je i u ranijim istraživanjima poput onog kojeg je dao Shetty (1979) koji je analizirao ukupno 82 kompanije, svrstavajući ih prema različitoj industriji. Rezultati su pokazali da je društvena odgovornost bila rangirana druga u hemijskoj i farmaceutskoj industriji, treća u industriji celuloze i papira, četvrta u prehrambenoj industriji i peta u elektro industriji.

3.3.3 Zaposleni

Razmatranje u obzir potreba svih stakeholdera od izuzetne je važnosti za poslovanje kompanije. U toj analizi, kako je već spomenuto, važno je izvršiti klasifikaciju koji su to stakeholderi koji su zaista i bitni i utiču na poslovanje kompanije a istovremeno i kompanija svojim djelovanjem ima uticaj na njih. Iako se praksa korporativne društvene odgovornosti najčešće usmjerava na kupce, često se u praksi naglašava da ona ustvari treba da počne „od kuće“ u smislu da zaposleni treba da imaju primat. Teorijski, Hameed et al. (2016) razlikuju dva pristupa: *spoljnu korporativnu društvenu odgovornost* (engl. *external corporate social responsibility*) koja predstavlja napore usmjerene prema eksternim stakeholderima u smislu primjene onih praksi koji će uticati na imidž korporacije i stvaranje reputacije kao društveno odgovorne kompanije a usmjerena su na pitanja zaštite životne sredine, prirodnih staništa životinja, korporativne filantropije, volonterskog rada za zajednicu itd. i *unutrašnju korporativnu društvenu odgovornost* (engl. *internal corporate social responsibility*) koja se odnosi na napore usmjerene prema zaposlenima i tiče se pitanja poštovanja ljudskih prava, jednakih prilika na poslu, mogućnosti za napredovanje, sticanje obrazovanja, obuke itd.

Pitanje unutrašnje korporativne društvene odgovornosti posebno dolazi do izražaja za vrijeme izražajanih ekonomskih fluktuacija. Najbolji primjer svakako je situacija izazvana pandemijom korona virusa (COVID-19) kada je usljed sprovođenja zdravstvenih mjera karantina, veliki broj radno sposobnog stanovništva ostao kod kuće. U tom kontekstu, važno je naglasiti da će upravo u takvim okolnostima ostati upamćene one kompanije koje su, prije svega u pogledu očuvanja radnih mjesta, poduzele ne samo ono što se očekuje od njih nego i one aktivnosti koje su „*iznad očekivanih*“. Takve odluke ostat će upamćene i njene posljedice će se odraziti na poslovanje u budućnosti prije svega kroz pitanje lojalnosti, produktivnosti ali i samom imidžu kompanije.

Relacija kompanija – zaposleni, može se posmatrati sa više aspekata:

- *motivacije za rad* u smislu da zaposleni kao stakeholderi će zbog toga što je kompanija društveno odgovorna tražiti zaposlenje u takvoj kompaniji što može dovesti do toga da se visoko specijalizovani stručnjaci zaposle upravo u kompaniji koja ima epitet društveno odgovorne. Time se povećava ukupna vrijednost kompanije što se kasnije

valorizuje na tržištu. Ovdje možemo istaknuti i pojavu organizacione identifikacije koja je bila predmet istraživanja autora Farooq et al. (2014) koji su dokazali postojanje pozitivne veze između korporativne društvene odgovornosti i organizacijske identifikacije dok se prema Jones i Volpe (2011) ta veza najviše ističe u domenu prestiža ili ponosa.

- *lojalnosti* koja dolazi do izražaja kada kompanija zaista i primjenjuje korporativnu društvenu odgovornost, prije svega kada su u pitanju teme na koje je društvo posebno osjetljivo. Time se povećava stepen lojalnosti zaposlenog što prema McGuire et al. (1988) dovodi do veće produktivnosti odnosno boljeg učinka. Pored toga, Hansen et al. (2011), ističu da percepcije stakeholdera o korporativnoj društvenoj odgovornosti mogu biti važnije od samih njenih aktivnosti jer su te percepcije ono što čini stvarnost na kojoj stakeholderi zasnivaju svoje odluke, mišljenja i stavove. Autori su ovaj stav potvrdili na osnovu sprovedenog istraživanja u uzorku od ukupno 3,538 opservacija.

Prethodno navedena relacija određena je prema tome kako kompanija, kroz primjenu korporativne društvene odgovornosti, utiče na zaposlene. S druge strane kada govorimo o uticaju zaposlenih na primjenu korporativne društvene odgovornosti onda se to može posmatrati na način da:

- a) zaposleni mogu imati ulogu agenata društva jer mogu uticati da kompanije usvoji praksu korporativne društvene odgovornosti (Aguilera et al., 2007);
- b) bi kompanija zaista mogla da primjeni koncept korporativne društvene odgovornosti ona mora da ima podršku svojih zaposlenih što prema Collier i Esteban (2007) znači da korporativna društvena odgovornost pored toga što mora zaista biti utemeljena u poslovnoj praksi kompanije mora biti i sistem vrijednosti svojih zaposlenih jer u konačnici od zaposlenih i zavisi da li će korporativna društvena odgovornost zaista biti adekvatno implementirana i biti nešto što će biti sastavnim dijelom date kompanije ili će ipak imati karakteristiku samo marketing strategije koja u određenom roku treba dati rezultati i time završiti priču o društvenoj odgovornosti;
- c) zbog svoje homogene uloge, koja je već spomenuta, zaposleni isto tako mogu reagovati na programe koje sprovodi kompanija i dati odgovarajući feedback u smislu da li su programi koje sprovodi zaista i efektivni i na koji način se mogu poboljšati.

Utvrđivanje relacije između korporativne društvene odgovornosti i ljudskih resursa prvi je započeo Moskowitz (1972) koji je zastupao stav da će kompanije sa povoljnom reputacijom društveno odgovornog poslovanja vjerovatno imati koristi od visokog morala i produktivnosti zaposlenika, a da neće nositi pune direktne troškove. Time se stiče dojam da relacija zaposleni – kompanija mora imati odrednicu sistemskog pristupa jer kao što ističu Prutina i Šehić (2016) aktivna uloga u stvaranju ideja, planiranju i učešću u društveno odgovornim programima dugoročno rezultira normama i vrijednostima koje odgovaraju tim praksama jer su zaposleni istovremeno i kreatori i čuvari odgovornog poslovanja.

3.3.4 Lokalna zajednica

Osnova korporativne društvene odgovornosti jeste odgovornost kompanije prema društvu gdje se prema Waddock (2004), stepen (ne) odgovornosti manifestuje u svakoj korporativnoj aktivnosti koja stvara uticaj na stakeholdere i prirodno okruženje. Autori Maon et al., (2009) ističu da je društvena odgovornost korporacije koncept usmjeren na stakeholdere koji prevazilazi granice organizacije i zasniva se na etičkom razumijevanju organizacijske odgovornosti prema uticaju poslovnih aktivnosti na društvo i okoliš. Kao što je objašnjeno u prethodnom dijelu ovog poglavlja, samo poimanje odgovornosti može poprimiti drugačiju

formu kao i to da postoji više vrsta odgovornosti, ali suština je da se društvo ne može ignorisati. Isto tako, vremenom su se promijenila očekivanja javnosti koja je počela zahtijevati konkretne aktivnosti kompanija kada je u pitanju društveni interes.

U razumijevanju odnosa kompanije sa društvom kao cjelinom može se početi od pitanja šta je zajednica i ko čini lokalnu zajednicu? Odgovor na ovo pitanje ujedno predstavlja i input u odgovarajuću strategiju na koji način približiti kompaniju lokalnoj zajednici sa ciljem ostvarenja društvenih koristi. Online izdanje Oxford rječnika definiše zajednicu (*engl. community*) kao „*grupu ljudi koji žive na istom mjestu ili imaju zajedničko obilježje*“.³⁸ Rifkin et al. (1988) daju sličnu definiciju zajednice kao grupe ljudi koja živi u istom definisanom području i dijeli iste osnovne vrijednosti i organizaciju.

Pitanje korporativne društvene odgovornosti je kompleksno i kao što je već ranije spomenuto postoje i drugi slični termini koji su usko povezani sa ovim konceptom. Jedan od takvih vezan je upravo za pitanje zajednice odnosno *Corporate Community Involvement (CCI)* koje se prema Tata i Matten (2016) odnosi na aktivnosti kompanije koje su usmjerene na poboljšanje njihove neposredne zajednice. U načelu, termin zajednice se ne odnosi samo na lokalnu zajednicu već i na kupce, zaposlene i druge stakeholdere. Historijski kontekst pojave ovog termina, Burke et al. (1986) pozicioniraju u period ranih 1970-tih.

Analiza lokalne zajednice kao stakeholdera je neizostavna jer kompanija je dijelom zajednice unutar koje posluje i samim tim ima odgovornost prema njoj odnosno kako ističe Kramer (2020), odvažni i kreativni koraci koje kompanije danas poduzimaju definiše njihovo nasljeđe sutra. S druge strane, svaki stakeholder, a tako i lokalna zajednica, ima svoje specifične vrijednosti i relativan uticaj na proces odlučivanja (Berman et al., 1999) i na osnovu toga ne može biti izostavljena.

Ova relacija ima dvosmjerni tok jer adekvatnim stepenom angažovanja u pogledu uticaja na poslovanje kompanije, zajednica može imati koristi u smislu da je kompanija aktivni učesnik društvenih tokova što se može usko povezati i sa šest društvenih inicijativa korporativne društvene odgovornosti, definisanih od strane autora Kotler i Lee (2005):

- 1) *promovisanje društvenih ciljeva* – korporacija obezbjeđuje finansijska sredstva, priloge u naturi ili druge korporativne resurse kako bi uticala na razvijanje svijesti o određenom društvenom cilju;
- 2) *marketing povezan sa društvenim ciljevima* – jedan od najčešće korištenih marketing pristupa kada se jedan dio prihoda od prodaje određenog proizvoda izdvaja za ispunjenje određenog društvenog cilja;
- 3) *korporativni društveni marketing* – korporacija pomaže razvoj i/ili sprovođenje kampanje za promjenu ponašanja kako bi se unaprijedilo zdravlje, bezbjednost, životna sredina ili blagostanje zajednice. Upravo ovaj aspekt promjene ponašanja je ključna razlika u odnosu na druge inicijative;
- 4) *korporativna filantropija* – davanje priloga za dobrotovornu ili društvenu akciju u novcu ili naturi;
- 5) *volonterski rad za zajednicu* – zaposleni su aktivni u volonterskom radu unutar društvene zajednice sa naglaskom da korporacija podržava takve aktivnosti i
- 6) *društveno odgovorna poslovna praksa* – korporacija usvaja i primjenjuje poslovnu praksu koja podržava neki društveni cilj kako bi se unaprijedio život u zajednici kao npr. zaštita životne sredine.

³⁸ <https://en.oxforddictionaries.com/definition/community> (Pristupljeno: 01.02.2019).

U tom domenu, prema Burns et al. (2004) neki od razloga zašto je učešće zajednice neophodno jeste što dovodi do poboljšanja službene odgovornosti i demokratizacije društva, unapređenja socijalne kohezije, jer zajednice prepoznaju vrijednost zajedničkog rada, povećanja efikasnosti u procesu utvrđivanja stvarnih potreba lokalne zajednice te omogućava da politika bude relevantna za lokalne zajednice. S druge strane kompanija stiče iskustvo kroz proces učenja i saradnju sa lokalnom zajednicom, istovremeno izgrađujući legitimitet jer je percepcija stakeholdera oblikovana događajima i aktivnostima kompanije iz prošlosti te cjelokupnog sektora kojem pripada. Na osnovu toga može se predvidjeti dinamika budućih aktivnosti jer time kompanija iskazuje sve četiri vrste odgovornosti (Carroll, 1991) naglašavajući stav „*da joj je stalo*“³⁹ do zajednice a ne samo do profita, što je u vrijeme globalnih društvenih promjena i aktivizma znatano izraženo.

Prema izvještaju objavljenog od strane Network for Business Sustainability (2012), ostvarivanje dobre saradnje sa lokalnom zajednicom može poboljšati izgled kompanije koji se tiču:

- *procesa odlučivanja* jer kompanija bolje razumije stavove i brige zajednice. Projekti koji se planiraju mogu uzeti u obzir zahtjeve zajednice što može rezultirati sa određenim projektnim inovacijama jer su uzeta u obzir i znanja o lokalnim karakteristikama;
- *legitimiteta* jer kada akteri lokalne zajednice smatraju da su njihovi zahtjevi saslušani i u određenoj mjeri prihvaćeni, tim se smanjuju potencijalni sukobi dok se kredibilitet kompanije povećava i
- *konkurentnosti* jer kompanija ima reputaciju one koja je društveno odgovorna, posebno u smislu da poštuje prava radnika, i samim tim postaje privlačnije mjesto za zaposlenje. S druge strane dobri odnosi u zajednici smanjuju mogućnost pojave tužbi što se održava i na poslovanje kompanije.

Analiza lokalne zajednice kao stakeholdera od strane kompanije može se izvršiti kroz princip 3CI koji je skraćena od engleskih naziva *Community Investment, Community Involvement, Community Integration* odnosno a) investiranje u zajednicu, b) uključenost zajednice i c) integracija zajednice. Međunarodna finansijska korporacija (*engl. International Finance Corporation*) definiše investiranje u zajednicu kao investiciju koja rezultira dodatom vrijednošću i da se on tako definisan ne treba miješati sa obavezama kompanije da ublaže ili kompenziraju lokalnim zajednicama eventualne posljedice usljed implementacije datog projekta, jer se ta pitanja razmatraju odvojeno (IFC, 2010).

Uključenost zajednice karakteriše dvosmjerni proces komunikacije između kompanije i zajednice gdje je kompanija ta koja uči u ovoj relaciji upravo da bi mogla da kreira dodatnu vrijednost za zajednicu i izgrađuje povjerenje. Integracija zajednice podrazumijeva kontinuiranost u procesu donošenja odluka jer se time omogućava bolja implementacija same korporativne društvene odgovornosti koja treba da prezentira šta kompanija ustvari radi za svoje kupce, zaposlene ali i društvo u cjelini.

Ovaj dio završit ćemo riječima predsjednika Upravnog odbora i generalnog direktora kompanije Ford, William Clay Ford, Jr., citiran u Kotler i Lee (2005), koji je rekao: „*postoji razlika između dobre kompanije i velike kompanije. Dobra kompanija nudi odlične proizvode i usluge. Velika kompanija također nudi odlične proizvode i usluge, ali se trudi i da poboljša svijet*“.

³⁹ U američkoj literaturi to je poznato kao pristup „*zajednica ispred, posao u pozadini*“ (*engl. community in the front, business in the rear*).

3.3.5 Investitori

Da bi se investitori kao stakeholderi uzeli u analizu prije svega moramo izvršiti njihovu adekvatnu podjelu. U praksi to znači podjelu na investitore i dioničare. Jednostavno rečeno, dioničar (*engl. shareholder*) je svako ko ulaže u kompaniju koja emituje dionice bez obzira da li se radi o privatnom ili javnom preduzeću. Stavljanje dioničara u centar ekonomskog razvoja i načina poslovanja, datira još iz perioda Adama Smitha (1774) i njegovog koncepta *nevidljive ruke* (*engl. invisible hand*) koja se zasnivala na tome da se, ukoliko se određene pretpostavke ispune, optimizacija ukupnog društvenog blagostanja dešava usljed optimizacije vrijednosti firme. U praksi to znači stvaranje profita i povećanje bogatstva dioničara. S druge strane, investitor je onaj koji preuzima vlasnički interes u kompaniji ili nekoj od mogućih formi osnivanja privrednog subjekta.

Pored već navedenih stakeholdera, investitori su također postali veoma zainteresovani za aktivnosti koje se sprovode u okvirima korporativne društvene odgovornosti ali istovremeno i kao jedan od stakeholdera kojeg kompanija kao takvog identificira. Hockerts i Moir (2004) sugerišu da se korporativna društvena odgovornost koristi kao sredstvo komunikacije sa investitorima posebno kada je u pitanju praksa objave finansijskih ali i nefinansijskih podataka o kompaniji.

Analiza investitora kao stakeholdera polazi od toga da li sami investitori zastupaju stav o važnosti korporativne društvene odgovornosti. Na osnovu toga možemo ih podijeliti na *mainstream* investitore, koji u osnovi i nisu toliko zainteresovani za korporativnu društvenu odgovornost, i na društveno odgovorne investitore koji su suprotnog stava. Tu spominjemo koncept društveno odgovornog investiranja (*engl. socially responsible investing ili skraćeno SRI*) koje u kombinaciji sa korporativnom društvenom odgovornošću, na engleskom jeziku, daje skraćenicu CSRI (*engl. Corporate Socially Responsible Investment*). Ipak u literaturi se češće upotrebljava skraćenica SRI što će i ovdje biti slučaj.

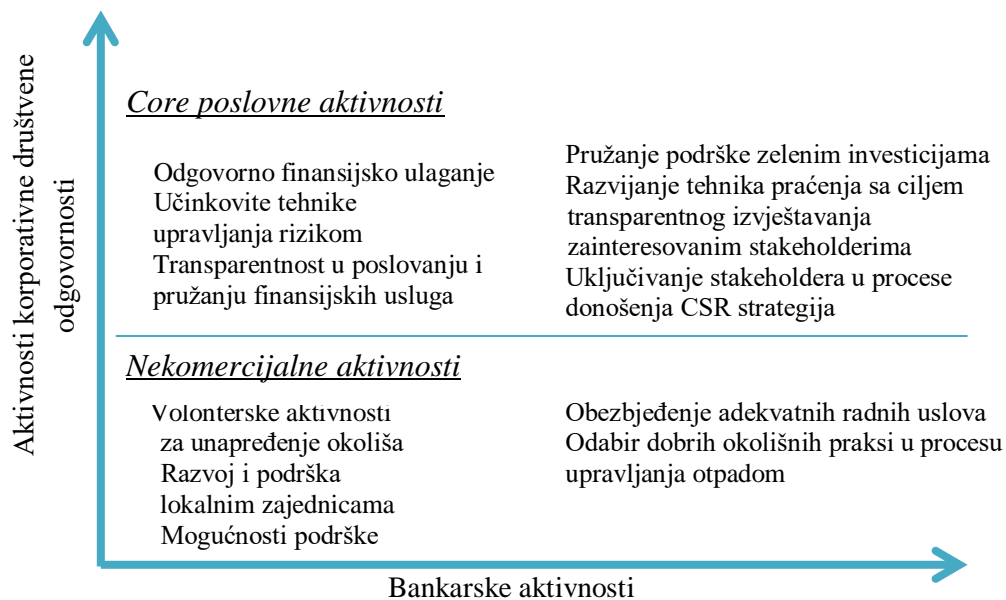
SRI se može definisati kao investiranje koje uzima u razmatranje ESG kriterije (*engl. environmental, social and governance*) odnosno zaštitu okoliša, socijalne politike i upravljanja. U suštini, ESG kriteriji su i dijelom korporativne društvene odgovornosti. UK Social Investment Forum (UKSIF) definiše SRI kao “*investiciju koja kombinuje finansijske ciljeve investitora sa njihovom predanošću društvenoj pravdi, ekonomskom razvoju, miru ili zdravoj okolini*”⁴⁰. Historijski kontekst pojave SRI se veže za period 1970-tih godina mada Nielsen i Norgaard (2009) ističu pisanje pojedinih autora gdje navode slučaj nekoliko vjerskih organizacija u SAD koje su i prije pojave SRI kao koncepta, ulagala na temelju moralnih i etičkih razmatranja jer su odlučile da ne ulažu u one kompanije koje se bave aktivnostima vezanim za alkohol, duhan ili kocku te druge proizvode koji su smatrali neetičnim.

Često postavljeno pitanje jeste da li postoji razlika između etičkog investiranja i SRI? Odgovor možemo pronaći u mišljenju autora Sparkes i Cowton (2004) koji pravi razliku između ova dva pojma. On povezuje etička ulaganja sa izbjegavanjem investiranja u dionice određenih kompanija zbog kojih se investitori ne bi osjećali ugodno iz etičkih razloga i smatra da bi se etičnost, kao kriterijum, trebala koristiti od strane crkvenih i drugih institucija koje se vode određenim setom vrijednosti. S druge strane, društveno odgovorne investicije se odlikuju jedinstvenom kombinacijom traženja društvenih i ekoloških ciljeva, kao i finansijskih ciljeva koji se približavaju tržišnom prinosu.

⁴⁰ https://www.sri-connect.com/index.php?option=com_content&view=article&id=12&Itemid=70 (Pristupljeno, 01.02.2019).

Iako su korporativna društvena odgovornost, ESG kriteriji i SRI različiti termini, koncepti i strategije, oni se mogu posmatrati kao dijelom jednog procesa jer su međusobno povezani. Naime, korporativna društvena odgovornost predstavlja odgovornost kompanije prema svim stakeholderima, istovremeno vodeći računa o društvenim koristima. Drugačije rečeno, korporativna društvena odgovornost se odnosi na ponašanje društveno odgovorne kompanije dok ESG kriteriji služe kao orijentir investitorima i zajmodavcima u ocjeni praksi kompanija odnosno koliko je kompanija zaista posvećena primjeni korporativne društvene odgovornosti. S druge strane, SRI predstavlja implementaciju ESG kriterija u procesu investiranja vodeći se dugoročnim efektima takvog investiranja ne samo u finansijskom smislu već u korist društva kao cjeline.

Posmatrajući ovu relaciju sa aspekta primjene prakse objelodanjivanja na primjeru banaka, El Alfy i Weber (2019) su primjenu principa održivosti u bankarskom sektoru predstavili kombinujući bankarske i aktivnosti korporativne društvene odgovornosti što je predstavljeno na narednoj slici.



Slika 12: ESG performanse i korporativna društvena odgovornost na primjeru banaka

3.3.6 Konkurencija

Vodeći se definicijom stakeholdera, konkurencija također spada u ovu grupu jer kompanija svojim poslovanjem utiče na konkurenciju. Ovdje ponovo dolazi do izražaja pitanje industrije i odnosa kompanija unutar date industrije prema korporativnoj društvenoj odgovornosti jer kao što je već spomenuto, percepcija o određenoj kompaniji se formira i na bazi percepcije o cjelokupnoj industriji. Time se, prema Smith (2003), razmatranje o korporativnoj društvenoj odgovornosti kao alatom za zaštitu reputacije pomaknulo sa pitanja „da li je treba implementirati“ do „kako je najbolje implementirati“. U ekonomskoj teoriji, ovaj princip može se povezati sa onim što autori McGuire et al. (1988) identificiraju kao razmjena skupih eksplicitnih zahtjeva za jeftinije implicitne troškove.

U praksi to znači da ukoliko jedna kompanija se ponaša neetički ili zanemaruje praksu korporativne društvene odgovornosti, to će imati uticaja na cjelokupnu industriju jer kako to ističu autori King i Lenox (2000), reputacija kompanije se teško može odvojiti od ugleda njenih „kolega“ iz industrije. Time se reputacija, prije svega pozitivna, može smatrati kao

“dozvola za poslovanje” ili čak kao vid “osiguranja” u nekom nepredviđenom neželjenom slučaju koji može zadesiti kompaniju (Peloza, 2006).

Konkurencija kao stakeholder ne mora uvijek imati karakter djelovanja na suprotnim stranama. U nekim industrijama može doći do zajedničkog djelovanja predstavnika kompanija u saradnji sa vladom ili nekim drugim stakeholderima sa ciljem lobiranja ili izrade zakonske regulative. Razmatranje konkurencije kao stakeholdera bitno je i zbog tržišne pozicije jer adekvatnom implementacijom korporativne društvene odgovornosti kompanija stiče tržišnu prednost nad konkurencijom a to će svakako uticati na obim prihoda koji ostvaruje. Pored toga, neki autori poput McWilliams et al. (2002) dovode u vezu implementaciju korporativne društvene odgovornosti i troškova. Ukoliko kompanija uspješno implementira korporativnu društvenu odgovornost, konkurencija može pokušati da imitira tu strategiju što će na kraju dovesti do povećanja njenih troškova.

U pogledu uključenosti konkurencije kao stakeholdera, Bertels i Peloza (2008) ističu da u cilju adekvatne implementacije korporativne društvene odgovornosti kompanija a) mora biti u mogućnosti da upravlja aktivnostima korporativne društvene odgovornosti, b) vodi računa o aktivnostima drugih firmi unutar industrije i udruženja na nivou industrije, c) vodi računa o stepenu razvoja industrije i drugih industrija koje mogu uticati na praksu primjene korporativne društvene odgovornosti i vodi računa o aktivnostima malih kompanija i razvoju u drugim industrijama. Time kompanija omogućava ostvarenje kompetitivne prednosti u odnosu na konkurenciju jer podiže stepen upoznatosti i drugih stakeholdera o njenoj primjeni ali i posvećenosti korporativnoj društvenoj odgovornosti.

Sagledavanje pozicije svakog od stakeholdera bitno je radi samog procesa implementacije korporativne društvene odgovornosti. Jedan od načina kako implementirati koncept u praksi, predstavljen je u narednoj tabeli.

Tabela 13: Primjer proces implementacije korporativne društvene odgovornosti

Kada? <i>Faza koncepcije</i>	Šta? <i>Dodjela zadataka</i>	Kako? <i>Kontrolne tačke</i>
Plan ↓	1. Sprovođenje procjene korporativne društvene odgovornosti	<ul style="list-style-type: none"> - Okupljanje tima zaduženog za korporativnu društvenu odgovornost - Razvoj i uspostavljanje definicije korporativne društvene odgovornosti - Identifikacija pravnih zahtjeva - Pregledanje korporativnih dokumenata, procesa, aktivnosti i internih kapaciteta i - Identifikacija i angažovanje oko stakeholdera
↓	2. Razvijanje strategije korporativne društvene odgovornosti	<ul style="list-style-type: none"> - Podrška od strane CEO, srednjeg menadžmenta i zaposlenih - Istraživanje o tome šta drugi rade u ovom domenu i procjena vrijednosti prepoznatih instrumenata korporativne društvene odgovornosti - Priprema matrice predloženih aktivnosti korporativne društvene odgovornosti

		<ul style="list-style-type: none"> - Razvoj ideja za nastavak i analiza poslovnih slučajeva - Odluka o pravcu, pristupu, ograničenjima i ključnim oblastima strategije.
<p>Izvršenje</p> <p>↓</p>	3. Razvijanje opredjeljenja prema korporativnoj društvenoj odgovornosti	<ul style="list-style-type: none"> - Skeniranje opredjeljenja prema korporativnoj društvenoj odgovornosti - Održavanje diskusije sa ključnim stakeholderima - Kreiranje radne grupe za razvoj opredjeljenja prema korporativnoj društvenoj odgovornosti - Izrada draft verzije i - Konsultacija sa stakeholderima na koje kompanija utiče.
<p>↓</p>	4. Implementacija opredjeljenja date korporativne društvene odgovornosti	<ul style="list-style-type: none"> - Razvoj i integrisana struktura odlučivanja o korporativnoj društvenoj odgovornosti - Priprema i implementacija poslovnog plana korporativne društvene odgovornosti - Uspostava mjerljivih ciljeva i identifikacija mjerljivih performansi - Angažovanje zaposlenih i drugih na koje se odnose obaveze u odnosu na korporativnu društvenu odgovornost - Izrada i sprovođenje treninga korporativne društvene odgovornosti - Uspostava mehanizama za tretiranje problematičnih ponašanja - Izrada internih i eksternih komunikacionih planova i - Javno objelodanivanje opredjeljenja prema korporativnoj društvenoj odgovornosti
<p>Provjera</p> <p>↓</p>	5. Izvjestiti o napretku	<ul style="list-style-type: none"> - Izmjeriti i izvjestiti o performansama - Uključiti stakeholdere i - Izvjestiti o performansama, interno i eksterno
<p>Poboljšati</p> <p>↓</p>	6. Ocjeniti i poboljšati	<ul style="list-style-type: none"> - Ocjeniti performanse - Identificirati prilike za poboljšanje i - Uključiti stakeholdere
Unakrsna provjera		Vratiti se na plan i početi novi ciklus

Izvor: Hohnen, P., Potts, J. *Corporate Social Responsibility: An Implementation Guide for Business*

3.4 Prednosti implementacije korporativne društvene odgovornosti

U prethodnim dijelovima ovog poglavlja nekoliko puta je, kroz različite aspekte, naglašeno koje su to prednosti implementacije korporativne društvene odgovornosti. Evidentno je da je sam koncept izazvao promjene u razumijevanju relacije kompanija – društvo ali i javnosti jer su očekivanja javnosti vremenom postala veća pa se samim tim i zahtijeva veća odgovornost kompanija u njihovom poslovanju. Ukratko, može se navesti mišljenje autora Quinn et al. (1987), citiran u McGuire et. al (1988), da je društvena odgovornost priznata kao važna korporativna dužnost. Frooman (1997) zastupa stav da društvena odgovornost treba biti zastupljena i to na način koji on opisuje kao „prosvjetljeni lični interes“ (engl. enlightened self-interest) a koji se zasniva na tome da djelujući na društveno odgovoran način, kompanije promovišu interese dioničara. Slično razmišljanje nalazimo i u radovima autora poput Smith (2003) koji navodi da implementirati korporativnu društvenu odgovornost nije samo uraditi pravu stvar nego uraditi i pametnu stvar.

Korporativna društvena odgovornost se od većinom dobrovoljnog koncepta pomjerila ka zakonski obaveznom što je posebno izraženo na području Evrope i EU. Time su određena pitanja, poput objelodanjivanja podataka o finansijskim ali i nefinansijskim aktivnostima, dobila obavezni karakter. Naravno ova praksa je još uvijek neujednačena u globalnim kretanjima ali ima tendenciju da, kao što je i sam koncept, postane obavezujuća. Ovome u prilog govore i određene agencije za standardizaciju u vidu izvještavanja koje imaju globalni karakter kao što je Global Reporting Initiative ili skraćeno GRI koja će biti detaljno objašnjena u petom poglavlju.

Autori Hohnen i Potts (2007) sublimiraju prednosti imlementacije korporativne društvene odgovornosti na sljedeće:

- bolje predviđanje i upravljanje sve većim spektrom rizika. Efikasno upravljanje rizicima u sve složenijem tržišnom okruženju, uz veći nadzor i kontrolu korporativnih aktivnosti, može poboljšati sigurnost i ukupnu stabilnost tržišta. Uzimajući u obzir interese zainteresovanih strana o uticaju firme, to je jedan od načina boljeg predviđanja i upravljanja rizikom.
- poboljšano upravljanje reputacijom. Reputacija, ili tržišna vrijednost, temelji se na vrijednostima kao što su povjerenje, vjerodostojnost, pouzdanost, kvalitet i dosljednost. Korporativna društvena odgovornost utiče na ove elemente.
- povećana sposobnost zapošljavanja, razvoja i zadržavanja zaposlenih. To može biti direktna posljedica poboljšanih praksi kompanije, posebno ljudskih resursa, ili rezultat programa i aktivnosti koje poboljšavaju moral i lojalnost zaposlenih.
- poboljšane inovacije, konkurentnost i tržišno pozicioniranje. Razmatranje povratnih informacija od različitih stakeholdera može biti bogat izvor ideja za nove proizvode, procese i tržišta, što rezultira konkurentskim prednostima.
- poboljšana operativna efikasnost i ušteda troškova. To se posebno odnosi na poboljšanu efikasnost identifikovanu kroz sistematski pristup upravljanju koji uključuje stalno poboljšanje.
- poboljšana sposobnost privlačenja i izgradnje efektivnih i efikasnih odnosa u lancu snadbijevanja. Veće firme mogu stimulirati manje firme s kojima posluju da implementiraju pristup korporativnoj društvenoj odgovornosti.
- poboljšana sposobnost da se adresira promjena. Kroz redovni dijalog sa stakeholdrima kompanija je u boljoj poziciji da predvidi i odgovori na regulatorne, ekonomske, društvene i ekološke promjene koje se mogu dogoditi.

- robusnija „društvena licenca“ za rad u zajednici. Poboljšano razumijevanje građana i stakeholdera o firmi i njenim ciljevima i aktivnostima pretvara se u poboljšane odnose sa stakeholderima. Na taj način korporativna društvena odgovornost može pomoći u izgradnji "društvenog kapitala".
- pristup kapitalu. Finansijske institucije sve više uključuju društvene i ekološke kriterije u procjenu projekata. Prilikom donošenja odluka o tome gdje investirati, investitori traže pokazatelje djelotvornog upravljanja korporativne društvene odgovornosti. Poslovni plan koji uključuje dobar pristup društveno odgovornom poslovanju često se smatra zamjenom za dobro upravljanje.
- poboljšani odnosi sa regulatorima. U velikom broju jurisdikcija, vlade su ubrzale procese odobravanja za firme koje su preduzele društvene i ekološke aktivnosti izvan onih koje zahtijevaju propisi.
- katalizator za odgovornu potrošnju. Mijenjanje neodrživih modela potrošnje općenito se smatra važnim pokretačem za postizanje održivog razvoja. Kompanije imaju ključnu ulogu u olakšavanju održivih obrazaca potrošnje i životnih stilova kroz dobra i usluge koje pružaju i način na koji ih pružaju.

3.5 Nedostaci i kritike koncepta korporativne društvene odgovornosti

Korporativna društvena odgovornost kao ideja, poslovna strategija i predmet istraživanja, posebno od 1970-tih godina, karakteriše i određeni broj onih koji smatraju da je ovaj koncept „besmislen“, „nepotreban“ pa čak i ideološki koncipiran. Jedan od posebno istaknutih njegovih nedostataka svakako jeste nepostojanje jedinstvene definicije što prema Van Marrewijk (2003) predstavlja problem u smislu da postoji mnoštvo definicija koje su često pristrasne prema specifičnim interesima i time sprečavaju razvoj i implementaciju ovog koncepta. Ovo je usko povezano i sa nedoumicom da li je korporativna društvena odgovornost jednaka filantropiji? Hopkins (2007) citira članak „Two Faced Capitalism“ objavljen u časopisu „The Economist“ koji ističe da je korporativna društvena odgovornost filantropija sa nekoliko dodanih bitova.

Time se otvara pitanje da li je tako moguće manipulirati javnošću jer ako sam koncept nije dovoljno jasan koji je onda krajnji cilj njegove implementacije? Odgovor na dato pitanje može zavisiti od toga kojoj „školi misli“ pripada onaj koji daje odgovor: neoklasična, neokeynzijska i radikalna politička ekonomija. Najviše citiran primjer neoklasičnog mišljenja svakako je stav koji je zastupao Milton Friedman (1970) navodeći da se društvena odgovornost svodi na akcije pojedinca u kojima on troši svoj novac a ne drugih poput zaposlenih u kompaniji, kupaca ili dioničara i da je ustvari jedina društvena odgovornost biznisa da upotrijebi resurse i pokrene aktivnosti koje će dovesti do povećanja profita. Pored toga važno je i voditi računa o „pravilima igre“ što znači otvorenu i slobodnu konkurenciju bez „zamajavanja i prevara“. Drugačije rečeno, primjena principa slobodnog tržišta sa ciljem maksimizacije profita za dioničare.

Stav koji je imao Friedman o korporativnoj društvenoj odgovornosti nije nepoznanica u američkoj praksi. Margolis i Wlasek (2003) ističu slučaj iz 1919. godine u pravnom procesu „Dodge Brothers vs. Ford Motor Company“ kada je u odluci državnog Suda američke države Michigan naglašeno da je „poslovna organizacija organizovana i vodi se prvenstveno radi profita dioničara“. Na osnovu toga, ističe se isključivo ekonomski pogled postojanja i djelovanja jedne poslovne organizacije. Sam Friedman nije bio protivnik angažovanja kompanije po pitanjima zajednice ili ekoloških pitanja, ali u smislu da ta reputacija ima karakter dobiti koji može donijeti dugoročne finansijske koristi za kompaniju i njene vlasnike.

On se protivio da se takve strateško-instrumentalne aktivnosti smatraju kao istinskim društveno odgovornim ponašanjem.

Debata o tome da li je Friedman bio u pravu ili ne traje i danas. Jednu veoma opsežnu analizu o ovoj temi dao je Marc Orlitzky (2015) u članku pod nazivom „*The politics of Corporate Social Responsibility or: Why Milton Friedman has been right all along*“ navodeći da je korporativna društvena odgovornost politička ideologija zasnovana na socijaldemokratiji koja podriva temelje slobodnog tržišta i da „*stavljanje dioničara (engl. shareholders), odnosno vlasnika, na prvo mjesto umjesto drugih stakeholdera nije ukidanje moralne odgovornosti u kapitalističkim ekonomijama, nego potvrda toga*“. Slično poimanje kao i Orlitzky dali su autori Amaeshi i Adi (2007) navodeći da je „*korporativna društvena odgovornost još uvijek osporavana građevina (konstrukcija) koja se tek treba ustaliti pa se za njega može tvrditi da je još u predparadigmatskoj razvojnoj fazi. Ipak, u raspravama o korporativnoj društvenoj odgovornosti dominiraju pripadnici socijalističkog tabora*“.

Orlitzky (2015) također ističe da se standardizacijom korporativne društvene odgovornosti on ustvari ugrađuje u korporaciju ali da će ta „*industrijska utrka za kodifikacijom i standardizacijom povećati korporativne rashode, ali rijetko predstavljati recept za veće ekonomske rezultate*“. Tu se može postaviti pitanje koliko se samom standardizacijom narušava jedinstvenost svake kompanije što je ujedno predstavlja i razliku u odnosu na konkurente? Da li se time kompanijama nameće nešto što je „*must have*“ a što u sadržini narušava njene specifične karakteristike?

Ovdje dolazi do izražaja trend koji je prisutan kada su u pitanju velike multinacionalne kompanije a to je proces kupovine prakse korporativne društvene odgovornosti. Austin i Leonard (2008) navode da velike kompanije putem akvizicije malih kompanija istovremeno kupuju i koncept korporativne društvene odgovornosti te prakse koje reflektiraju principe odnosa prema društvu, pitanju zaštite okoliša i etičke odgovornosti. Kupovinom korporativne društvene odgovornosti kompanija prihvaća neki set standarda koje ne bi ni imala bez date akvizicije što u suštini znači da ta korporativna društvena odgovornost nije bilo prvobitno njeno opredjeljenje.

Na osnovu toga može se istaći drugi problem usko vezan sa prethodno navedeno a to je pitanje šta korporativna društvena odgovornost predstavlja za menadžere i kojim aktivnostima bi se oni ustvari najviše trebali posvetiti? Orlitzky i Shen (2013) ističu da kada je istovremeno postavljeno više ciljeva onda je krajnji rezultat često nedostatak odgovornosti jer su menadžeri zaboravili osnovni strateški imperativ svake organizacije a to je svakako fokus na ekonomskim prioritetima.

Ipak, Orlitzky (2015) kao posebno izražen kontra produktivni aspekt korporativne društvene odgovornosti navodi kognitivni fokus na širokim ulogama stakeholdera odnosno kolektivnim potrebama. Autor vrlo izričito navodi da „*umjesto da upravljaju odnosima sa stakeholderima definisanim kolektivnim ulogama, potrebama i interesima, kompanije nikada ne bi trebale izgubiti iz vida činjenicu da, da bi preživjele i napredovale, one moraju stvoriti vrijednost za pojedince*“. Na ovu temu se može nadovezati i pojava koju je definisao Kenneth Goodpaster (1991) kao stakeholder paradoks (*engl. stakeholder paradox*) koji smatra da se čini bitnim a istovremeno na određeni način i nelegitimnim usmjeravati korporacijske odluke temeljm moralnih načela koja nadilaze strateške interese dioničara u smjeru brige za interese stakeholdera općenito.

Pored naučnih radova i autora koji se bave oblašću korporativne društvene odgovornosti, promišljanje o ovoj temi pristuno je i u drugim disciplinama. U literaturi se tako vrlo često citira mišljenje jedne publicistkinje i novinarkice iz Australije, Janet Albrechtsen, koja, citirana u Broomhill (2007) iznosi sljedeći stav: „*Osnovni nedostatak korporativne društvene odgovornosti, i zašto je ona korak unazad, jeste temeljna premisa da kapitalizam i kompanije trebaju nečega da se stide i da moraju da opravdaju svoje postojanje idući u potragu za nekom većom moralnom svrhom*“. Prema Sigurthorsson (2012), ovo može dovesti do tendencije da korporativna društvena odgovornost postane izgovor za slabe zakone i korporacijsku deregulaciju.

Još jedna od kritika odnosno nedostataka korporativne društvene odgovornosti jeste što, u praksi, veliki broj kompanija implementira ovaj koncept iz razloga stvaranja pozitivne reputacije. Ali zar korporativna društvena odgovornost nije mnogo više od toga? Time se izvodi zaključak da je ona ustvari samo vid marketing strategije koja treba da rezultira ostvarenjem većeg profita što ide u korist mišljenja koji je zastupan još od Adama Smitha. Ovaj stav usko je povezan i sa onim što ističe Frankental (2001) a to je da „*sve dok se paradoksi koji su usko povezani sa korporativnom društvenom odgovornošću, poput nedostatka jasne definicije, prihvatanja ili poricanja kao i nedostatak formalnih mehanizama za preuzimanje odgovornosti adekvatno ne riješi, korporativna društvena odgovornost može se legitimno označiti kao izum PR-a*“.

Ova praksa povezana je i sa činjenicom da velike kompanije mogu imati drugačiju praksu korporativne društvene odgovornosti ovisno o zemlji odnosno regionu unutar kojeg posluju. Na primjeru zemalja u razvoju ili tranzicijskih zemalja to se odnosi na stav da kompanija ispunjava odgovornost prema društvu samo poštujući zakonske propise zemlje gdje obavlja poslovanje što može imati takav efekat da zemlje, u cilju privlačenja stranih investitora, u potpunosti zanemare standarde u oblasti zaštite životne sredine ili prava radnika pa se čak i to poštovanje zakonskih normi svodi na minimum (Doane, 2005).

Međutim, i pored gore navedenih nedostataka odnosno kritika korporativne društvene odgovornosti, evidentno je da se javnost odnosno društvo ne može ignorisati. Čak i u pogledu najveće kritike o nepostojanju univerzalne definicije kao i pojave sličnih koncepata, Carroll (2018) ističe da je čitav pokret poslovne etike (*engl. business ethics movement*) značajno preklapao ove teme.

Iz opsežnog pregleda literature može se zaključiti da je i pored određenih nedostataka i nedoumica oko samog koncepta, korporativna društvena odgovornost uveliko promijenila način na koji kompanije posluju kao i shvatanja da kompanije više nisu samo privatne nego i društvene institucije. Ipak u analizi ovog koncepta potrebno je uzeti u obzir i industriju unutar koje kompanija posluje jer se praksa implementacije razlikuje zbog karakteristika same industrije. Na osnovu toga, mi ćemo u drugom dijelu ovog poglavlja obraditi specifičnosti korporativne društvene odgovornosti u bankarskom sektoru i prikazati vrste korelacije između ovog koncepta i finansijskih performansi poslovnih organizacija. Isto tako, osvrnut ćemo se i na vezu korporativna društvena odgovornost – religija.

3.6 Primjena korporativne društvene odgovornosti u bankarskom sektoru

Analiza korporativne društvene odgovornosti u bankarskom sektoru važna je zbog uloge koju banke imaju, posebno u smislu njihovog uticaja na ekonomski razvoj zemlje, društva kao aktivnog okruženja i velikog broja ljudi zaposlenog u ovom sektoru. Opis višestruke važnosti

bankarske industrije dao je Nwankwo (1991) navodeći da se „*banka obavezuje da maksimizira profit za dioničare koji su dali sredstva za njeno osnivanje. Isto tako, banka mora održavati likvidnost kako bi zadovoljila zahtjeve deponenta. Ona je obavezna da zadovolji legitimnu potražnju deficitarnog sektora za kreditima. Banka se mora pridržavati zahtjeva regulatora da nastavi sa poslovanjem. Iznad svega, da bi banka bila viđena kao dobar korporativni građanin, ona mora doprinijeti maksimalnom razvoju privrede i zadovoljiti njenu neposrednu zajednicu*“.

Iako ovaj citat jasno opisuje koliko je bitna uloga banaka u finansijskom sistemu zemlje, pitanje kredibiliteta i morala ovih institucija poljuljano je nakon izbijanja svjetske ekonomske krize 2008. godine što pokazuju i rezultati istraživanja na uzorku od 34 zemlje⁴¹ predstavljenih u izvještaju „*How Companies Influence Our Society: Citizens' View*“ gdje su bankarske i finansijske kompanije, zajedno sa rudarskim, naftnim i gasnim kompanijama, okarakterisane (34% ispitanika u zemljama koje su bile uključene u istraživanje) kao one za koje je manje vjerovatno da će se ponašati odgovorno prema društvu (Evropska komisija, 2013).

Iz tih razloga može se reći da je korporativna društvena odgovornost postao način da se banke ponovo uključe u rad zajednice putem određenih inicijativa odnosno kako ističe Hoang (2014), kroz podržavanje programa obrazovnih, kulturnih i ekoloških te zdravstvenih inicijativa. S druge strane, primjena korporativne društvene odgovornosti u bankarskoj industriji može se posmatrati i sa aspekta regulacije koju ističu neki autori poput Belas (2010), citiran u Lenka i Jiri (2014), navodeći da je bankarski sistem određen faktorima kao što je kredibilitet; novac kao poslovni objekat i netipična struktura bilansa komercijalnih banaka, koji značajno utiču na poslovanje banaka i samim time predstavljaju glavni razlog za strogu regulaciju bankarskog sektora. U svom istraživanju Stevens i Buechler (2013) navode primjer banke Lehman Brother i činjenice da efikasnost strategije korporativne društvene odgovornosti banke može napraviti razliku između zadržavanja u poslu i bankrota u kriznim situacijama.

Općenito, pored funkcije intermedijatora, svojim aktivnim učešćem banke mogu ponuditi i širok spektar rješenja za određena društvena pitanja, posebno u domenu životne sredine. Klasičan primjer takvog djelovanja svakako je i primjena Ekvatorskih principa (*engl. The Equator Principles ili skraćeno EP*) koji predstavljaju okvir za određivanje, procjenu i upravljanje ekoloških i društvenih rizika povezanih sa kreditnim rizicima u projektima koje finansiraju finansijske institucije. Time su se banke obavezale da će u procesu razmatranja investicija analizirati uticaj na, konkretno, životnu sredinu. Na primjeru islamskih finansija, imamo emisiju zelenih obveznica (*engl. green sukuk*) u cilju ulaganja u projekte održivog razvoja.

Međutim, Vigano i Nicolai (2009) ističu da je bankarski sektor reagovao relativno kasno na promjene korporativne društvene odgovornosti i da je prvo razmatrao pitanja zaštite životne sredine a onda društvena pitanja. Ovome u prilog idu i istraživanja koja pokazuju da je, u naučnom aspektu, istraživanje korporativne društvene odgovornosti u bankarskom sektoru novijeg datuma. Tako na primjer u istraživanju sprovedenom od strane autora Aguinis i Glavas (2012), analizirano je ukupno 39 članaka u 16 časopisa dostupnih u bazama „*ABI Inform Global*“ i „*Business Source Premier*“ u periodu od 1993-2013. godine, koristeći termine „*korporativna društvena odgovornost*“, „*društvena odgovornost*“, „*CSR*“, „*banka*“,

⁴¹ U sprovedenom istraživanju uključene su tadašnje 27 članice EU te Brazil, SAD, Kina, Turska, Indija, Izrael i Hrvatska.

i „bankarstvo“ kao odrednice naziva apstrakta, naslova i ključnih riječi dok je termin „marketing“ korišten u tekstu. Rezultati su pokazali da istraživanja u ovoj oblasti počinju nakon 2002. godine i da najveći broj članaka obrađuje temu komunikacije banke sa društvom te prakse u izvještavju o društvenim aktivnostima.

Slično istraživanje rađeno je i od strane Hanić (2018) gdje su korištene Scopus i Web of Sciences (ili skraćeno WoS) indeksne baze. Analizirani period bio je 1996-2017. godina koristeći termin „*korporativna društvena odgovornost u bankarstvu*“ i vršeći pretragu po nazivu članka sa uključenim svim vrstama dokumenata. Rezultati su pokazali da je u analiziranom periodu u Scopus bazi bilo ukupno 34 dokumenta sa navedenim nazivom istraživanja dok je u WoS-u bilo objavljeno ukupno 48 dokumenata.

Cuesta-Gonzalez et al. (2006) ističu da bi integracija korporativne društvene odgovornosti u bankarski sektor trebala imati dva dominantna pravca:

- *inicijative za društvenu i ekološku odgovornost u internim bankarskim operacijama* (važno je identificirati direktan i indirektan uticaj aktivnosti banaka na upravljanje životnom sredinom što je usko povezano i sa identifikacijom ključnih stakeholdera) i
- *integracija korporativne društvene odgovornosti u bankarskom posredovanju* (društvena i ekološka pitanja u dizajnu proizvoda, kreditnoj politici, itd.) i *investicijama na berzi.*

Ova podjela može se povezati sa onim što ističe McIlroy (2008), citiran u Yeung (2011), a to je da banke treba da prate okvire koje on posmatra unutar grupa definisanih kao „*ljudska prava*“, „*životna sredina*“, „*poštene operativne prakse*“ i „*pitanja potrošača*“ kako bi spriječila prodaju svih rizika kojima je izložena u proizvodima. Poštivajući ove okvire doći će i do povećanja transparentnosti rizika u finansijskim proizvodima.

Sličnu klasifikaciju dala je i Yeung (2011) navodeći aktivnosti koje jedna organizacija, u ovom slučaju banka, mora da implementira kako bi imala karakter društveno odgovorne:

- uspostavljanje razmišljanja o upravljanju rizicima, poslovnoj etici i korporativnoj društvenoj odgovornosti kroz interno upravljanje ljudima i procesima;
- razumijevanje složenih finansijskih proizvoda putem eksternog upravljanja i internog upravljanja ljudima i procesa u korist investitora, menadžmenta i zajednice;
- zaštita prava kupaca uspostavljanjem kanala za klijente za rješavanje pritužbi kroz interno upravljanje implementacijom strategije za finansijsku krizu i eksterno upravljanje za razmatranje, odgovornost i kredibilitet stakeholdera.

U skladu sa prethodno navedenim, integracija korporativne društvene odgovornosti u bankarski sektor može se analizirati koristeći piramidu društvene odgovornosti (Carroll, 1991). U tom aspektu navodimo istraživanja autora Decker i Sale (2009) koji smatraju da ekonomsku i pravnu odgovornost zahtijeva društvo zato što su one uslov za opstanak banaka. S druge strane, etička odgovornost je objašnjena kao očekivana od strane društva jer je izvedena iz očekivanja da će banke svoje aktivnosti sprovoditi poštujući odgovarajuće principe kao što su poštenje, profesionalni integritet, transparentnost i odgovornost. Filantropska odgovornost je poželjna od strane društva jer je ta etička ekspanzija banaka ustvari dio uloge društvene uloge banke koja može kreirati društvenu reputaciju banke unutar zajednice.

Takvu analizu dali su i autori Lentner et al. (2015) koji su svaku vrstu odgovornosti objasnili pojedinačno:

- *ekonomska odgovornost* je razlog zbog kojeg banke posluju sa ciljem povećanja bogatstva vlasnika, osiguranja profitabilnosti i rasta. Jedan od načina za ostvarenje datih ciljeva jeste finansijska inovacija;
- *pravna odgovornost* u vidu regulacije je određena statutom sa ciljem minimiziranja rizika i ostvarenjem povjerenja i sigurnosti u finansijski sistem;
- *etička odgovornost* u finansijskom sektoru odnosi se na integritet, poštovanje i transparentnost i
- *filantropska odgovornost* postala je uobičajena praksa među bankama, doprinoseći boljoj reputaciji finansijskog sektora.

Cuesta-Gonzalez et al. (2006) napominju da su banke shvatile da će one biti odgovorne za svoje odluke o kreditiranju, investiranju i projektnom finansiranju. Iz tog razloga da bi smanjile izloženost riziku i poboljšale upravljanje, banke su počele da provjeravaju stav svojih klijenata u pogledu društvenih i ekoloških performansi što je posebno izraženo kada su u pitanju multinacionalne kompanije te projekti u manje razvijenim zemljama. Pored toga, Sweeney i Soutar (2001) navode da su banke, usljed velike konkurencije, počele više voditi računa o tome da li aktivnosti koje finansiraju i poduzimaju imaju karakter održivih poslovnih praksi.

Ipak, kada govorimo o procesu implementacije korporativne društvene odgovornosti u bankarstvu, Viganò i Nicolai (2006) napominju da je sama implementacija korporativne društvene odgovornosti u bankarstvu drugačija jer je u ovom sektoru naglasak na odgovornosti u pogledu kreditiranja, investiranja i upravljanja imovinom, gdje su borba protiv pranja novca i mita posebno važna pitanja koja su ustvari dijelom aktivnosti korporativne društvene odgovornosti u bankama.

U skladu sa time može se reći da se najveći akcenat stavlja na uticaj korporativne društvene odgovornosti na reputaciju banke koju ističu i McDonald i Rundle-Thiele (2008) navodeći da su banke spremne izdvojiti milione dolara za programe korporativne društvene odgovornosti u cilju jačanja reputacije i odnosa sa stakeholderima. Općenito, Schanz (2006) smatra da se reputacija može smatrati kao sveobuhvatan skup trajnih percepcija, mišljenja i očekivanja stakeholdera dok je prema Fiori et al. (2007), reputacija možda najvrijednija imovina svake firme. U kontekstu bankarstva, veza između reputacije i korporativne društvene odgovornosti bila je predmetom istraživanja autora poput Forcadell i Aracil (2017); Jo et al., (2015) dok Shen et al. (2016) ističu posebnu važnost primjene korporativne društvene odgovornosti u bankarstvu iz razloga što banke prodaju nematerijalne proizvode koji uglavnom imaju slične rizike i prinose, što za nekoga ko ne poznaje dovoljno tu oblast može izazvati konfuziju u pogledu razlikovanja tih proizvoda. Iz tog razloga izgradnja reputacije kao društveno odgovorne banke ima dodatnu vrijednost.

Da bismo mogli uočiti efekte implementacije korporativne društvene odgovornosti sa finansijskog aspekta, potrebno je ispitati korelaciju između ovog koncepta i finansijskih performansi poslovnih subjekata.

3.7 Korporativna društvena odgovornost i finansijske performanse

Ispitivanje veze između korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi, proces je koji prati tok razvoja korporativne društvene odgovornosti a za kojeg Margolis i Wlsh (2003) navode da datira od 1972. godine kada su objavljeni prvi radovi, Bragdon i

Marlin (1972) i Moskowitz (1972), i da su te studije imale karakter „*protivotrova*“ za javnost koja je bila skeptična prema korporativnoj društvenoj odgovornosti.

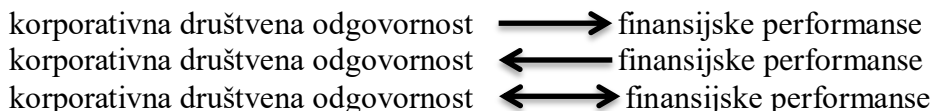
Prilikom analiziranja određenog broja radova koji se bave ovom oblašću, dolazimo do zaključka da su se autori bavili pitanjima poput:

1. da li uopšte postoji veza između korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi?
2. da li se veza između navedene dvije komponente ispituje u kratkom roku, kada kompanija ima neočekivano veliki povrat nakon angažovanja u društvenim aktivnostima, ili u dugom roku, koristeći računovodstvene ili finansijske pokazatelje profitabilnosti (Hirigoyen i Poulain-Rehm, 2015)?
3. kakav je smjer odnosa i kakva je vrsta odnosa? U pogledu smjera odnosa ili kako neki autori navode kauzalne veze, ona može ići u pravcu da društvene performanse utiču na finansijske odnosno da finansijske performanse utiču na društvene ili da postoji određeni stepen sinergije između dva analizirana pojma, dok kada je u pitanju vrsta odnosa on može biti pozitivan, negativan ili neutralan (Preston i O'Bannon, 1997)?
4. da li mjere koje se koriste u utvrđivanju veze između korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi, utiču na konačni rezultat (Griffin i Mahon, 1997)?

Od prethodno navedenih pitanja, najčešće zastupljena su svakako pitanje broj 3 i pitanje broj 4. Mi ćemo pitanje broj 3 podjeliti na 3a) smjer odnosa i 3b) vrsta odnosa.

3a) Smjer odnosa

Kada govorimo o smjeru odnosa, ta relacija (Preston i O'Bannon, 1997), se može predstaviti na sljedeći način:



Najčešće zastupljena teza u istraživanjima svakako je da korporativna društvena odgovornost utiče na finansijske performanse (Cochran i Wood, 1984). Ovu relaciju Waddock i Graves (1997) objašnjavaju na primjeru eksplicitnih (npr. obaveze prema vlasnicima obveznica) i implicitnih (npr. troškovi kvaliteta proizvoda) troškova. Autori ističu da kompanija koja pokušava da smanji svoje implicitne troškove društveno neodgovornim radnjama, kao rezultat će imati veće eksplicitne troškove, što će rezultirati nepovoljnim konkurentskim položajem. Na osnovu toga postoji pozitivan odnos između korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi.

Svoju analizu o ovoj temi dali su i Preston i O'Bannon (1997) koji su postavili pitanje o vrsti odnosa između društvenih i finansijskih performansi i kako se te posmatrane relacije mogu objasniti. Autori su analizirali podatke baziranih na 67 velikih korporacija u SAD za period 1982-1992. U davanju odgovora na postavljeno pitanje, autori su identificirali šest mogućih kauzalnih veza:

- 1) *hipoteza društvenog uticaja* u kombinaciji sa stakeholder teorijom govori o tome da se prvo razvija eksterna reputacija (pozitivna ili negativna) a da je prate finansijski rezultati (pozitivni ili negativni). Ova teorija usko je povezana sa već ranije

- spomenutom instrumentalnom stakeholder teorijom. Drugačije rečeno, veći (niži) stepen društvenih performansi vodi ka većem (nižem) nivou finansijskih performansi.
- 2) *trade-off hipoteza* koja znači da veća angažovanost kompanije u oblasti korporativne društvene odgovornosti znači slabije finansijske performanse date kompanije jer usmjeravajući se na implementaciju korporativne društvene odgovornosti, kompanija zanemaruje svoj osnovni cilj - maksimizaciju profita. Prema stavu Preston i O'Bannon (1997), veći (niži) stepen društvenih performansi vodi ka nižem (većem) stepenu finansijskih performansi.
 - 3) *hipoteza raspoloživih sredstva ili teorija resursa* ide u smjeru uticaja finansijskih performansi na društvene jer iako kompanije mogu da se ponašaju u skladu sa normativnim pravilima društvenog građanstva, njihovo ponašanje može zavisti od raspoloživih sredstava. U osnovi to znači da veći (niži) stepen finansijskih performansi vodi ka većem (nižem) stepenu društvenih performansi.
 - 4) *hipoteza menadžerskog oportunitizma* govori o interesima menadžera u kontekstu kompenzacijskih shema usko povezanih sa povratom i ostvarenjem profita u kratkom roku te kretanju cijena dionica što može voditi ka negativnoj vezi između finansijskih i društvenih performansi. Praktično, veći (niži) stepen finansijskih performansi vodi ka nižem (većem) stepenu društvenih performansi.
 - 5) *sinergija* između korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi je moguća ili barem njihova djelimična interakcija pa tako sinergija može biti pozitivna ili negativna.

Konačni zaključak sprovedenog istraživanja pokazuje da ne postoji značajana negativna veza između društvenih i finansijskih performansi već izrazito pozitivna korelacija.

Drugi smjer odnosa u analizi navedene relacije jeste da finansijske performanse utiču na korporativnu društvenu odgovornost. U ovom domenu, u literaturi se najčešće spominje teorija raspoloživih sredstava (*engl. slack resources theory*) na osnovu koje se izvodi zaključak da kompanija obavlja svoje aktivnosti zbog resursa koje su u njenom vlasništvu a koja su obično namijenjeni predefinisanim aktivnostima. Waddock i Graves (1997) ističu da bolje finansijske performanse potencijalno rezultiraju u dostupnosti slabih (finansijskih i drugih) izvora koji pružaju mogućnost kompanijama da ulažu u domene društvenog učinka. Drugim riječima, kompanije sa niskim rizikom su više posvećene društveno odgovornim aktivnostima od drugih (Roberts, 1992), jer imaju konzistentan pozitivan finansijski prinos i moći će priuštiti troškove implementacije društvene odgovornosti (Nunn, 2015). Prema Orlitzky et al. (2003) i teorija raspoloživih sredstava predlaže pozitivnu povezanost između društvenih i finansijskih performansi, samo u suprotnom smjeru. Tvrdnja o pozitivnom uticaju korporativne društvene odgovornosti na finansijske performanse, i u slučaju teorije dobrog menadžmenta i teorije raspoloživih resursa, potvrđena je i empirijski u studiji autora Fauzi i Idris (2010).

Treći smjer odnosa govori o sinergiji između korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi. Veoma zanimljiv osvrt na ovo pitanje dali su autori Surroca et al. (2010) koji su ispitivali efekte nematerijalnih resursa kompanije (inovacija, ljudski kapital, reputacija i organizaciona kultura) u utvrđivanju ili posredovanju odnosa između korporativne odgovornosti i finansijskih performansi. Analizirani uzorak sačinjavao je 599 kompanija iz 28 zemalja. Cilj istraživanja bazirao se na uticaju performansi korporativne odgovornosti (*engl. corporate responsibility performance ili skraćeno CRP*) na finansijske performanse mjerene Tobin Q. Rezultati pokazuju da nematerijalna sredstva posreduju u odnosu između finansijskih performansi i CRP u oba smjera što dovodi do pozitivnog kruga koji se kreće

naprijed-nazad, od CRP-a do finansijskih performansi, kroz ulaganja u nematerijalne resurse (Surroca et al.,2010).

3b) Vrsta odnosa

Vrsta odnosa između korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi može biti pozitivna, negativna i neutralna. Surroca et al. (2010) navode da mnogi autori smatraju da utvrđivanje navedenog odnosa nije jednostavno, jer različita istraživanja daju različite rezultate, i da treba provesti mnogo istraživanja prije nego što se ovaj odnos može razumjeti. U skladu sa time, Aupperle et al. (1985) ističu da je procjena profitabilnosti relativno jasna ali ne i kada se radi o društvenoj odgovornosti. Broj istraživanja koji analiziraju vrste odnosa između korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi je veliki ali istovremeno može se reći da je u pitanju nedovršen proces (Abbott i Monsen, 1979).

Kako je već ranije spomenuto, istraživanje ove relacije započelo je aktivno 1970-tih godina. Međutim upravo tada istraživači su bili više fokusirani na koncept performansi nego na koncept odgovornosti (Carroll, 2018) pa se na osnovu toga u literaturi koja istražuje ovu oblast može pronaći jako veliki broj radova koji ustvari istražuju odnos između društvenih i finansijskih performansi odnosno korporativnih društvenih performansi (*engl. corporate social performance*) i korporativnih finansijskih performansi (*engl. corporate financial performance*). Štaviše, najveći broj radova sadrži ovaj odnos u samom naslovu kao u slučaju Ullman (1985); Johnson i Greening (1999); Margolis i Walsh (2003); Mahoney i Roberts (2007); Margolis et al. (2007) i mnogi drugi. S druge strane, neki autori poput Orlitzky (2008) koristi termin korporativno građanstvo (*engl. corporate citizenship*). Oba ova koncepta objašnjeni su na početku ovog poglavlja. Ipak, mi ćemo staviti znak jednakosti između društvenih performansi i društvene odgovornosti na osnovu stava koji je imao Carroll (2018) a to je da je „koncept korporativno društvenih performansi proširenje korporativne društvene odgovornosti“ i da idu „*ruku pod ruku*“.

U nastavku dat je pregled literature iz ove oblasti, navodeći istraživanja koja daju sva tri moguća rezultata. Autori Griffin i Mahon (1997) analizirali su ukupno 51 članak koji istražuje ovu vezu za period od 1970-1997 sa napomenom da jedna ili više studija mogu imati jedan ili više rezultata. Radi bolje preglednosti, rezultati autora Griffin i Mahon (1997) predstavljeni su u narednoj tabeli.

Tabela 14: Veza između korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi prema Griffin i Mahon (1997).

Period	Broj analiziranih studija	Pozitivan uticaj	Negativan uticaj	Neutralan uticaj
1970	16	12	1	4
1980	27	14	16	5
1990	8	7	3	-

Izvor: Griffin, J.J., Mahon, J.F. (1997). The Corporate Social Performance and Corporate Financial Performance Debate: Twenty-Five Years of Incomparable Research.

Iako je istraživanje ovih autora dalo uvid u pregled literature za dati analizirani period, Roman et. al (1999) izvršili su korekciju sprovedenog istraživanja jer su mišljenja da su Griffin i Mahon (1997) neke radove pogrešno klasifikovali u smislu da su određeni radovi označeni sa negativnim uticajem a ustvari bi trebali biti evidentirani kao oni koji ističu pozitivnu vezu

između korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi ili u određenom slučaju neutralnu. Kao rezultat reklasifikacije, Roman et. al (1999) su 9 radova premjestili iz kategorije negativnog u pozitivni uticaj, 6 iz pozitivne ili negativne dok je 11 radova u potpunosti izbrisano sa liste. Pored toga, autori su dodali 4 nova rada na konačnu listu. Na osnovu toga, u nastavku predstavljamo korigovanu klasifikaciju autora Roman et. al (1999).

Tabela 15: Veza između korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi prema Roman (1999).

Period	Broj analiziranih studija	Pozitivan uticaj	Negativan uticaj	Neutralan uticaj
1970	12	9	-	4
1980	28	15	9	4
1990	10	8	1	1

Izvor: Roman, R.M., Hayibor, S., Agle, B.R. (1999). *The Relationship Between Social and Financial Performance: Repainting a Portrait.*

Griffin i Mahon (1997) su također izvršili klasifikaciju članaka na one koji su: a) informativnog karaktera, b) statistički beznačajni gdje je $p > 0,10$, c) veza je krivolinijska odnosno inverzni oblik U – krive i d) veza je statistički značajna, najmanje $p \leq 0,10$. Ovu klasifikaciju su usvojili i Roman et. al (1999) i na osnovu te klasifikacije, možemo izdvojiti neka statistički značajna istraživanja, iz 1970-tih, 1980-tih i 1990-tih, kao što su:

- *Parket i Eilbirt (1975)* sproveli su istraživanje na uzorku od 80 velikih korporacija. Zaključci njihovog istraživanja, između ostalog, jesu da su korporacije uključene u aktivnosti društvene odgovornosti jer su zainteresovane da ih to učini opšte poznatim i da je veličina preduzeća povezana sa naporima društvene odgovornosti. Autori posebno ističu nemogućnost mjerenja korporativne društvene odgovornosti u smislu da „nema računovodstvenih tehnika, analitičkih alata ili statističkih metoda koje će objektivno razlikovati kompanije koje su društveno odgovorne od onih koje to nisu“.
- *Vance (1975)* je istraživao vezu između prinosa na berzi i dimenzije korporativne društvene odgovornosti. Specifičnost ovog istraživanja jeste što je autor koristio isti uzorak kao Moskowitz (1972) ali sa dužim posmatranim periodom, 1972-1975. Ipak, Vance (1975) naglašava negativnu vezu između korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi jer zaključak koji je dao Moskowitz (1972) nije bio ispravan⁴². Da bi dodatno potvrdio ovaj zaključak, Vance (1975) je analizirao 95 kompanija čiji je stepen korporativne društvene odgovornosti bio objavljen u spomenutom časopisu, 1974. godine. Studenti i poslovni ljudi su rangirali 45 odnosno 50 kompanija u pogledu uočenog stepena društvene odgovornosti. Na osnovu ovog rangiranja, Vance (1975) uočava negativnu korelaciju između ranga i performansi tržišta dionica.
- *Sturdivant i Ginter (1977)* koji su ispitali odnos između društvene osjetljivosti (*engl. social responsiveness*) i rasta u zaradi po dionici 28 firmi u periodu od 1964-1974.

⁴² Aupperle et al. (1985) navode da u svom radu Moskowitz (1972) nije dao adekvatno objašnjenje zašto je odabrao baš tih 14 kompanija. U momentu objavljivanja rada, Moskowitz je bio urednik časopisa u kojem je rad i objavljen, „*Business and Society Review*“. Moskowitz (1972) je izračunao stopu prinosa na obične dionice odabranih 14 kompanija, u prvoj polovini 1972. godine. Aupperle et al. (1985) ističu da nakon što je primijetio da je vrijednost 14 dionica, u prosjeku, porasla za 7,28%, dok su glavni tržišni indeksi, kao što su Dow Jones, New York Stock Exchange i Standard and Poors Industrials, rasli u prosjeku za 4,4%, 5,1% odnosno za 6,4%, izvodi zaključak o pozitivnom uticaju korporativne društvene odgovornosti. Prema Cochran i Wood (1984), period koji je ispitivao Moskowitz je na tržištu dionica imao bikov raspon (u porastu) dok je drugo istraživanje od strane Vance (1975) bilo u periodu kada je tržište imalo medvjedi raspon (u padu).

godine. Ukupan broj dostupnih potpunih finansijskih podataka uključivao je 67 uzoraka. Specifikum ovog istraživanja jeste što je zasnovano na analizi koju je ranije dao Moskowitz (1972). Sturdivant i Ginter (1977) dodali su kategoriju „vrijedne spominjanja“. Zaključak studije upućuje na to da je rast za „najbolje“ i „vrijedne spominjanja“ bio značajno veći od rasta za „najgore“ kompanije. Na osnovu toga autori zaključuju da će generalno odgovorne firme imati bolji ekonomski učinak.

- Alexander i Buchholz (1978) ističu nedostatke radova autora Moskowitz (1972) i Vance (1975) u smislu da su ocjenjivali performanse dionica u kratkom roku (6 mjeseci u slučaju Moskowitz i 12 mjeseci u slučaju Vance) i da nisu uzeli u razmatranje kretanje vrijednosti dionica na bazi prilagođenog rizika što uključuje ovo istraživanje. Alexander i Buchholz (1978) koristili su isti uzorak kao i Vance (1975) sa napomenom da su četiri kompanije isključene iz analizirane studije. Zaključak ovih autora jeste da stepen društvene odgovornosti, mjerjen rangiranjem studenata i poslovnih ljudi, nema značajne veze sa performansama tržišta dionica. Drugačije rečeno, veza između korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi je neutralna.
- Abbott i Monsen (1979) ocjenjivali su odnos između društvene odgovornosti i finansijskih performansi analizirajući podatke iz godišnjih izvještaja kompanija iz rangiranja Fortune 500 Social Responsibility Disclosures (ili skraćeno SRD) iz 1971-1974. Firme su klasifikovane ili kao nisko uključivanje (uključene u manje od tri oblasti) ili visoko uključivanje (više od tri oblasti), a zatim su rezultati upoređivani sa povratom investitora. Zaključak studije jeste da društvena uključenost ne povećava ukupnu stopu povrata investitora ali isto tako, društveno uključivanje nije nefunkcionalno za investitora.
- Cochran i Wood (1984) u svom istraživanju koriste novu metodologiju, poboljšanu tehniku i kontrolne grupe u okviru specifične industrije. U istraživanju koje su ovi autori sprovodili zaključeno je da u okviru industrijske grupe, finansijska varijabla koja je najviše korelirana sa korporativnom društvenom odgovornošću jeste starost sredstava gdje kompanije sa starijim sredstvima imaju niži rejting korporativne društvene odgovornosti.
- Ullman (1985) naglašava neutralnu vezu kao rezultat a) nedostatka teoretske podloge (b) neprikladne definicije ključnih pojmova, i c) nedostataka u empirijskim bazama podataka koje su u datom momentu dostupne.
- Aupperle et al. (1985) razvili su sopstveni sistem mjerenja korporativne društvene odgovornosti zasnovan na četiri vrste odgovornosti koje je postavio Carroll (1979). Da bi uspješno generisali ovo mjerenje, poslali su 818 upitnika CEO koji su se nalazili na listi godišnjeg Registra časopisa Forbes iz 1981. godine. Istraživanje je obuhvatilo četiri seta od 20 stavki koje su navele različite načine za mjerenje korporativne društvene odgovornosti. Ukupno 241 CEO je odgovorilo na anketu na način da su dodijelili do 10 bodova za svaku stavku, gdje je 10 bodova označavalo da je stavka ispravno mjerila korporativnu društvenu odgovornost. Stav Aupperle et al. (1985) jeste da je veza između korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi neutralna.
- Kedia i Kuntz (1981) citiran u Soana (2011), pronašli su negativnu korelaciju između aktivnosti društveno odgovornog poslovanja i veličine imovine kao postotak neto prihoda u različitim bankama u Texasu.
- Arlow i Gannon (1982) analiziraju društvenu osjetljivost (*engl. social responsiveness*) i ekonomske performanse sugerirajući korištenje kontingentnog pristupa društvenoj osjetljivosti zasnovanoj na faktorima kao što su organizacijska veličina, relevantnost

društvenog pitanja i karakteristike industrije. Zaključak autora jeste da je veza između društvene osjetljivosti i ekonomskih performansi nejasna.

- McGuire et al. (1988) u analizu uticaja korporativne društvene odgovornosti uvode i finansijski rizik. Autori navode da nizak nivo društvene odgovornosti može povećati finansijski rizik kompanije i tako uticati na investitore koji mogu smatrati da su manje društveno odgovorne kompanije rizičnije za investiranje.
- Graves i Waddock (1994) postavljaju pitanje da li visok nivo društvenih performansi vodi ka povećanju institucionalnog vlasništva? Autori su kreirali novi indeks koji agregira osam različitih atributa društvenih performansi a zatim ustanovili da li su visoke vrijednosti indeksa povezana sa većim stepenom institucionalnog vlasništva. Poseban značaj ovog rada jeste što je prvi put, u dotadašnjoj literaturi, upotrijebljen jedan takav sveobuhvatan indeks. Institucionalno vlasništvo se mjerilo na dva načina: (1) kao broj institucija koje su držale udjele u svakoj kompaniji i (2) kao postotak svih dionica svake kompanije u vlasništvu institucija. Analiza je pokazala značajan, pozitivan odnos između društvenih performansi i broja institucija koje drže dionice društva i pozitivnog, ali beznačajnog odnosa između društvenog učinka i postotka dionica koje drže institucije.
- Frooman (1997) je sproveo meta analizu 27 studija koje razmatraju vezu između reakcije tržišta dionica i društveno neodgovornog i nezakonitog ponašanja. Zaključak istraživanja jeste da je tržište reagovalo negativno na one kompanije koje su pokazale takvo ponašanje na osnovu čega se izvodi pozitivan uticaj korporativne društvene odgovornosti.
- Johnson i Greening (1999) ispituju vezu između institucionalnih investitora (penzijski fondovi, investicijski menadžment fondovi) i strukture korporativnog upravljanja (top menadžment i zastupljenost vanjskih direktora) sa dvije dimenzije društvenih performansi; *dimenzija ljudi* (odnosi se na doprinose koje kompanije daju zajednicama, zapošljavanje žena i manjina i na njihov tretman za zaposlene) i *dimenzija kvalitete proizvoda* (odnosi se na kvalitet proizvoda i usluga i na stav prema prirodnom okruženju). Rezultati pokazuju da su penzijski fondovi pozitivno povezani sa obje dimenzije društvenih performansi dok sredstva zajedničkih i investicijskih banaka nisu pokazala direktnu vezu sa društvenim performansama. Zastupljenost vanjskih direktora bila je pozitivno povezana s obje dimenzije dok je top menadžment pozitivno povezan sa dimenzijom kvaliteta proizvoda, ali nije povezan sa dimenzijom ljudi.

Platonova et al. (2016) ističu da su istraživanja koja zaslužuju posebnu pažnju radovi autora Ullman (1985), Preston i O'Bannon, (1997), Griffin i Mahon (1997), Roman et al. (1999), Margolis i Walsh (2003), i Orlitzky et al. (2003) iz razloga velikog broja citiranosti ovih radova i pokušaja da odgovore na pitanja veze između korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi. Na osnovu toga, u nastavku dajemo osvrt na neke radove iz perioda 2000-tih:

- Orlitzky i Benjamin (2001) analiziraju relaciju društvenih performansi i rizika kojem je kompanija izložena. Njihov zaključak jeste da veći stepen društvenih performansi dovodi do nižeg finansijskog rizika. Autori navode da „*od svih mjera društvenih performansi, reputacija društvene odgovornosti ima karakter kao najvažnije u domenu implementacije sa aspekta rizika*“.
- Margolis i Walsh (2003) predlažu alternativni pristup koji obuhvata ekonomske i šire društvene ciljeve kao polazište za sistemsko razmatranje deskriptivne i normativne dimenzije organizacionog odgovora na društvena pitanja. U istraživačkom aspektu, rad se razlikuje od drugih iz razloga što analiza polazi od društvenih kretanja u svijetu,

gdje sami autori navode da „svijet vapi za popravkom“ i da se u suočavanju sa društvenim pitanjima „kompanije zovu da pomognu“. U tom pokušaju da se riješe društvena pitanja i istovremeno odgovori na ekonomske interese dioničara ali i izazove sa kojima se kompanije suočavaju, Margolis i Walsh (2003) navode da su se teoretičari organizacije i empirijski istraživači fokusirali na uspostavljanje pozitivne veze između društvenih i finansijskih performansi. U svom istraživanju, autori su analizirali 127 objavljenih studija u periodu između 1972. i 2002. godine i iznijeli zaključak da su:

- 54 studije pokazale pozitivnu vezu između korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi,
 - 28 studija pokazale da ne postoji veza između korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi,
 - 7 studija pokazale negativnu vezu između korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi i
 - 20 studija su pokazale mješovite rezultate.
- Orlitzky et al. (2003) ističu da je tvrdnja o nedovoljnom stepenu znanja o uticaju društvene odgovornosti na finansijske performanse ustvari izgrađena „na nesigurnim osnovama“. Naime, autori su sproveli meta analizu na uzorku od 52 studije, za period 1970-2002., sa ukupno 33,878 opservacija. Zaključak studije jeste da postoji „pozitivna veza između društvenih performansi i finansijskih performansi u različitim industrijama i studijskim kontekstima“.
- Chand (2006) naglašava važnost sprovođenja istraživanja u okviru samo jedne industrije. Tim bi se, prema autoru, riješio problem nejasnih rezultata koje su neke studije pokazale. Na osnovu toga, ukoliko se jedna vrsta industrije postavi kao granični uslov onda je veza između društvenih i finansijskih performansi jasna i pozitivna.
- Mahoney i Roberts (2007) ispituju vezu između društvenih performansi i finansijskih performansi i institucionalnog vlasništva na primjeru kanadskih kompanija u javnom vlasništvu. Specifičnost ovog istraživanja jeste korištenje više-atributnog rejting sistema, razvijenog od strane *Michael Jantzi Research Associates* na osnovu kojeg su autori mogli da testiraju i kompozitnu mjeru društvene odgovornosti ali i individualnu komponentu ukupnog rejtinga društvene odgovornosti. Rezultati panel analize podataka nisu pokazali značajnu vezu između kompozitne mjere društvenih performansi i tradicionalnih računovodstvenih mjera profitabilnosti (ROA i ROE) analiziranih firmi ali je utvrđena značajna veza između pojedinačnih mjera društvenih performansi preduzeća u vezi sa međunarodnim aktivnostima i aktivnostima životne sredine i finansijskih performansi.
- Margolis et al. (2007) izvršili su meta analizu 167 studija u periodu 1972-2007. Analizirane studije podjeljene su u ukupno devet kategorija. Prvih pet odnosi se na specifične dimenzije društvenih performansi (dobrotvorni priloz, korporativna politika, performanse životne sredine, otkrivena nedjela, transparentnost) dok posljednje četiri predstavljaju različite pristupe za procjenu društvenih performansi u širem smislu (samoprijavljeni društveni rezultati, percepcija posmatrača, revizija od strane trećih lica i zajednički fondovi). Finansijske performanse uključivale su računovodstvene mjere finansijskih povrata i tržišne mjere finansijske vrijednosti. Rezultati pokazuju da je ukupni efekat pozitivan ali mali.
- Orlitzky (2008) iznosi određene zaključke u pogledu odnosa između društvenih i finansijskih performansi gdje autor, kao što je već spomenuto ranije, koristi termin korporativno građanstvo umjesto korporativna društvena odgovornost, napominjujući da:

a) postoji pozitivan ali i veoma varijabilan odnos između korporativnog građanstva (korporativne društvene odgovornosti) i finansijskih performansi;

b) su analizirana dva pojma uglavnom organizacione aktivnosti koje se međusobno podupiru;

c) su analizirana dva pojma pozitivno korelirani, najvjerojatnije zato što društvene performanse pomažu poboljšanju reputacije korporacije i, u manjoj mjeri, poboljšanju procesa učenja na strani menadžera i internih efekata;

d) korporativno građanstvo (korporativna društvena odgovornost) reducira poslovni rizik;

e) veličina organizacije ne remeti odnos između dvije analizirane determinante i

f) varijabilnost u dobivenim rezultatima predlaže moderiranje (npr. strategije mjerenja) što bi trebalo ispitati u budućim istraživanjima.

- Barnett i Salomon (2012) dali su drugačiji stav prema odnosu korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi. Njihovo istraživanje na uzorku od 1.214 firmi u periodu 1998 – 2006, pokazalo je da ova relacija ima U-oblik, krivolinijski, gdje kompanije sa niskim društvenim performansama imaju veće finansijske performanse od kompanija sa umjerenim društvenim performansama dok kompanije sa visokim društvenim performansama imaju najveće finansijske performanse.

- Lin et al. (2015) predlažu integrisani model koji objašnjava kako korporativna društvena odgovornost utiče na finansijske performanse sa posredničkom ulogom intelektualnog kapitala i industrijom kao moderatora. U istraživanju su korištene dvije baze KLD i Compustat, zasnovane na S&P 500 najboljih američkih kompanija. Konačan uzorak, za analizirani period 1998 – 2008, se sastojao od 1144 firma-godina opservacija. Rezultat studije pokazuje da na osnovu RBV-a, naponi uloženi u aktivnosti korporativne društvene odgovornosti mogu povećati intelektualni kapital, što posljedično izaziva pozitivne efekte na finansijske rezultate.

- Wang et al. (2016) na uzorku od 42 studije objavljene u periodu 2003-2012. i sprovedene meta analize, procjenjuju da je ukupna veličina efekta odnosa između korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi pozitivna i značajna, čime se potvrđuje argument da korporativna društvena odgovornost poboljšava finansijske performanse. Pored toga, rad analizira smjer odnosa između korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi i potvrđuje stajalište instrumentalne stakeholder teorije te navodi da je veza između korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi jača u razvijenim nego u zemljama u razvoju.

Iako navedena istraživanja ukazuju na različite rezultate, mora se naglasiti da su oni rezultat korištenja drugačije metodologije, uzorka, perioda istraživanja, mjera za kvantifikovanje finansijskih performansi, specifičnosti industrije i općenito različitog shvatanja ovog koncepta.

Pitanje koje u razumijevanju ovog koncepta i odnosa sa finansijskim performansama zauzima važnu poziciju svakako je proces mjerenja korporativne društvene odgovornosti. Soana (2011) navodi da se koristi pet različitih metoda: analiza sadržaja, ankete sprovedene pomoću upitnika, mjere reputacije, jednodimenzionalni pokazatelji i etičke ocjene dok Wood (2010) ističe da se u utvrđivanju društvenih performansi koriste društveni izvještaji, izvještaji o zaštiti životne sredine, godišnji izvještaji o društvenim i ekološkim aktivnostima, KLD rangiranje kao i rangiranja koja su nastala na nivou država poput ARESE (Francuska), Vigeo (Francuska), Canadian Social Investment Database (Kanada), Indeks DOP-a (Hrvatska).

Prema Cochran i Wood (1984), prvi reputacijski indeks razvijen je krajem 1960-tih i početkom 1970-tih od strane Vijeća za ekonomske prioritete (*engl. Council of Economic Priorities ili skraćeno CEP*). CEP (1971) indeks je rangirao performanse kontrole zagađenja 24 preduzeća u industriji celuloze i papira što je kasnije korišteno kao osnov za druga istraživanja poput Bradgon i Marlin (1972); Spicer (1978).

Drugi reputacijski indeks kreiran je od strane Moskowitz (1972) što je već objašnjeno ranije. Ovaj indeks, u izvornom i proširenom obliku, korišten je u drugim istraživanjima poput Sturdivant i Ginter (1977); Cochran i Wood (1984). Još jedan veoma rasprostranjen indeks u mjerenju društvenih performansi, posebno u američkoj literaturi, jesu rangiranja časopisa Fortune⁴³. O rangiranju Fortune časopisa, McGuire et al. (1988) navode da su istraživanjem obuhvaćene najveće kompanije u 20-25 industrijskih grupa (broj industrijskih grupa varira iz godine u godinu). Preko 8.000 rukovodilaca, spoljnih direktora i analitičara korporacija treba da ocjeni deset najvećih kompanija u njihovoj industriji po osam atributa: finansijska stabilnost, dugoročna investicijska vrijednost, korporativna imovina, kvalitet upravljanja, inovativnost, kvalitet proizvoda ili usluge, korištenje korporativnog talenta i odgovornost prema zajednici i životnoj sredini. Ocjene su na skali od 0 (loše) do 10 (odlično).

Autori Buehler i Shetty (1976) i McGuire (1988) su koristili ovo rangiranje dok su Brown i Perry (1994) ili Herremans et al. (1993) koristili rangiranje časopisa Fortune u pogledu odgovornosti prema zajednici i životnoj sredini jer se svaki atribut može posebno posmatrati. Rangiranje *Fortune 500* posebno je bitno radi toga što kompanije koje su dijelom ovog rangiranja predstavljaju dvije trećine američkog GDP-a sa prihodom od 12,8 biliona dolara, 1,0 biliona dolara profita, 21,6 triliona dolara tržišne vrijednosti i zapošljavaju 28,2 miliona ljudi širom svijeta⁴⁴. Ovo rangiranje korišteno je u radovima Parket i Eilbirt (1975), Berman et al. (1999) i drugi.

U cilju mjerenja društvenih performansi američkih kompanija, investicijska kompanija Kinder, Lydenberg, Domini and Company (u literaturi više poznata po skraćenici KLD), kreirala je *Domini 400 Social Index* kao ponderisani berzanski indeks tržišne kapitalizacije od 400 kompanija čijim dionicama se javno trguje a koji su ispunili određene standarde društvene i ekološke izvrsnosti. Indeks je 2010. godine, preimenovan u MSCI KLD 400 Social Index⁴⁵ kao jedan od prvih indeksa društveno odgovornog ulaganja (SRI), osmišljen da pomogne onim investitorima koji su društveno odgovorni u smislu da odmjere društvene i ekološke faktore u svojim investicionim izborima. Primjena KLD rangiranja korištena je od strane nekih autora kao što su Waddock i Graves (1997), Orlitzky et al. (2003) dok Vogel (2005) ističe da je to mjera koja je najviše zastupljena. Karakteristike nekih od prethodno navedenih indeksa, predstavljene su u sljedećoj tabeli.

⁴³ Časopis je osnovao Henry Robinson Luce 1929. godine, u jeku velike depresije. Časopis objavljuje veći broj rangiranja poput: World's Most Admired Companies, The 100 Best Companies to Work For, The World's 50 Greatest Leaders itd.

⁴⁴ <http://fortune.com/fortune500/> (Pristupljeno: 05.4. 2018).

⁴⁵ Specifičnost ovog indeksa jeste što dionice kompanija koje se bave nuklearnom energijom, duhanom, alkoholom, kockanjem, vojnim oružjem, civilnim vatrenim oružjem, GMO-om i zabavom za odrasle nisu njegov sastavni dio.

Tabela 16: Determinante odabranih reputacijskih indeksa kao mjere korporativne društvene odgovornosti

MSCI KLD 400 Social Index	Časopis Fortune – Most admirable	Vigeo
Životna sredina	Inovacija	Ljudski resursi
Zajednica i društvo	Ljudi i menadžment	Životna sredina
Zaposleni i sektor dobavljača	Upotreba korporativnih sredstava	Korporativno upravljanje
Upravljanje i etika	Društvena odgovornost	Društvena uključenost
	Kvalitet menadžmenta	Poslovno ponašanje
	Finansijska stabilnost	Ljudska prava
	Vrijednost dugoročnih investicija	
	Kvalitet proizvoda/usluga	
	Globalna konkurentnost	

Izvor: Galant, A., Cadez, S. (2017). *Corporate social responsibility and financial performance relationship: a review of measurement approaches*.

Sljedeća često korištena metoda jeste analiza sadržaja (*engl. content analysis*). Krippendorff (2004) analizu sadržaja definiše kao „*tehniku istraživanja kojom se omogućava da se informacije iz teksta mogu upotrijebiti u kontekstu njihove upotrebe*“. U analizi sadržaja mjeri se obim izvještavanja o aktivnostima korporativne društvene odgovornosti na osnovu podataka dostupnih u izvještajima koje objavljuju same kompanije. Stemler (2001) ističe da ova metoda omogućava ispitivanje trendova i obrazaca u dokumentima. Prva studija koja je koristila ovaj metod bila je autora Bowman i Haire (1975).

Ankete sprovedene pomoću upitnika ili jednostavnije rečeno istraživanja, također su jedan od metoda korištenih u mjerenju korporativne društvene odgovornosti. Radi se o pristupu u kojima istraživači prikupljaju informacije o aktivnostima kompanije u domenu korporativne društvene odgovornosti na osnovu upitnika, intervjuua zaposlenih, menadžera, klijenata itd. U literaturi posebno se spominje istraživanje autora Aupperle et al. (1985) zasnovano na četiri vrste odgovornosti koje je postavio Carroll (1979). Ovo istraživanje je već ranije objašnjeno. Analiziranje pojedinačnih elemenata korporativne društvene odgovornosti zasniva se na analizi bilo koje dimenzije ovog koncepta. Tu ubrajamo kategorije kao što su donacije, odnos prema zaposlenim, lokalnoj zajednici, kvalitet proizvoda itd. Na primjer islamskih banaka, iako će one biti predmetom detaljne analize u narednom dijelu, često je prisutna analiza Šerijatskog odbora kao jedne od determinanti islamskog pristupa korporativnoj društvenoj odgovornosti. Rehan et al. (2018) iskazuju više kvantitativnu mjeru utvrđivanja korporativne društvene odgovornosti koja akcenat stavlja na iznosu sredstava doniranih u dobrotvorne svrhe i utrošenih na fond za zaposlene. Ova formulacija je predstavljena na sljedeći način:

$$\text{Korporativna društvena odgovornost} = \frac{\text{Donacije} + \text{Fondovi za zaposlene}}{\text{Zarade prije poreza}}$$

Kada govorimo o finansijskim parametrima, Fiori et al., (2007) navode da se mjerenje finansijskih performansi preduzeća može zasnivati na parametrima: profitabilnosti, likvidnosti, solventnosti, finansijskoj efikasnosti i kapacitetu otplate. U svom pregledu literature, Griffin i Mahon (1997) su identificirali 80 različitih finansijskih parametara koje su istraživači koristili prilikom utvrđivanja veze između društvenih i finansijskih performansi gdje su najviše korištene mjere veličina (izračunata kao logaritam ukupne aktive), ROA, ROE, starost sredstava i petogodišnji ROS.

Na osnovu analize 23 empirijske studije koje istražuju relaciju društvena odgovornost – finansijske performanse, Nunn (2015) vrši klasifikaciju na četiri skupine što je predstavljeno u narednoj tabeli.

Tabela 17: Korištene varijable u mjerenju finansijskih performansi u analizi odnosa sa korporativnom društvenom odgovornošću

Skupina mjera	Korištene varijable
Knjigovodstvene mjere	Povrat na aktivu (ROA) Povrat na kapital (ROE) Povrat od prodaje (ROS) Povrat na investicije (ROI) Profitna marža Beta Zarada po dionici (EPS) Učešće neto novčanog toka u prihodima od prodaje
Tržišne mjere	Tržišni udio Dnevna abnormalna zarada Racio plaćanja dividende MCPE Racio knjigovodstvene vrijednosti dionica Cijena dionice Povrat na portfolio Odnos tržišne cijene po dionici i neto dobitka po dionici (P/E) racio
Mjere zasnovane na riziku	Racio zaduženosti Racio leveridža Alfa Altman Z Score Racio ubrzane likvidnosti Racio tekuće likvidnosti Racio koncentracije Racio pokrića kamata Racio strukture kapitala
Ostale mjere	Tobin's Q Stopa rasta kompanije Veličina kompanije Intenzitet kapitala Intenzitet istraživanja i razvoja Intenzitet oglašavanja Rast prodaje Perceptivne mjere Ukupna aktiva ili logaritam ukupne aktive Rast operativnog prihoda Operativni leveridž Ukupna prodaja Odnos dugoročnih dugova prema dugoročnim izvorima

Izvor: Nunn, A.K. (2015). The Corporate Social Responsibility and Financial Performance Debate

U skladu sa prethodno navedenim pregledom literature, u nastavku je predstavljena tabela određenog broja istraživanja koja ispituju vezu između korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi. Potrebno je naglasiti da istraživanja rađena u periodu 1970.-1990. predstavljaju nezaobilaznu literaturu iz ove oblasti i iz tog razloga potrebno ih je navesti. Neka istraživanja jasno ukazuju na vezu dok neka, kao što je već spomenuto, imju dvostruke rezultate pa iz tog razloga će biti označena sa „Mix“.

Tabela 18: Pregled određenog broja radova iz oblasti odnosa između korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi

Autor(i)	Vrsta odnosa	Korištene mjere za utvrđivanje društvene odgovornosti (performansi)	Korišteni finansijski pokazatelji
Moskowitz (1972)	Pozitivna	Moskowitz indeks	Promjene u kretanju cijena dionica
Bragdon i Marlin (1972)	Pozitivna	CEP indeks	EPS, ROE, ROC
Bowman i Haire (1975)	Pozitivna	CEP indeks Carroll (1979) četiri vrste odgovornosti (analiza sadržaja)	ROE
Parket i Eilbirt (1975)	Pozitivna	Fortune rangiranje	Neto prihod, ROS, ROE, EPS
Vance (1975)	Negativna	Moskowitz (1972) reputacijski indeks Korištenje rangiranja izvršeno od strane studenata i rukovodilaca	Promjene u kretanju cijena dionica za period 1972-1975 Promjena cijene po dionici za period 1974-1975
Folger i Nutt (1975)	Negativna	Indeksi zagađenja definisani od strane vlade	P/E racio
Belkaoui (1976)	Pozitivna	CSR (objelodanjivanje podataka o kontroli zagađenja)	Višak povrata na tržištu
Fry i Hock (1976)	Negativna; kompanije sa lošim imidžom objelodanjuju više	Kvantitativno objelodanjivanje na temelju godišnjih izvještaja	
Sturdivant i Ginter (1977)	Pozitivna	Moskowitz indeks	Rast EPS u odnosu na industriju
Ingram (1978)	Pozitivna	CSR (Životna sredina, osoblje, zajednica, proizvoda i pošteno poslovanje)	Prosječni mjesečni prinos portfolia
Alexander i Buchholz (1978)	Neutralna	Isto kao i u Vance (1975)	ROE prilagođen riziku
Spicer (1978)	Pozitivna	CEP indeks	ROE

Abbott i Monsen (1979)	Neutralna	Kvantitativna skalu koju su razvili Ernst i Ernst na osnovu aktivnosti društvenog uključivanja 450 kompanija	ROI
Kedia i Kuntz (1981)	Negativna	Intervju i anketa o dobrotvornim priložima, niskim stambenim kreditima, kreditima za preduzeća iz manjinskih zajednica, ženskim korporativnim službenicima i zapošljavanju manjina	ROA i tržišno učešće
Cochran i Wood (1984)	Pozitivna (slaba)	Reputacijski indeks i analiza sadržaja	ROA, ROE
Aupperle et al. (1985)	Neutralna	Upotreba 4 dimenzije odgovornosti Carroll (1979)	ROA
Marcus i Goodman (1986)	Negativna	Usklađenost sa propisima o zagađenju zraka	ROA, ROE
Spencer i Taylor (1987)		Fortune rangiranje (odnos prema zajednici/životnoj sredini)	ROA, ROS
McGuire et al. (1988)	Pozitivna	Fortune	Povrat prilagođen riziku, Alfa, ROA, ROE, ROI
Holman et al. (1990)	Mix	Objelodanjivanje društvenih performansi i kapitalnih izdataka u skladu sa propisima	Tržišne mjere
Herremans et al. (1993)	Pozitivna	Fortune rangiranje (odnos prema zajednici/životnoj sredini)	Operativna marža, neto marža, ROA, ROE, ROE prilagođen riziku,
Graves i Waddock (1994)	Pozitivna	KLD	ROA, ROE
Brown i Perry (1994)	Pozitivna	KLD i Fortune rangiranje (odnos prema zajednici/životnoj sredini)	ROAA, relativna vrijednost odnosa tržišne i knjigovodstvene vrijednosti
Griffin i Mahoon (1997)	Pozitivna	KLD i istraživanje reputacije Fortune časopis	Veličina, ROA, ROE, starost sredstava i petogodišnji ROS.
Preston i O'Bannon (1997)	Pozitivna	Fortune rangiranje	ROA, ROE, ROI
Waddock i Graves (1997)	Pozitivna	KLD	ROA, ROE, ROS
Karake (1998)	Pozitivna	Reputacijski indeks	ROE
Berman et al. (1999)	Mix	KLD	ROA
Johnson i Greening (1999)	Mix	KLD	ROA, ROE, ROS

McWilliams i Siegel (2001)	Neutralna	KLD	ROA
Orlitzky et al. (2003)	Pozitivna	KLD	P/E ratio, ROE, ROA
Fiori et al. (2007)	Neutralna	Analiza sadržaja (tri kategorije: zaposleni – podjeljeni na pet mjera, životna sredina – podjeljena na tri mjere i lokalna zajednica kao jedna varijabla)	Tržišna cijena dionica na 31.12 svake analizirane godine, ROE, Beta, kapital, godišnje prijavljenje zarade i prosječna vrijednost dionica svake analizirane godine
Berrone et al. (2007)	Pozitivna	Korporativni etički identitet	ROA, MVA
Aras et al. (2010)	Neutralna	Analiza sadržaja (objelodanjivanje podataka o aktivnostima društvenog djelovanja i životne sredine)	ROE, ROA, ROS
Surroca et al. (2010)	Pozitivna	Sustainalytics platforma za rangiranje (slična KLD)	Tobin Q
Karagiorgos (2010)	Pozitivna	Analiza sadržaja - upotreba GRI (Global Reporting Initiative) elemenata koje godišnji izvještaj treba da sadrži	Povrat na dionicu
Huang (2010)	Pozitivna	Analiza sadržaja (ispitivanje determinanti društvenih performansi: zaposleni, klijenti, dobavljači, zajednica, životna sredina i društvo)	ROA
Barnett i Salomon (2012)	Mix (Ukriva)	KLD (13 individualnih kriterija društvenih performansi)	ROA, neto prihod
Lin et al. (2015)	Pozitivna	KLD indeks	ROA

Izvor: Arlov i Gannon (1982); Margolis i Walsh (2003); Orlitzky et al. (2003); Wang et al. (2016).

U osnovi, pitanje mjerenja korporativne društvene odgovornosti bitno je jer ta odluka direktno utiče i na rezultate istraživanja. Ono što je evidentno jeste da je od samog početka analiziranja uticaja korporativne društvene odgovornosti razvijeno nekoliko mjera i korišteno više različitih finansijskih parametara upravo kako bi se na što bolji način mogla opisati ova veza. S druge strane, istraživači su, posebno u periodu 1970- tih i 1980-tih, koristili istraživanja drugih autora i pokušali da isprave određene nedostatke za koje su oni smatrali da uveliko utiču na konačan rezultat istraživanja. Samim tim, razvijen je veliki broj mjera koje se mogu koristiti u analizi ovog koncepta što je u skladu sa svim onim specifičnostima korporativne društvene odgovornosti od toga kako će koja finansijska institucija da definiše ovaj koncept do odabira adekvatnih pokazatelja za njeno kvantificiranje.

Kada govorimo o istraživanjima u bankarskoj industriji, uticaj korporativne društvene odgovornosti uglavnom se posmatra sa aspekta profitabilnosti. Među prvima koji su empirijski procijenili profitabilnost banaka bili su autori Short (1979) i Bourke (1989). Jedno od glavnih pitanja jeste koje su to determinante profitabilnosti? Autori Goddard et al. (2004) utvrdili su da bi veličina banke mogla biti jedna od determinanti profitabilnosti banka dok Regehr i Sengupta (2016) ističu da profitabilnost zavisi i od faktora kao što su karakteristike same banke ali i tržišta na kojem posluje. S druge strane, Berger (1995) navodi da postoji pozitivna veza između racija kapitala i profitabilnosti banke. Autori Simpson i Kohers (2002) zastupaju stav da su finansijski parametri ROA i ROE najreprezentativniji pokazatelji finansijskih performansi banaka i da se kao takvi najčešće koriste u analizi bankarskog sektora.

Wang i Wang (2015) definišu ROA kao varijablu koja daje sliku o tome koliko efikasno menadžment banke koristi aktivu u cilju generisanja profita dok ROE predstavlja varijablu koja govori o tome koliko je menadžment banke kompetentan da generiše povrat za vlasnike dionica. Ovi parametri korišteni su kao inputi u statističkim modelima u cilju predviđanja propadanja banaka, spajanja (*engl. merger*) te mnoge druge svrhe koje zahtijevaju mjerenje profitabilnosti (Gilbert i Wheelock, 2007; Christian et al., 2008). U slučaju ROA parametra, Reger *et al.* (1992), navode da je ovaj parameter najznačajniji finansijski pokazatelj u bankarskoj industriji. S druge strane, ROE se može koristiti kao metod za utvrđivanje prošlih performansi u pogledu utvrđivanja budućih kretanja (Wilcox, 1984) dok Hopkins et al. (1997) smatraju da je ROE konačna mjera snage bilo koje finansijske institucije.

Kao i u drugim industrijama, rezultati istraživanja u bankarskoj industriji također upućuju na različite rezultate što svakako zavisi od metoda i mjera korištenih u istraživanju. U nastavku je predstavljena tabela određenog broja istraživanja koja ispituju vezu između korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi u bankarskom sektoru.

Tabela 19: Uticaj korporativne društvene odgovornosti na finansijske performanse banka – pregled odabranih radova

Autor(i)	Vrsta odnosa	Korištene jere za utvrđivanje društvene odgovornosti (performanse)	Korišteni finansijski pokazatelji	Kontrolne varijable
Simpson i Kohers (2002)	Pozitivna	Ocjene Zakona o reinvestiranju zajednice (engl. <i>Community Reinvestment Act</i>)	ROA i gubitci od zajma na ukupne kredite	Veličina banke, racio kapitala (kapital u odnosu na prosječnu aktivu), holding (dummy varijabla), aktiva po podružnici, državni povrat na imovinu, državni lični prihod, populacija, troškovi sredstava, racio kredita, režijski troškovi, lični i državni bankrot
Chih et al. (2010)	Neutralna	Indeks korporativne društvene odgovornosti	Odnos kamatnih troškova prema ukupnim depozitima i finansiranju tržišta novca, omjer troškova osoblja i ukupne aktive i odnos ostalih operativnih i administrativnih torškova prema ukupnoj aktivi	Racio kapitala (kapital u odnosu na ukupnu aktivu), racio neto zajmova, veličina banke, dummy varijabla
Wu i Shen (2013)	Mix	Indeks korporativne društvene odgovornosti	ROA, ROE, NPL, neto prihod od kamata i nekamatnih prihoda	Racio kapitala (kapital u odnosu na ukupnu aktivu), racio neto zajmova, veličina banke, dummy varijabla
Taskin (2015)	Dvosmjernan odnos između NIM i društvene odgovornosti	Indeks korporativne društvene odgovornosti baziran na GRI Smjernicama	ROA, ROE, NIM	Veličina banke

Awais et al. (2015)	Značajno negativna između korporativne društvene odgovornosti i ROA i ROE ali pozitivna između korporativne društvene odgovornosti i EPS	Sredstva utrošena za društvene aktivnosti	ROA, ROE, EPS	
El Moslemany i Etab (2017)	Beznačajna	Indeks korporativne društvene odgovornosti (Životna sredina, zajednica, zaposleni i klijenti)	ROA, ROE, NPM, EPS	Veličina i starost banke
Matuszak i Rozanska (2017)	Pozitivna veza sa ROA i ROE, negativna sa NIM. Aktivnosti korporativne društvene odgovornosti banaka nisu dominantan prediktor njihove profitabilnosti u odnosu na kontrolne varijable.	Koncept objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti	ROA, ROE, NIM	Veličina i starost banke
Senyigit i Shuaibu (2017)	Mix – Pozitivan i značajan uticaj na uzorku banaka iz Nigerije a u slučaju Turske uticaj nije statistički značajan	Koncept objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti koji se sastoji od tri dimenzije: društvena, ekonomska i okolišna	ROA, NIM	Veličina i starost banke
Ngoc (2018)	Negativna	Indeks korporativne društvene odgovornosti	ROA	Veličina banke, racio kapitala, racio zajmova, režijski troškovi

Izvor: Autor

Nakon što smo istražili relaciju korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi, u nastavku analiziramo vezu između korporativne društvene odgovornosti i religije budući da nam je razumijevanje ove veze neophodno radi analiziranja njenog uticaja na poslovne subjekte, odnosno u našem slučaju, islamske banke.

3.8 Korporativna društvena odgovornost i religija

Veza između ekonomije i religije tema je koja nikada nije iščezla iz teorijskog i naučnog diskursa. Ova relacija je i bitna iz razloga što zdrava ekonomska sredina ima temelje na međusobnom poštovanju u ljudskim odnosima a ne u cilju eksploatacije. U teoretskom pogledu, djelo koje se ističe u ovom aspektu jeste esej „*Protestantska etika i duh kapitalizma*“ autora Max Webera (1904) koji je zastupao stav da su religijska vjerovanja važna za ekonomske rezultate. Sa aspekta kapitalizma, Weber je zaključio da su protestantske zemlje bogatije od katoličkih jer se koncept materijalnog bogatstva drugačije poimao u katoličkim ili pravoslavnim zemljama u odnosu na protestantske.

McCleary i Barro (2006) navode da se religija može posmatrati kao zavisna i kao nezavisna varijabla gdje je ključna veza između religioznosti i vjerovatnoće spasenja. U akademskom pogledu, Iannaccone (1998) je definisao novu granu ekonomije kao *ekonomiku religije* sa prijedlogom da joj se i zvanično dodjeli JEL klasifikacija⁴⁶. Iyer (2016) navodi da je na razvoj ekonomike religije uticalo nekoliko faktora što uključuje:

1. razvoj teoretskih modela u pogledu vjerskih tržišta uključujući i razvoj modela sa komponentnom vjerskih osobina,
2. empirijski rad koji se bavi inovativnom ekonometrijskom identifikacijom prilikom ispitivanja uzročnih uticaja na religiozno ponašanje,
3. nova istraživanja u ekonomskoj historiji religije koja smatra religiju kao nezavisnu a ne kao zavisnu varijablu i
4. veći broj studija o religiji izvan Zapadnog svijeta.

Kahf (2002) ističe da ukoliko se religija precizno pojmi, ne samo da nije prepreka na putu produkcije znanja i usavršavanja same civilizacije, već je okvir koji oblikuje i sublimiše kapacitete te civilizacije. U skladu sa time, Mittelstaedt (2002) navodi da je potrebno razumjeti uticaj religije na određena pitanja i probleme koji mogu nastati u poslovanju ali da je ustvari još važnije kako su data pitanja definisana, posmatrana i regulisana od strane date religije.

Primjer kodifikacije uticaja religijskih postulata na poslovnu aktivnost nalazimo u „*Međuvjerskoj deklaraciji: Etički kodeks o međunarodnom poslovanju za kršćane, muslimane i jevreje*“ (engl. „*Interfaith Declaration: A Code of Ethics on International Business for Christians, Muslims, and Jews*“) sa ciljem da se ujedine zajedničke moralne, etičke i duhovne vrijednosti koje su svojstvene zajedničkoj tradiciji abrahamskih religija. Deklaracija (1994) identificira četiri zajednička ključna koncepta kršćanstva, islama i judaizma a koji su primjenjivi na poslovanje: pravda (pravičnost), uzajamno poštovanje (ljubav i razumijevanje), upravljanje (starateljstvo) i poštenje (istinitost).

Uticaj religije na korporativnu društvenu odgovornost može se prije svega posmatrati i sa aspekta razmatranja Boga kao jednog od stakeholdera (Schwartz, 2006) koje prema Key (1999) datira iz srednjeg vijeka jer se "*Bog još tada smatrao stakeholderom odnosno*

⁴⁶ JEL klasifikacija koja se bavi odnosom ekonomije i religije je Z12.

korporativnim partnerom čiji bi se prihod mogao distribuirati siromašnima na kraju svake godine“. Time se potvrđuje konotacija obaveznosti društvene odgovornosti kada je u pitanju njeno religijsko poimanje jer je prema prema Ahmad (2002), citiran u Dusuki (2008), On trajan, vječan i apsolutan. Samim tim, On je obavezan pa ostvarenje društvenog cilja postaje cilj sam po sebi a ne nešto što bi se trebalo ostvariti, na uštrb resursa kompanije.

U analizi uticaja religije na korporativnu društvenu odgovornost, mi ćemo razmotriti dva pristupa. Prvi podrazumijeva analizu ove relacije direktno kroz karakter vlasnika ili izvršnog direktora kompanije i na koji način je data osoba integrisala svoj vjerski identitet u sistem upravljanja kompanijom i procesom donošenja odluka. Time se akcenat stavlja na pojedinca za kojeg je religija često u srži njegovog identiteta, posebno moralnog identiteta (Vitell i Paolillo, 2003) što može uticati na donošenje i uspostavljanje određenih kodeksa ili pravila koja mogu uzeti u razmatranje religijske postulate i poslovati u skladu sa istima. Neki autori poput Barro i McCleary (2003) ili Hilary i Hui (2009) navode da vjerska uvjerenja pojedinaca vode ka dobrim ekonomskim stavovima i boljim ekonomskim rezultatima na nivou preduzeća, unutar zemlje i same države. Veoma zanimljivu analizu na ovu temu dao je Su (2019) analizirajući uticaj religije, prije svega budizma i taoizma, na menadžere u Kini u sektoru visoko i nisko zagađujućih industrija. Uzorak se sastojao od 8,262 kompanije koje su listirane na berzi. Rezultati su pokazali da ukoliko kompanije posluju u više religioznijim područjima, njihovi menadžeri su više religiozniji i imaju jaču motivaciju da se uključe u društveno odgovorne aktivnosti. Isto tako, rezultati su pokazali da je uticaj religije na korporativnu društvenu odgovornost jači u sektoru visoko zagađujućih industrija.

Chapra (1985) ističe da ljudska bića čine žive i neophodne elemente ekonomskog sistema koji su u suštini glavni igrači i ako se oni ne reformišu, onda ništa ne može ni da funkcioniše: ni „*nevidljiva ruka*“ ni „*vidljiva ruka*“. Koliko je uloga pojedinca bitna u razumijevanju ovog stava može se uočiti i iz procesa implementacije korporativne društvene odgovornosti u bankarstvu gdje Hoang (2014) ističe da stav menadžera prema angažovanju korporativne društvene odgovornosti u okviru banke ustvari određuje njegovu primjenu.

Autori McDaniel i Burnett (1990) posmatraju religioznost u domenu kognitivnih i bihevioralnih dimenzija gdje je kognitivna dimenzija stepen važnosti religije za pojedinca, dok se dimenzija ponašanja tumači kao spoljašnje ponašanje prema religioznoj organizaciji. Religijski uticaj povezuje se i pitanjima vrijednosti koje su kao takve integralno povezane sa društvenim promjenama. U nekim aspektima vrijednosti su individualne reprezentacije društvenih ciljeva. Kako se promjenjivi društveni ciljevi mijenjaju, vrijednosti pojedinaca ponekad će voditi i odražavati ovu promjenu (Kahle et al., 1988).

Prvi način uticaja religije na poslovni proces se u engleskoj literaturi posmatra kao duhovnost na poslu⁴⁷ (*engl. workplace spirituality*) koju autori Giacalone i Jurkiewicz (2003) definišu kao „*okvir organizacijskih vrijednosti koje se dokazuju u kulturi koje promovišu iskustvo transcendencije zaposlenika kroz radni proces, olakšavajući njihov osjećaj povezanosti s drugima na način koji osigurava osjećaj potpunosti i radosti*“. Pored ovog termina, neki autori poput Monty et al. (2009), koriste termin religija na radnom mjestu (*engl. workplace religion*) jer omogućava uključivanje dogme, tradicije i institucije i omogućava da se uhvate rituali, vjerovanja i religiozne vrijednosti.

⁴⁷ Prema Garcia-Zamor (2003), pokret duhovnosti nastao je krajem 1980-tih kao rezultat nezadovoljstva zaposlenih koji su osjećali da su izgubili lične vrijednosti u organizacijama.

Utjecaj religijskih stavova rukovodećih pojedinaca na poslovanje same organizacije bile su predmetom istraživanja autora poput Magill (1992); Longenecker et al. (2004), Quazi (2003) dok, prema Allport i Ross (1967), citiran u Ramasamy et al. (2010), religioznost može uticati na intrinzične vrijednosti ili vanjske vrijednosti koje mogu rezultirati većom podrškom konceptu korporativne društvene odgovornosti.

Drugi pristup, koji će biti primjenjen u ovoj doktorskoj disertaciji i koji je predmetom detaljne analize, jeste kada je religija integrisana kao input i polazno osnovište cjelokupnog sistema, posebno finansijskog. Prema Brammer et al. (2007), organizovana religija ima značajnu ulogu u uspostavljanju i širenju etičkih smjernica koje su konzistentne sa religijskim doktrinama i koje predlažu praktične smjernice za etičko vođenje poslovanja. Time je poslovna organizacija samo jedan od aktera i nosilaca aktivnosti koje se sprovode unutar takvog sistema. Specifičnost ovog pristupa jeste što se sam model poslovanja prilagođava vjerskim temeljima i prema tim odrednicama kreira pravila i način djelovanja. U praksi, ovaj stav je potvrđen u istraživanju od strane autora Mitroff i Denton (1999), citiran u Schwartz (2006), koji su analizirali 215 menadžera organizacija zasnovanih na religiji i čiji je stav da je Bog ekvivalentan „*velikom šefu*“ (engl. *the Big boss*) ili izvršnom direktoru (engl. CEO) i nalazi se na vrhu hijerarhije.

Korporativna društvena odgovornost sa islamskog stanovišta je primjer institucionalnog poslovanja, posebno kada su u pitanju islamske banke. AAOIFI (2010) ovaj koncept definiše kao „*sve aktivnosti koje provode islamske finansijske institucije kako bi ispunile svoje vjerske, ekonomske, pravne, etičke i diskrecione odgovornosti kao finansijski posrednici za pojedince i institucije*“. U odnosu na „*tradicionalni*“ stav, islamski pristup korporativnoj društvenoj odgovornosti nema prethodno navedene i objašnjene nedostatke jer je sastavni dio religijskog učenja i, prema Dusuki i Abdulah (2007), ne može se posmatrati kao odvojeni dio. Samim tim njeno poimanje je jasno pa je društvena odgovornost, kao takva, zastupljena u svakoj relaciji, bez obzira da li ona potiče od pojedinca ili poslovne organizacije.

U istraživačkom kontekstu, islamski pristup korporativnoj društvenoj odgovornosti je manje zastupljen u odnosu na tradicionalni ili možemo reći Zapadni što se posebno ogleda u naučno-istraživačkom domenu. Pretraživanjem naučne baze Scopus za period 1960-2018, unoseći u pretraživač ključne riječi na engleskom jeziku „*corporate social responsibility*“, baza će generisati 85.099 dokumenata (svih vrsta: naučni članci, knjige, apstrakti itd.) koji direktno ili indirektno (sa svim uključenim poljima za pretraživanje) izučavaju korporativnu društvenu odgovornost. S druge strane, ako u pretraživač unesemo „*Islamic corporate social responsibility*“, baza će generisati samo 2.809 dokumenata koji se bave ovom tematikom.

Na osnovu toga, četvrto poglavlje detaljno analizira pregled nastanka i razvoja islamskog pristupa ovom konceptu, njegove dimenzije i modele i ispituje vezu između korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi u islamskom bankarstvu.

„Etički principi na kojima se zasnivaju islamske finansije mogu banke približiti njihovim klijentima i istinskom duhu koji bi trebao obilježiti svaku finansijsku uslugu“.

(Vatikanske novine „Osservatore Romano“, 2009).

4 KONCEPT KORPORATIVNE DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI U ISLAMSKOM BANKARSTVU

Relacija korporativna društvena odgovornost – islamska ekonomija usko je povezana sa razvojem islamske ekonomije kao nauke i njenog shvatanja kao takve. Upravo na tim temeljima razvijeni su određeni principi i modeli koji se zasnivaju na stavovima autora koji su u historiji islamske ekonomske misli veoma bitni poput Siddiqi⁴⁸ (1983) i Chapra (1985). Autori Lewis i Algaoud (2001) su ekonomski i društveni model shvatanja islamske ekonomije definisali kao Chaprin model (*engl. Chapra's model*) i Ismailov model (*engl. Ismail's model*).

Chapra (1985) naglašava socijalnu odnosno društvenu ulogu islamskih finansijskih institucija i daje joj prednost u odnosu na ekonomski motiv maksimizacije profita od strane tih institucija. Njegovo viđenje ekonomskog modela i uloge islama u tim relacijama, uočava se u stavu da „*islam obezbjeđuje ekonomski sistem koji čini apsolutnim imperativom da se koriste bogomdani resursi za ispunjavanje suštinskih potreba svih ljudskih bića i da im se osiguraju pristojni životni uslovi. Bogatstvo zapravo ne pripada čovjeku već Bogu dok je njegov ljudski vlasnik ustvari samo povjerenik, koji mu je povjeren da ostvari Božje ciljeve, od kojih su dva najvažnija: opća ljudska dobrobit i socio-ekonomska pravda*“ (Chapra, 1985).

Neke od najvažnijih ciljeva i funkcija islamskog finansijskog, a prije svega bankarskog sistema, prema Chapra (1985) su:

- *ekonomska dobrobit široke osnove uz punu zaposlenost i optimalnu stopu ekonomskog rasta* (ljudi su Božji namjesnici i puna i efikasna upotreba ljudskih resursa jeste neophodan cilj islamskog sistema što zahtijeva stvaranje ekonomskog okruženja u kojem bi Božji namjesnik bio u stanju da iskoristi svoje vrijeme i fizičke i mentalne sposobnosti za obogaćivanje sebe, svoje porodice i društva);
- *socio-ekonomska pravda i pravična raspodjela dohotka i bogatstva* (ovi elementi se jednoglasno smatraju nepovredivim dijelovima moralne filozofije islama i temelje se na njegovoj nepokolebljivoj predanosti ljudskom bratstvu odnosno davanju prednosti zajednici dok je u kapitalističkim društvima, socio-ekonomska pravda rezultat grupnih pritisaka i nije zasnovana na duhovnoj predanosti zajedništvu);
- *stabilnost vrijednosti novca kako bi se omogućilo da sredstvo razmjene bude pouzdana obračunska jedinica, pravedan standard odgođenih plaćanja i stabilna pohrana vrijednosti* (ovo bi trebalo biti nezaobilazan cilj u islamskom referentnom okviru zbog općenitog stajališta islamskog učenja koje se odnosi na poštenje i pravednost u svim ljudskim poslovima. Inflacija jasno pokazuje da novac nije u stanju da služi kao pravedna i poštena obračunska jedinica jer čini novac nepravednim standardom odgođenih plaćanja koja ima nepouzdanu vrijednost. Pored toga, inflacija je simptom neravnoteže i nije kompatibilna s islamskim naglaskom na balans i ravnotežu);
- *mobilizacija i ulaganje štednje za ekonomski razvoj na pravedan način, tako da se osigura pravičan povratak svim zainteresiranim stranama* (islam zahtijeva produktivnu upotrebu sredstava, za ostvarivanje socio-ekonomskih ciljeva islama, a ne njihovo neosnovano gomilanje);
- *efektivno pružanje svih usluga koje se obično očekuju od bankarskog sistema* (pored ostalih svakodnevnih finansijskih usluga, islamske finansijske institucije također bi trebale biti u stanju razviti primarno i sekundarno tržište novca, učiniti sve bankarske

⁴⁸ Ismail (2011) navodi da je Siddiqi (1983) smatrao da bi beskatatno bankarstvo moglo uspješno poslovati samo u zemlji gdje je zakonski zabranjena kamata i kada bi svaka transakcija zasnovana na kamati imala karakter kažnjivog djela.

usluge efikasnim, barem na sličnom nivou kao konvencionalne banke, jer većina usluga koje pružaju islamske banke možda će morati da se razvijaju po nešto drugačijim modelima u poređenju sa konvencionalnim bankama prije svega zbog razlike u prirodi odnosa klijent – banka odnosno upotrebi PLS paradigme).

Ovaj Chaprin stav u smislu stavljanja socio-ekonomske pravde na prvo mjesto prepoznat je i od strane drugih autora poput Siddiqi (1985), Haron (1996), Warde (2000), Naqvi (2003) kao i Al-Zuhayli (2003) koji je, citiran u Dusuki (2007), rekao da „*primarni cilj islamskih finansijskih institucija nije ostvarivanje profita, već prihvaćanje socijalnih ciljeva društveno-ekonomskog razvoja i smanjenja siromaštva*“. Autor Sairally (2006) ističe da Chaprin model smatra islamske finansijske institucije kao one koje imaju višenamjenske ciljeve, uključujući unapređenje socio-ekonomskih ciljeva kao i cilj maksimizacije profita, vodeći računa da poduzete aktivnosti budu u skladu sa Šerijatom gdje cilj nije samo maksimizirati vrijednost za dioničare već sve stakeholdere. Ako uporedimo ovaj princip sa pregledom literature iz prethodnog poglavlja, jasno je da je on sličan onome što je propagirao i Carroll (1979, 1991).

Nasuprot Chaprinog modela, Ismailov model⁴⁹ (1986) zastupa stav da su islamske banke odgovorne samo za ekonomske i finansijske aktivnosti odnosno da treba da teže ka maksimiziranju profita poput drugih konvencionalnih banaka, ali vodeći računa da su aktivnosti koje se sprovode u skladu sa Šerijatom. Drugačije rečeno, društvena odgovornost je odgovornost vlade dok su banke odgovorne samo prema dioničarima i depozitarima, ali ne i prema široj javnosti. Ako uporedimo ovaj stav sa onim što je opisano u trećem poglavlju, vidjet ćemo da je on veoma sličan onome što je zastupao i Milton Friedman (1970).

Ismailov model prihvaćen je od strane nekoliko autora među kojima se posebno može izdvojiti Tag el-Din (2003) koji, prema Sairally (2006), posmatra ekonomiju kao tro-sektorsku koja se sastoji od vladinog sektora, tržišnog sektora (poznat kao tržišni sektor) i filantropski sektor (društveni ili treći sektor). Pored toga, u ovom modelu islamske finansijske institucije smatraju se dijelom komercijalnog sektora ekonomije. Tag el-Din (2003) ne odbacuje Chaprin model u potpunosti ali naglašava da se socio-ekonomska paradigma, za koju se Chapra zalaže, ne može ostvariti putem tržišnog sektora, koji je u osnovi orijentisan na maksimizaciju profita i lični interes, već u okviru trećeg sektora. Isto tako, autori Lewis i Algaud (2001), citiran u Dusuki (2008), navode da će u Ismailovom modelu upotreba određenih aktivnosti biti možda više preferirana u odnosu na druge što zavisi i od ciljeva same banke.

Primjena Chaprinog ili Ismailovog modela u praksi, može se posmatrati i sa aspekta vrste bankarskog sistema i karakteristika društva u kojima se primjenjuje. U skladu sa time, Satkunasegaran (2003) smatra da je primjena Ismailovog modela islamskog bankarstva vjerovatno više prikladnija kada su u pitanju zemlje sa dualnim bankarskim sistemima koje imaju i karakteristiku multinacionalnih zemalja, kao što je Malezija, dok je Chaprin model više primjenjivi za one zemlje gdje su muslimani većina što je u skladu sa stavom koji je imao sam Chapra (1985) da „*sistem mora biti podvrgnut adekvatnoj transformaciji kako bi bio podloga za implementaciju ciljeva islama*“ jer „*novac i bankarski sistem koji je u skladu sa genijalnošću islama postepeno će se razvijati i omogućiti muslimanskom ummetu da ostvari svoje težnje*“.

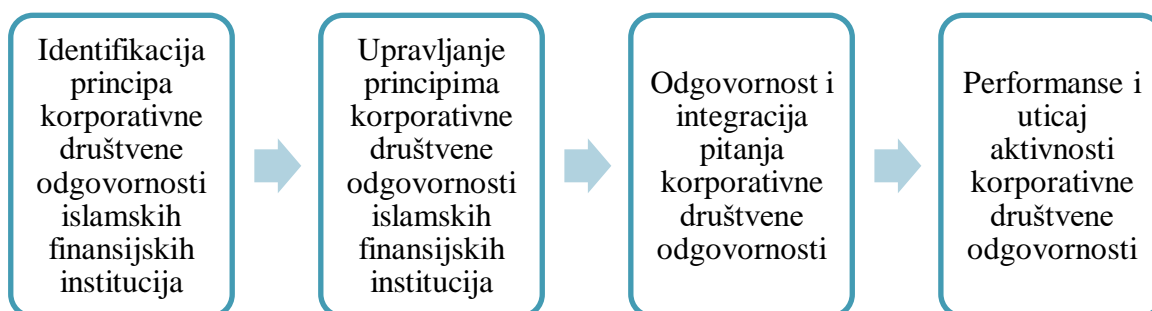
⁴⁹Ismail, A. H. (1986). Islamic Banking in Malaysia: Some Issues, Problems and Prospects. Kuala Lumpur: Banks Islam Malaysia Berhad.

4.1 Modeli islamskog koncepta korporativne društvene odgovornosti

Islamski pristup korporativnoj društvenoj odgovornosti zasniva se religijskim postulatima islamskih normi i predstavlja korporativnu filozofiju u skladu sa Kur'anom i Sunetom. Yusuf i Bahari (2011) islamski pristup korporativnoj društvenoj odgovornosti označavaju kao onaj koji je baziran na pristupu islamskog svjetonazora (*arap. al-tasawwur al-islami*). Mohammed (2007) navodi da koncept društveno odgovornog poslovanja u islamu proizilazi iz društvenog ugovora koji se nužno odnosi na usklađenost vrijednosnog sistema organizacije sa većim vrijednosnim sistemom islamskog društva. Yusuf i Bahari (2011) naglašavaju da se islamski pristup korporativnoj društvenoj odgovornosti može podijeliti na tri dimenzije koje su bazirane na odgovornosti. Prva kategorija se odnosi na odgovornost i vezu sa Stvoriteljem, druga uljučuje odgovornost prema društvu a treća odgovornost prema životnoj sredini.

U pregledu literature koji su dali Alamer et al. (2015), islamski pristup korporativnoj društvenoj odgovornosti nije ni postojao prije 2000-tih. Kako ističu Zafar i Sulaiman (2018), prvi radovi na temu islamskog pristupa ovom konceptu ili konceptu islamskog izvještavanja nalazimo u radovima autora Haniffa i Hudaib (2002); Harahap (2003); Haniffa i Hudaib (2004); Dusuki i Dar (2005), Sairally (2005), Maali et al. (2006) i drugi. U genezi razvoja islamskog pristupa korporativnoj društvenoj odgovornosti posebno je značajan rad autora Dusuki i Dar (2005) koji su, koristeći uzorak od preko 1500 ispitanika, istražili percepciju različitih stakeholdera islamskih banaka u Maleziji: Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB) i Bank Muamalat Malaysia Berhad (BMMB) u vezi sa društvenom odgovornošću.

Dusuki i Dar (2005) su podijelili stakeholdere na finansijere, deponente, rukovodioce ogranaka, zaposlene, savjetnike, regulatora (službenika Centralne banke) i lokalnu zajednicu vodeći se definicijom koju je dao Freeman (1984). Rezultati istraživanja pokazali su da svi stakeholderi zainteresovani za korporativnu društvenu odgovornost i da imaju pozitivne stavove o ovom konceptu. Sairally (2005) je istraživala koncept primjene društveno odgovornog investiranja (*engl. socially responsible investing ili skraćeno SRI*) od strane islamskih finansijskih institucija na način da je adaptirala model društvenih performansi (*engl. corporate social performances*), kojeg je razvila Wood (1991), u skladu sa islamskim pristupom.



Slika 13: Islamski pristup konceptu korporativnih društvenih performansi - Sairally (2005)

Sairally (2005) je istraživanje bazirala na 250 upitnika prosljeđenim islamskim finansijskim institucijama u 19 zemalja svijeta. Stopa odgovora je 20% odnosno 48 upitnika gdje je 70% odgovora bilo od strane islamskih banaka. Ukupan zaključak studije je da će djelovanje na društveno odgovoran način stvoriti vrijednost za islamske finansijske institucije što je iskazalo 95.8% ispitanika.

Po osnovu pregleda literature možemo izvršiti podjelu modela islamskog pristupa korporativnoj društvenoj odgovornosti koji su zasnovani na:

- četiri etička aksioma: jedinstvo, ravnoteža, slobodna volja i odgovornost (Mohammed, 2007);
- konceptu ciljeva Šerijata (*Maqasid al Shariah*) i javnog interesa (Dusuki i Abdullah, 2007a, 2008a; Bedoui, 2012; Darus et al., 2013; Darrag i E-Bassiouny, 2013; Mohd Nor, 2012, Asutay i Harningtyas, 2015; Mergaliyev et al., 2019);
- obaveznim i preporučenim oblicima islamske korporativne društvene odgovornosti (Farook, 2007);
- paradigmi društvenog blagostanja (Muhamad et al., 2008);
- paradigmi Taqwe (Dusuki, 2008a);
- primjena javnog interesa i važnost društvenog kapitala (Yusuf i Bahari, 2011);
- prošireni Carroll model (1991) iz islamske perspektive (Khurshid et al., 2014);
- paradigmi Tevhida i Šerijata (Bakar i Yusof, 2015),
- islamski model korporativne društvene odgovornosti na bazi četiri vrste odgovornosti (Turker, 2016).

U svojoj doktorskoj disertaciji, Mohammed (2007) razvija okvir za razumijevanje koncepta islamskog pristupa korporativnoj društvenoj odgovornosti zasnovanom na četiri etička aksioma. Autor naglašava da islamski moral ili etički kodeks stvara osjećaj odgovornosti u umu vjernika. Muhammed (2007) je islamski pristup korporativnoj društvenoj odgovornosti predstavio putem krugova gdje svaki krug ima svoju specifičnu određenost. U prvom krugu naglašavaju se četiri etička aksioma kao krucijalnim vrijednostima islamskog etičkog sistema a koje su ujedno i baza za islamski socio-ekonomski sistem.

Drugi krug obuhvata one elemente islamskog etičkog sistema koji su proistekli iz osnovnih vrijednosti. Na primjer, koncept povjerenika je izveden iz aksioma jedinstva jer sve pripada Stvoritelju a čovjek ima ulogu namjesnika na zemlji i smatra se povjerenikom resursa. Slično tome, distributivna pravda je izvedena iz aksioma ravnoteže; sloboda izbora od slobodne volje; i odgovornost izvedena iz aksioma odgovornosti.

Spoljni krug predstavlja elemente poslovnih transakcija u skladu sa islamskim pravom (fiqh). Koncept zakonitog ili dozvoljenog (halal) i zabranjenog (haram) daje jasnu smjernicu za poslovne transakcije u islamskoj ekonomiji koji se također zasnivaju na četiri etička aksioma. Svi elementi tri kruga međusobno su povezani da bi stvorili koherentan okvir društveno odgovornog poslovanja u islamu što je predstavljeno na sljedećoj slici.

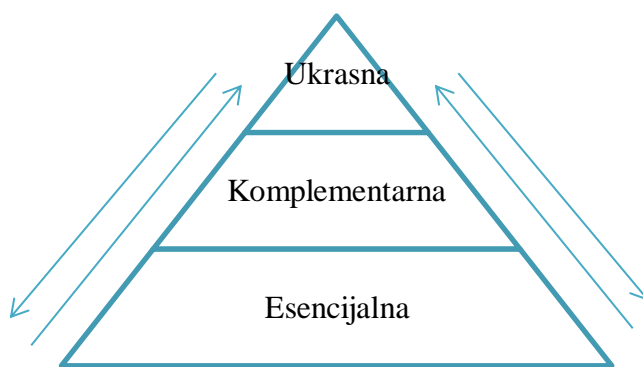


Slika 14: Etički aksiomi islamskog pristupa korporativnoj društvenoj odgovornosti

Dusuki i Abdullah (2007) posmatraju islamski pristup korporativnoj društvenoj odgovornosti kroz prizmu ciljeva Šerijata i javnog interesa (*arap. masleha*). U svom modelu, autori koriste klasifikaciju podjele maslehe, koju je dao islamski učenjak Al Šatibi, o kojem je bilo govora u prvom poglavlju, na tri kategorije:

- esencijalna ili osnovna (*engl. essentials*) koja predstavlja one aktivnosti koje su zasnovane na pet stubova koje je definisao Al Gazali a koji su temelj ličnog i društvenog djelovanja;
- komplementarna (*engl. complementary*) definiše se kao kategorija koja obuhvata sve aktivnosti koje nisu od vitalnog značaja za očuvanje pet stubova ali su neophodne i
- ukrasna (*engl. embellishments*) odnosi se na aktivnosti koje vode ka poboljšanju i postizanju onoga što je poželjno.

Autori su također koristili oblik piramide kao i Carroll (1991) navodeći da nivoi odražavaju različite stepene važnosti u smislu ispunjenja odgovornosti. Ovaj model predstavljen je u nastavku.

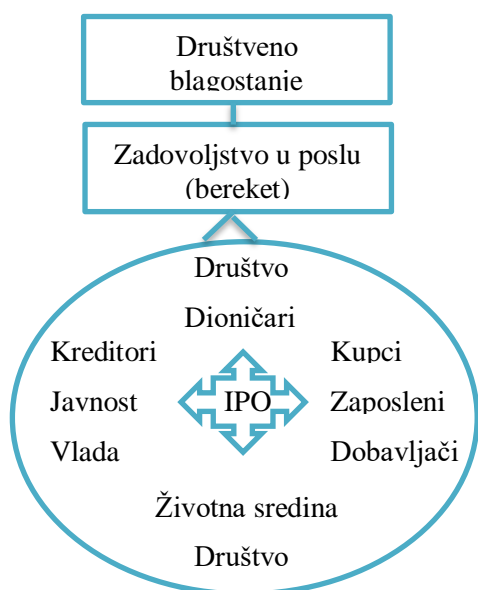


Slika 15: Piramida javnog interesa

Prema Dusuki i Abdullah (2007), ova piramida funkcionira kao okvir i opća smjernica za etički mehanizam filtriranja i daje menadžerima tri nivoa za rješavanje etičkih sukoba koji se nehotice pojavljuju prilikom primjene programa i inicijativa za korporativnu društvenu odgovornost. Donji nivo predstavlja najosnovniju odgovornost koju treba ispuniti, u poređenju sa komplementarnim i ukrasnim kategorijama. Tri nivoa piramide se međusobno ne isključuju već su svi nivoi međusobno povezani i međusobno zavisni. Strelice koje su okrenute prema gore i prema dole, otkrivaju fleksibilnost i mehanizam promjene u procesu donošenja odluka, u smislu da svaki element koji sadrži jedan nivo može biti uzdignut prema gore ili potisnut prema dolje, ovisno o različitim okolnostima koje se tiču javnosti.

Islamske banke imaju dvojak položaj u društvu: kao finansijske institucije koje ispunjavaju kolektivnu religioznu obavezu i kao institucije koje obavljaju ulogu finansijskog posrednika (Farook, 2007). U svom modelu islamskog pristupa korporativnoj društvenoj odgovornosti, Farook (2007) utvrđuje *obavezne norme*, koje se odnose na ponašanje koje islamska finansijska institucija mora izbjegavati jer u suprotnom to znači nepoštivanje Kur'anskih normi i *preporučene* koje se izvršavaju u skladu sa kapacitetima institucije da takve aktivnosti i poduzme. Obavezne norme podrazumijevaju: skeniranje investicija (da li su u skladu sa Šerijatom), ostvarenje zarade u skladu sa Šerijatom (da su dozvoljene a ne haram), odgovornost prema klijentima, odnos prema zaposlenima i Zekat. Preporučene mjere odnose se na Qard-hasan kredite, redukciju uticaja na okolinu, dodatni kriteriji provjere klijenata i ugovarača, odabir odgovarajuće industrije (ona u okviru koje implementacija određenih projekata može imati najveći društveni uticaj), projekti zasnovani na društvenom učinku, investicije koje ne zanemaruju uticaj na životnu sredinu, izvrsnost u odnosu prema klijentima, investicije u mikro i mali biznis, blagostanje zaposlenih, dobrotvorne aktivnosti i vjerske zadužbine.

Muhamad et al. (2008) posmatraju islamski pristup korporativnoj društvenoj odgovornosti putem društvenog blagostanja (*arap. falah*) koji je u osnovi cilj cjelokupnog islamskog društvenog sistema, naglašavajući princip bratstva i socijalno-ekonomsku pravdu. Ostvarenje društvenog blagostanja je usko povezano sa stakeholderima islamske poslovne organizacije što je predstavljeno na sljedećoj slici gdje se IPO odnosi na islamsku poslovnu organizaciju.



Slika 16: Islamski pristup korporativnoj društvenoj odgovornosti zasnovan principu društvenog blagostanja

Dusuki (2008a) pristupa korporativnoj društvenoj odgovornosti na način da je posmatra kroz prizmu taqwe. Taqwa u osnovi znači sveprisutna svjesnost Boga što znači da ovaj model korporativnu društvenu odgovornost poistovjećuje sa religijskom obavezom. Dusuki (2008a) ističe da se ovom paradigmom garantuje društvena struktura zato što se ljudi onda dobrovoljno obavezuju na postizanje centralnih ciljeva ljudskog blagostanja. Na osnovu toga, korporativna društvena odgovornost je i moralna i vjerska inicijativa zasnovana na vjerovanju da bi kompanija trebala biti „dobra“ bez obzira na njene finansijske rezultate: pozitivne ili negativne. Dusuki (2008a) analizira islamski pristup korporativnoj društvenoj odgovornosti upoređujući ga sa konvencionalnim po osnovu pet elemenata koji su predstavljeni u sljedećoj tabeli.

Tabela 20: Opis vrsti korporativne društvene odgovornosti

Nivo	Opis
Nivo 1: Neodgovornost	Ekstremna situacija koja opisuje neodgovorno ponašanje kompanije pa čak i krši minimalne moralne standarde propisane zakonom. Takve radnje variraju od prevare, friziranja finansijskih izvještaja, lažnog oglašavanja, odlaganja toksičnog otpada u stambenim područjima, kršenja zakona o zaštiti radnika i prava kao što su zdravlje, sigurnost, zarada, radno vrijeme itd.
Nivo 2: Minimalizam	Kompanije u ovoj kategoriji ispunjavaju minimalne zahtjeve zakonodavstva odnosno ispunjavaju svoju pravnu odgovornost i „igraju po pravilima igre“ (Friedman, 1970). Osim ispunjenja minimalnih zahtjeva, ove kompanije se bave malim ili nikakvim aktivnostima koje bi se mogle nazvati dobrovoljnom korporativnom društvenom odgovornošću ili preciznije onim aktivnostima koje se smatraju altruističnim ili filantropskim. Međutim, jedini cilj jeste ostvarenje profita u korist dioničara.
Nivo 3: Apatičan	Kompanije na ovom nivou djeluju u okviru zakona i istovremeno su predane obaveznim etičkim odgovornostima u smislu da obavljaju posao moralno, radeći ono što je ispravno, pravedno i pošteno, izbjegavajući štetu. Njihovo učešće u drugim aktivnostima društvene odgovornosti je obično minimalno, parcijalno i sa mješovitim motivima. U nekim slučajevima motiv može biti orijentisan na profit, kao što su određene beneficije za zaposlene kako bi se privukli oni koji su najviše kvalifikovani dok u drugom slučaju može biti lično u smislu da se podržavaju samo one aktivnosti koje su preferirane od strane vlasnika. Ovakve kompanije su okvalifikovane kao apatične ili indiferentne u smislu da ne postoji strateški napor da se uključe u aktivnosti korporativne društvene odgovornosti na nivou cijele kompanije.
Nivo 4: Taktičan	Kompanije u ovoj kategoriji ispunjavaju svoje društvene odgovornosti, uključujući filantropske ili alturističke odgovornosti ali sa ciljem ostvarenja određenih koristi za kompaniju, u dugom roku, u smislu pozitivnog publiciteta i uticaja na reputaciju kompanije. Time se ustvari želi osigurati dugoročni profit za kompaniju.
Nivo 5: Taqwa	Kompanije na ovom nivou ispoljavaju svoju društvenu odgovornost na osnovu uvjerenja da bi kompanija trebala biti društveno odgovorna bez obzira na finansijske rezultate, pozitivne ili negativne. Ovo uvjerenje je sadržano u islamskom svjetonazoru,

vođeno Šerijatom. Njihova posvećenost društvima je manifestacija taqwa paradigme ili svjesnosti Boga, koja također odražava njihovo shvatanje islamskih principa kao što su principi namjesnika ili staratelja i pravde. To je moralni stav najvišeg reda koji predstavlja islamski pogled na korporativnu društvenu odgovornost.

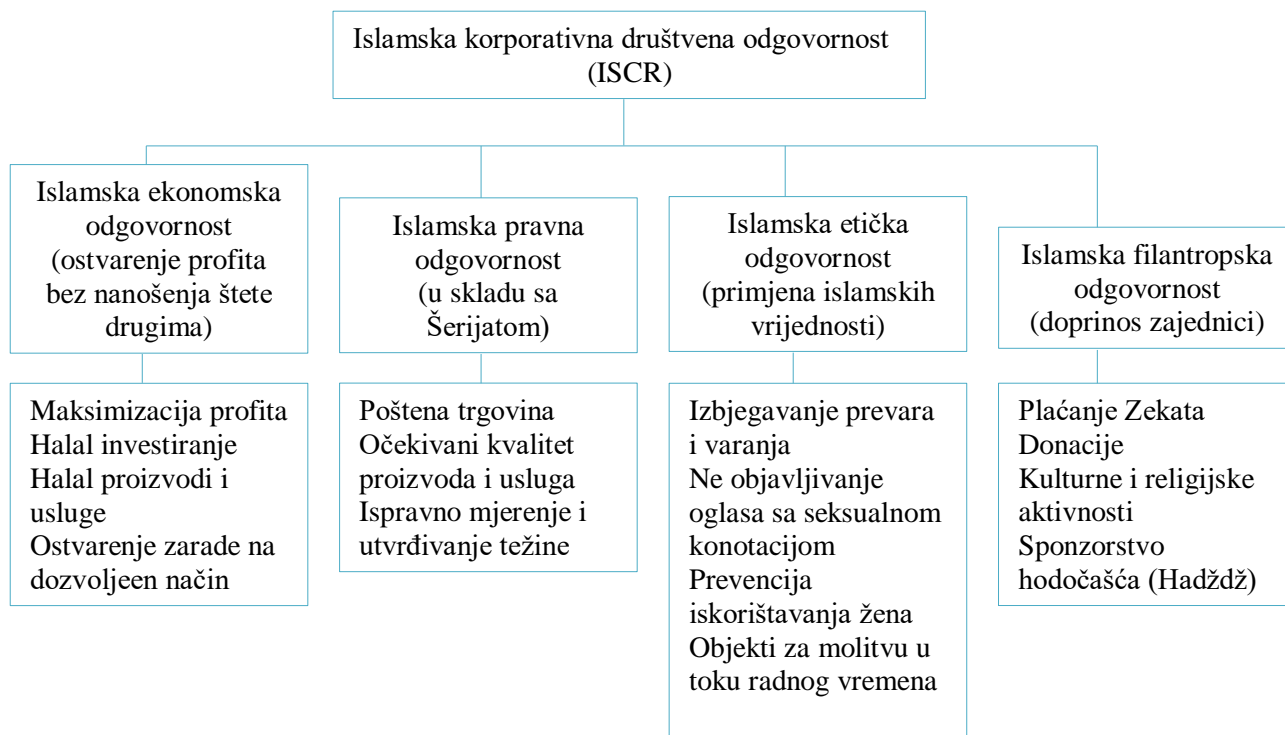
Izvor: Dusuki, A.W. (2008a). What Does Islam Say about Corporate Social Responsibility?

U svojoj analizi islamskog pristupa korporativne društvene odgovornosti, Yusuf i Bahari (2011) smatraju da se on treba sprovesti primjenom principa javnog interesa i principa da se naglasi značaj društvenog kapitala u društvu. Autori su na osnovu pregleda literature i rezultata dubinskih intervju sa ekspertima islamskog bankarstva u Indoneziji ustanovili šest osnovnih kriterijuma: 1) usklađenost sa Šerijatom, 2) jednakost, 3) odgovornost u radu, 4) garancija blagostanja; 5) garancija ekološke održivosti i 6) dobročinstvo kao i 34 stavke koje se smatraju kritičnim za društveno odgovorno poslovanje.

U okviru svakog od navedenog kriterijuma, Yusuf i Bahari (2011) ustanovili su sljedeće stavke:

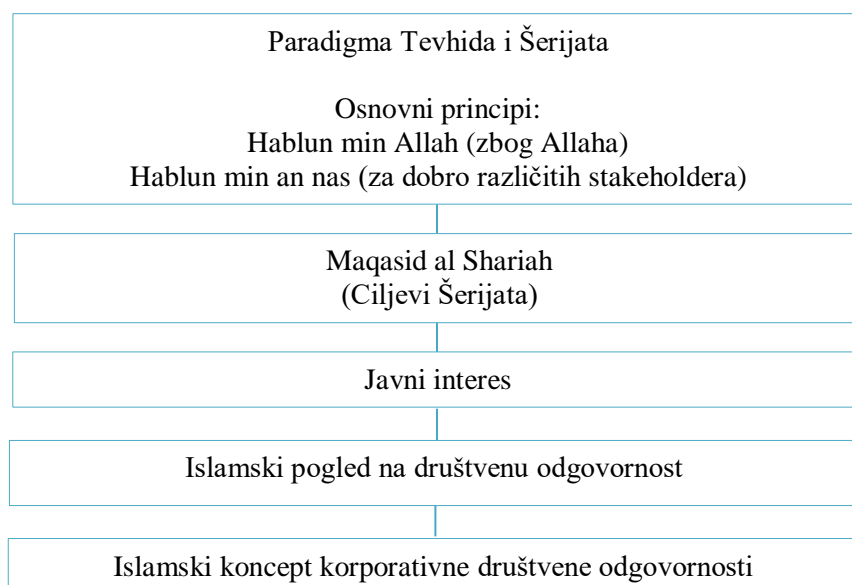
- u okviru kriterijuma usklađenosti sa Šerijatom (instrumenti islamskih banaka usklađeni sa Šerijatom, finansiranje usklađeno sa Šerijatom, ulaganje islamskih banaka u halal proizvode, izbjegavanje profita od nedozvoljenih aktivnosti, odabir korisnika usluga u skladu sa Šerijatom);
- u okviru kriterijuma jednakosti (vrijednosti bratstva, izvrsnost u uslugama, izbjegavanje diskriminacije i omogućavanje jednakih mogućnosti);
- u okviru kriterijuma odgovornosti u radu (povjerenje, rad u skladu sa ograničenjima i odgovornostima, ispunjenje traženih prava po ugovoru, transparentnost, optimalnost u korištenju vremena i stručnosti, smanjenje negativnog uticaja, integritet u radu, poštena konkurencija i odgovornost);
- u okviru kriterijuma garancije blagostanja (prijatno i sigurno mjesto za rad, slobodna volja, plata u skladu sa standardima, obuka i obrazovanje, rad u zakonskim vremenskim okvirima, dijeljenje dobiti i gubitka, osiguranje za zaposlene);
- u okviru kriterijuma garancije ekološke održivosti (osigurati da investicije ne štete okolišu, aktivno uključivanje u zaštitu životne sredine, edukacija zaposlenih o važnosti životne sredine i njenog pravilnog tretiranja, korištenje reciklažnih materijala za ispunjavanje potreba islamskih banaka);
- u okviru kriterijuma dobročinstva (izbor investitora za podršku aktivnostima za socijalnu zaštitu, ublažavanje socijalnih problema (kao što su otvaranje socijalnih fondova i donacija), podrška i pomoć u finansiranju socijalne pomoći (kao što je pomoć u finansiranju obrazovanja, donacije), ostvarivanje blagostanja a ne samo fokus na profitabilnost i osnaživanje zajednica putem proizvoda islamskih banaka).

Khurshid et al. (2014) adaptirali su Carroll (1991) piramidu društvenih odgovornosti da bude u skladu sa islamskim aspektom razvijajući na taj način islamski model korporativne društvene odgovornosti (*engl. Islamic corporate social responsibility model ili skraćeno ICSR*). Specifičnost ove studije jeste što je prva koja je adaptirala piramidu društvenih odgovornosti u skladu sa religijskim načelima. Prema Khurshid et al. (2014), islam prihvata stakeholder pristup koji je razvio Freeman (1984) u smislu da vlasnici kompanije ili investitori imaju pravo na ostvarenje profita ali ne na štetu drugih stakeholdra. Razlog tome jesto što bi se narušio princip pravednosti koji je u islamu veoma naglašen. Islamski model korporativne društvene odgovornosti koji su predložili Khurshid et al. (2014), predstavljen je u nastavku.



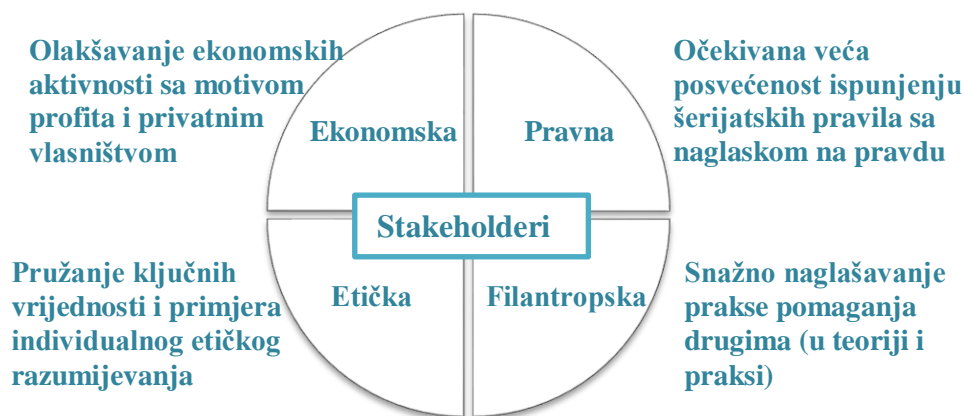
Slika 17: Iskamski model korporativne društvene odgovornosti - Khurshid et al. (2014)

Bakar i Yusof (2015) posmatraju iskamski pristup korporativnoj društvenoj odgovornosti putem paradigme Tevhida i Šerijata naglašavajući da budući da se ciljevi iskamskih poslovnih subjekata zasnivaju na ciljevima Šerijata, njihovi ciljevi i prakse korporativne društvene odgovornosti također treba da budu izvedeni iz Šerijata sa namjerom ostvarenja dobrobiti i društvenog blagostanja. Ovaj model predstavljen je na sljedećoj slici.



Slika 18: Iskamski model korporativne društvene odgovornosti na bazi paradigme Tevhida i Šerijata

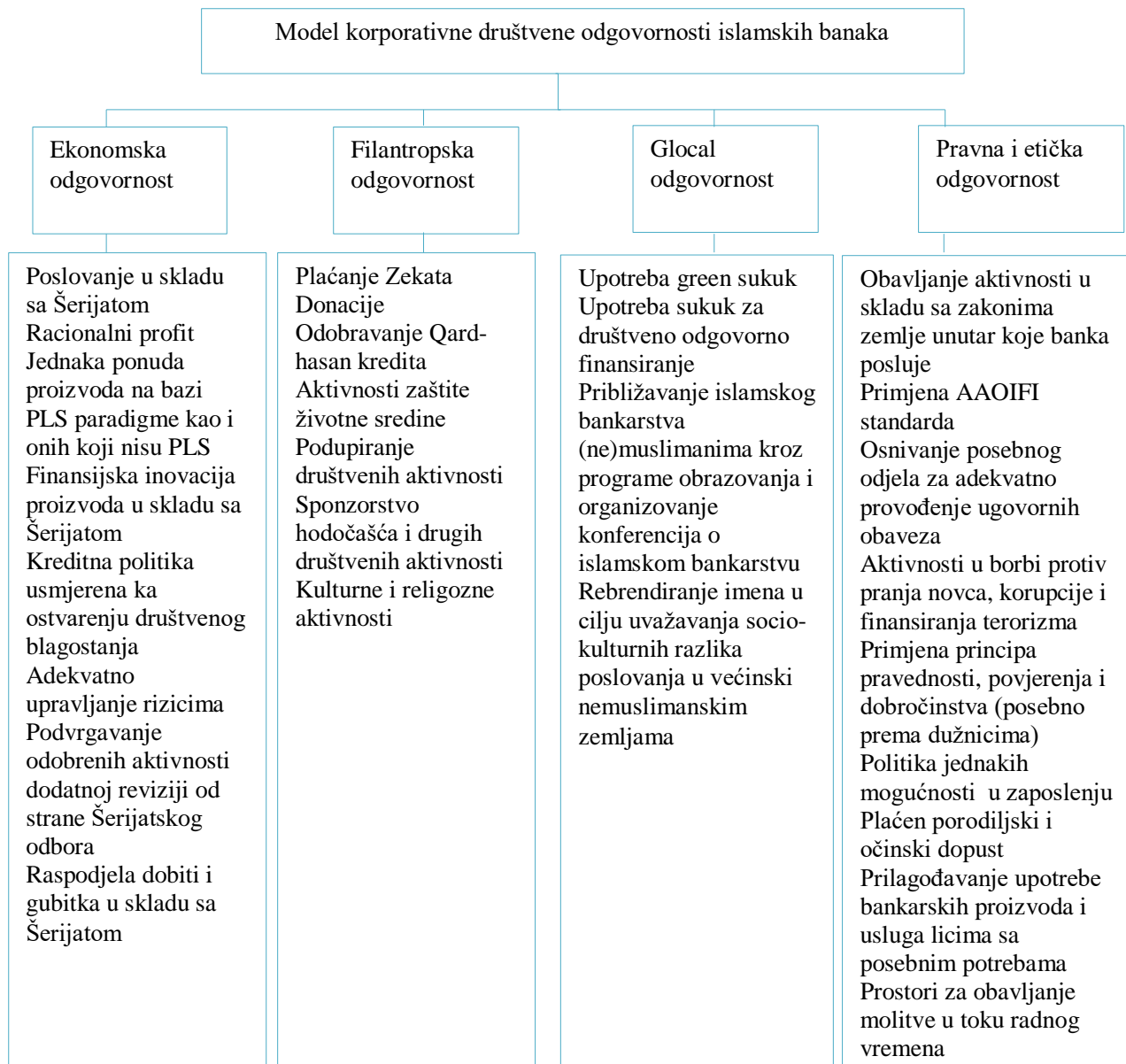
Korištenje klasifikacija u pogledu vrsta odgovornosti koje je dao Carroll (1991), a koje su analizirane sa islamskog stanovišta od strane Khurshid et al. (2014), dao je i Turker (2016) ali u drugačijoj formi. Sličnost ova dva modela ogleda se u tome što se ne koristi oblik piramide gdje su odgovornosti poredane po svojoj važnosti već se smatra da su sve četiri odgovornosti jednako bitne. Ipak Turker (2016) je otišao i korak dalje pa je promijenio oblik predstavljanja četiri odgovornosti što se može uočiti sa slijedeće slike.



Slika 19: Islamski model korporativne društvene odgovornosti - Turker (2016)

Prethodno navedeni modeli su specifični zato što su prvi koji su analizirali četiri vrste odgovornosti koje je Carroll (1991) postavio sa islamskog stanovišta. Njihov doprinos se može ogledati u tome da se jasno naglašava da se islamski pristup korporativnoj društvenoj odgovornosti može posmatrati kroz prizmu zapadnog ali sa modifikacijama u skladu sa šerijatskim principima. Ipak karakteristika ova dva modela jesu što su oni prije svega apstraktni i imaju odrednicu da se previše naglašava isključivo šerijatski oblik što je više naglašeno u modelu Khurshid et al. (2014). Isto tako, ovi modeli nisu određeni za specifične poslovne subjekte kao što su islamske banke ili islamska osiguravajuća društva već se odnose na općenito islamske institucije. Ovi modeli mogu da posluže kao okvir unutar kojih će svaka islamska poslovna organizacija definisati svoju politiku korporativne društvene odgovornosti ali isto tako potrebno je i tačno specificirati određene aktivnosti i posebno ih naglasiti u okviru svake od odgovornosti.

Iz tog razloga, u nastavku je predstavljen naš model islamskog pristupa korporativnoj društvenoj odgovornosti sa stanovišta islamskih banaka. Kao i u slučaju Khurshid et al. (2014) nije korišten piramidalni oblik jer svaka odgovornost ima jednako učešće ali su izvršene korekcije u pogledu njihovog redosljeda što je u skladu sa preporukama koje su dali Visser (2006) i Masoud (2017). Isto tako Peters et al. (2011) navode da jedinstvena rješenja za korporativnu društvenu odgovornost koja su zasnovana na zapadnim kodeksima i propisima ne moraju nužno biti implementirana i na Istoku ili u zemljama u razvoju.



Izvor: Autor

Slika 20: Novi model islamskog pristupa korporativnoj društvenoj odgovornosti

Ekonomska odgovornost definisana je kao prva odgovornost što je u skladu sa stavom koji su dali i Carroll (1991), Visser (2006, 2008, 2010), Khurshid et al. (2014) i Masoud (2017). U širem kontekstu posmatranja, ovaj model zasniva se na Chaprinom modelu shvatanja ekonomske uloge islamske poslovne organizacije a to je da islamska banka treba težiti postizanju ravnoteže između obezbjeđenja dovoljnog povrata svojim dioničarima i štedišama, dok istovremeno ne zanemaruju svoje društvene odgovornosti i obaveze prema svojim stakeholderima (Ahmad, 2000). Poslovanje u skladu sa Šerijatom je svakako osnovni stub islamskih poslovnih institucija. Aktivnosti koje su zabranjene u skladu sa Šerijatom su objašnjene u okviru prvog poglavlja pa se ovdje neće detaljnije razjašnjavati.

Stav islama prema profitu je jasan: islam zabranjuje kamatu ali dozvoljava profit. Hasan (2008) navodi da postoji afinitet između ekonomske sheme islama i kapitalizma u smislu da dozvoljavaju privatno vlasništvo nad imovinom, slobodu preduzeća i sistem slobodnog tržišta u konkurentnom okruženju te profit kao izvor stvaranja kapitala i rasta. Islamske banke jesu poslovne institucije koje teže ka ostvarenju profita ali cilj njihovog poslovanja svakako ima

drugačiju konotaciju jer, kao što je već objašnjeno u drugom poglavlju, islamske banke imaju dvojaku poziciju u društvenoj zajednici: religijsku i finansijsku. Religijska se odnosi na ispunjenje šerijatskih uslova poslovanja dok se finansijska fokusira da raspoloživa sredstva banke koriste za poduzimanje društveno-korisnih aktivnosti. U tom kontekstu je ostvarenje profita potrebno kako bi se taj profit generisao za ostvarenje društvenog blagostanja i javnog interesa.

Ostvarenje racionalnog profita, kako ga definišu autori Baydoun i Willett (2000), usko je povezana sa stavom kojeg iznose Ali et al. (2013) navodeći da profit, u islamskom mišljenju, nije isključivo ekonomska stvar i da razmatranja o profitu nisu nezavisna od etičkog sistema. Na osnovu toga, autori ističu da profit zauzima centralno mjesto u islamskoj etici i da islamski propisi ne opravdavaju profit koji dovodi do eksploatacije i neregularnosti na tržištu čime je islamski stav, iako širi, sličan stakeholder teoriji. Time se jasnom identifikacijom aktivnosti islamskih banaka u okviru ekonomske odgovornosti upravo nastoji ostvarti balans između profita kao krajnjeg cilja i svih stakeholdera islamske banke. Upotreba PLS proizvoda također treba biti u jedankoj mjeri rasprostranjena kako bi se islamske banke vratile svom osnovu (Usmani, 2004).

Pitanje značaja Šerijatskog odbora objašnjeno je u drugom poglavlju ali sa aspekta ovog modela, podvrgavanje odobrenih aktivnosti dodatnoj reviziji od strane Šerijatskog odbora je svrstano u ekonomsku odgovornost što potvrđuju istraživanja autora Mollah i Zaman (2015) koji su analizirajući ukupno 172 banke, od čega su 86 islamske, ustanovili da je efekat Šerijatskog odbora na finansijske performanse islamskih banaka, mjereno računovodstvenim mjerama, pozitivan u slučaju kada Šerijatski odbor ima supervizorsku ulogu a negativan kada je ta uloga čisto savjetodavne prirode.

Filantropska odgovornost predstavljena je kao druga vrsta odgovornosti jer ima drugačije značenje u muslimanskom svijetu u odnosu na zapadni odnosno kako ističe Masoud (2017), koncept filantropije u muslimanskim zemljama ugrađen je u poslovne organizacije i smatra se kao sredstvo za ublažavanje siromaštva, pružanje boljeg obrazovanja za djecu, jednake mogućnosti za žene, bolju podršku u zajednici, poboljšanje radnih uslova i zaštiti životne sredine. Svako najvažniji primjer jeste Zekat i njegov uticaj na društvo. Islamske banke, kao i pojedinci koji to mogu, dužne su da plate Zekat što prema Dusuki (2008) može pomoći u uravnoteženju ekonomije zemlje pomažući siromašnima i onima u potrebi da ostvare bolji život. S druge strane, ovo također ima uticaj i na koncept siromašta jer kako je već navedeno u drugom poglavlju, ono se ustvari pojavljuje kao rezultat ekstravagancije, otpada i neplaćanja onoga što s pravom pripada manje sposobnim segmentima društva (Askari et al., 2011).

Pored Zekata, sadaka kao vid dobrovoljnog priloga također je sastavni dio islamskog učenja. U slučaju islamskih banaka donacije koje one mogu dati, prije svega u novčanom prilogu, su najbolji vid pomoći (Masoud, 2017) i mogu dovesti do poboljšanja društvenih prilika. Ista situacija je i sa praksom odobravanja Qard-hasan kredita i njihove uloge u ostvarenju Ciljeva održivog razvoja: smanjenje siromaštva i povećanju kvaliteta obrazovanja (Hanić i Sućeska, 2018).

Glocal odgovornost polazi od toga da treba uraditi ono što je sigurno i što se zahtijeva od društva/zajednice. U sintagmi koju „*misli globalno, djeluj lokalno*“ ova odgovornost predstavlja, kako je već ranije objašnjeno, obavezu da se kompanija uključi u aktivnosti koje štite i poboljšavaju uslove životne sredine društva u cjelini uz priznavanje socio-kulturnih

aspekata, korisnika tehnologije i prirode političkih prava. U svojoj osnovi, može se reći da ova odgovornost najveći akcenat stavlja na pitanja zaštite životne sredine. Islam izrazito naglašava vrijednost zaštite životne sredine na više mjesta u Kur'anu (78: 6-7; 7:56; 21-30) itd. Kada su u pitanju islamske banke najbolji primjer svakako jesu zelene islamske obveznice (*engl. green sukuk*) koje mogu pomoći u borbi protiv klimatskih promjena, utirući put za pametno ulaganje u ekološki prihvatljive projekte koji se temelje na održivim resursima. Malezija je jedna od zemlja koja predvodi muslimanski svijet kada je u pitanju upotreba zelenih islamskih obveznica. Islamske banke mogu pomoći u smislu da podstaknu potražnju investitora za green sukuk. Nedavno (2019. godine) je u UAE, kompanija Majid Al Futtaim (MAJ) izdala prvi green sukuk u vrijednosti od 600 miliona dolara.

Iako je islamsko bankarstvo rasprostranjeno u preko 60 zemalja svijeta, ipak postoje brojne nedoumice oko toga šta ono tačno predstavlja, posebno u nemuslimanskim zemljama. Iz tog razloga, islamske banke treba da budu aktivne kada je u pitanju naučno-istraživačka aktivnost i da organizuju konferencije o islamskom bankarstvu kao i da podupiru naučni razvoj ove oblasti kroz aktivnu saradnju sa obrazovnim ustanovama. Time bi se svakako povećao interes za ovu oblast ali isto tako bi se javnost upoznala sa konkretnim modelom poslovanja koje zastupa islamsko bankarstvo.

Glavna odrednica islamskog bankarstva jeste da je ono namjenjeno svima, bez obzira na religiju ili naciju. U tom kontekstu, islamske banke, kako bi smanjile socio-kulturne razlike, mogu pristupiti rebrendiranju svog imena koristeći ime koje direktno ne sadrži prefiks islamski u svome imenu kako se samim tim banka, posebno u nemuslimanskim zemljama, ne bi dovodila u lošiji položaj, posebno ako javnost nije dovoljno upoznata sa principima islamskog bankarstva. Inače ovaj trend je već prisutan kada su u pitanju neke banke kao što je bio slučaj sa Islamic Bank of Britain koja je promjenila ime u Al Rayan Bank.

Objašnjenje o ovakvom načinu poslovanja može se pronaći i u radu autora Hayat i Hassan (2017) koji su istraživali uticaj prefiksa islamski ili islamske etikete (*engl. islamic label*) na korporativno upravljanje kompanija koje kotiraju na berzi a koje su posmatrane sa aspekta duga. Autori nisu našli dokaze da prefiks islamski govori bilo šta o korporativnom upravljanju firmi jer posmatrajući sadašnje islamske i neislamske sastavnice S&P 500, Hayat i Hassan (2017) navode da islamske kompanije zaista imaju manji dug (22% niže), pravila o nivou duga islamskih finansijskih institucija su objašnjenja u okviru drugog poglavlja, ali nisu našli značajne razlike u prosječnom kvalitetu korporativnog upravljanja takvih kompanija.

Pravna i etička odgovornost su prema Masoud (2017) spojene u jednu i sa islamskog stanovišta poprima konotaciju da se akcenat stavlja na ispunjenju potrebnih zakonskih normi ali istovremeno i šerijatskih, koji je zakon sam po sebi. Primjena AAOIFI standarda, o kojima će se detaljnije govoriti u petom poglavlju, nije obavezna ali je svakako preporučena jer daje smjernice i riješava šerijatske nedoumice koje se mogu javiti. Islam naglašava jednakost što je više puta naglašeno pa se samim tim od islamskih banaka zahtijeva da poštuju ovaj princip u svakom segmentu svog poslovanja: od odnosa prema dužniku, pružanja bankarskih usluga licima sa posebnim potrebama do politike zaposlenja gdje se ne može dati prednost muškarcu nad ženom ili obrnuto, ukoliko ta razlika nije zasnovna isključivo na poslovnom iskustvu ili znanju. Isto tako, islamske banke trebaju osigurati adekvatne radne uslove za rad a obezbjeđivanje prostora za molitvu svakako može biti jedan od načina.

Predstavljeni model koristi klasifikaciju odgovornosti koja je novijeg datuma i koja u osnovi ima internacionalni karakter što islamskom bankarstvu svakako odgovara. Pored toga, može

da posluži kao orijentir islamskim bankama, prije svega onim koje ne posluju u većinski muslimanskom okruženju ili čije aktivnosti nisu regulisane posebnim zakonom o islamskim bankama koje su to odgovornosti koje jedna islamska banka treba da ispoljava u svom djelovanju.

Uporedo sa različitim modelima islamskog pristupa korporativnoj društvenoj odgovornosti, istovremeno se razvio i princip objelodanjivanja podataka (*engl. corporate social responsibility disclosure ili skraćeno CSRD*) o poduzetim društvenim aktivnostima islamskih banaka što je predmetom analize narednog poglavlja. U tom kontekstu bit će prikazan historijski koncept razvoja ovog pristupa, teorijski model objelodanjivanja podataka i pregled istraživanja koja se bave relacijom korporativna društvena odgovornost – finansijske performanse islamskih banaka.

„Bez sumnje, kompanije treba podsticati da pruže jasnije i konzistentnije informacije investitorima. Zbog toga globalno priznati standardi za nefinansijsko izvještavanje imaju smisla“

Mathew Nelson (Ernst & Young)

5 KONCEPT NEFINANSIJSKOG IZVJEŠTAVANJA I OBJELODANJIVANJA PODATAKA O KORPORATIVNOJ DRUŠTVENOJ ODGOVORNOSTI (CSR)

Finansijsko izvještavanje daje sistemski uvid u način poslovanja kompanije i nivo ekonomskog razvoja date firme. Izvještaji koji nastaju kao rezultat tog procesa omogućavaju interpretaciju prethodnih poslovnih rezultata i predstavljaju osnov za predviđenje buduće profitabilnosti i kreditne sposobnosti poslovnog subjekta. Adams (2002) navodi nekoliko faktora koji utiču na cjelokupni proces izvještavanja:

- karakteristike korporacije (veličina, industrija kojoj korporacija pripada, finansijske/ekonomske performanse i obim trgovanja dionicama, cijene i rizik);
- kontekstualni faktori (zemlja porijekla, specifični događaji, pritisci medija, stakeholderi kao i društveni, politički, kulturalni i ekonomski kontekst) i
- interni kontekstualni faktori (različiti aspekti korporativnog upravljanja).

Pored finansijskih pokazatelja koji su sadržani u finansijskim izvještajima kompanija, javnost je postala zainteresovana i za segment koji se odnosi na nefinansijske pokazatelje u smislu aktivnosti kompanije i njene odgovornosti prema društvu. Ova pojava rezultat je nove generacije korisnika izvještaja koji zahvaljujući modernim tehnologijama imaju pristup informacijama u svako vrijeme i upravo zbog toga podaci o profitu kompanije više nisu jedino što javnost zanima. Pitanja poput društvene angažovanosti, odnosa prema zajednici, okolini, zaposlenima, kupcima, riziku i novim trendovima u budućnosti postala su jednako važna kao i finansijski pokazatelji. U osnovi to znači primjenu nefinansijskog izvještavanja od strane kompanija.

Historijski posmatrano, tokom 1960-tih godina, finansijski pokazatelji bili su jedini podatak zastupljen u izvještajima kompanija (Ernst i Young, 2014). Već tokom 1980-tih, pored finansijskih pokazatelja, u finansijskim izvještajima pojavljuju se i komentari i izjave menadžera o poslovanju, upravljanju i naknadama ali i pitanjima zaštite životne sredine da bi period 2000-tih doveo do razdvajanja finansijskih izvještaja i onih koji su predstavljeni kao korporativni godišnji izvještaji (*engl. corporate annual reports*) a kojeg je karakterisalo uključivanje podataka i o održivom razvoju. Procjene Ernst i Young (2014) jeste da će period nakon 2020.-e godine ustvari uključivati integrisani koncept izvještavanja gdje će finansijski pokazatelji i dalje biti zastupljeni ali ne u mjeri u kojoj je to ranije bilo. Tome u prilog ide i činjenica da je EU donijela direktivu⁵⁰ kojom se od velikih kompanija⁵¹ zahtijeva da redovno objelodanjuju izvještaje o njihovom uticaju na društvena i ekološka pitanja.

Kada govorimo o konceptu nefinansijskog izvještavanja, Gray et al. (1995) ističu da se ono može posmatrati kao vid dijaloga između kompanije i njenih stakeholdera. Takvim pristupom kompanija ima priliku da „obavijesti“ javnost o društvenim aktivnostima koje je poduzela a posebno kada su u pitanju teme kao što su životna sredina, ljudska prava i društvena zajednica. Autori Nielsen i Thomsen (2007) tvrde da je pojava nefinansijskog izvještavanja rezultat pokušaja da se poveća transparentnost korporativnih aktivnosti u domenu društvenih aktivnosti kao i aktivnosti u vezi zaštite životne sredine.

⁵⁰ Direktiva 2014/95/EU.

Za više pogledati: https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/company-reporting-and-auditing/company-reporting/non-financial-reporting_en

⁵¹ Kompanije sa više od 500 zaposlenih a podrazumijevaju kompanije koje kotiraju na berzi, banke, osiguravajuća društva i druge kompanije koje su prepoznate kao kompanije od društvenog značaja.

U analizi nefinansijskog izvještavanja bitno je napomenuti dva aspekta koja su međusobno usko povezana a to su mjerenje i objavljivanje odnosno objelodanjivanje (*engl. disclosure*) podataka. U skladu sa tematikom mjerenja Harrington (1987) ističe da „*ako nešto ne možete izmjeriti onda to ne možete ni razumjeti; ako ga ne razumijete onda ga ne možete ni kontrolisati a ako ga ne možete kontrolisati onda ga ne možete ni unaprijediti*“. S druge strane, objelodanjivanje podataka Mathews (1997) definiše kao „*dobrovoljno otkrivanje informacija, kvalitativnih i kvantitativnih od strane organizacije u cilju informisanja ili uticaja na javnost, pri čemu kvantitativne informacije koje se objave mogu biti finansijske ili nefinansijske prirode*“.

Razmatranje koncepta objelodanjivanja podataka zahtijeva odgovor na dva pitanja: koliko podataka kompanija treba da objelodani i zašto je objelodanjivanje uopšte potrebno? Hendriksen (1982) razlikuje tri vrste objelodanjivanja:

- adekvatno (minimalni stepen objelodanjivanja ali dovoljan da korisnik izvještaja ne bude obmanjen),
- fer (etički cilj pružanja jednakog tretmana potencijalnim čitaocima) i
- potpuno (predstavljanje svih relevantnih informacija).

Primjena jedne od tri vrste zavisi od više faktora poput industrije ali i karakteristika cjelokupnog društvenog sistema unutar kojeg kompanija posluje. S druge strane, Perrini et al. (2011) navode da objavljivanje podataka od strane kompanije, dioničari i finansijski partneri mogu protumačiti kao signal njenih uspješnih pokušaja da ispuni njihova očekivanja ali i da se suoči sa društvenim i političkim pritiscima i da djeluje na društveno prihvatljiv način. Time se ustvari omogućava fer tretman svih stakeholdera jer svi imaju pristup istim činjenicama. Pored toga, istraživanja su, u svim industrijama, pokazala i ekonomsku korist. Patterson (2013) navodi da usljed objelodanjivanja informacija, kompanija može očekivati povećanje prodaje u odnosu na raniji period, povećanje kvaliteta zaposlenih te smanjenje troškova. S druge strane, Berrone et al. (2007) su analizom 389 kompanije iz 26 zemalja pokazali da objelodanjivanje podataka odnosno "objavljena korporativna etika", termin koji su autori koristili u radu, (*engl. Corporate Revealed Ethics*), ima informacijsku važnost i pozitivni uticaj na dioničare.

U teoriji korporativne društvene odgovornosti, pristup objelodanjivanju podataka o društvenim aktivnostima kompanije poznat je pod engleskim terminom Corporate Social Responsibility Disclosure ili skraćeno CSR⁵². Najčešće korištena definicija koja objašnjava značenje ovog koncepta jeste ona autora Gray et al. (1996), objašnjavajući ga kao „*proces komunikacije društvenih i ekoloških uticaja ekonomskih aktivnosti organizacija prema određenim grupama unutar zajednice ili društva u cjelini*“. S druge strane, autori poput Campbell (2004); Belal i Lubinin (2009) i drugi navode da se radi o objelodanjivanju informacija o društvenim, etičkim i ekološkim uticajama kompanije i njenu vezu sa stakeholderima putem odgovarajućih kanala komunikacije. Kada govorimo o procesu komunikacije najčešći je onaj putem izvještaja koji mogu biti posebni izvještaji o korporativnoj društvenoj odgovornosti ili biti dijelom godišnjih izvještaja. Kao metod komunikacije ali i koristan izvor podataka, najviše se koriste godišnji izvještaji jer se većinom radi o standardizovanom izvještaju koji je ujedno i javno dostupan dokument. Pored toga, istraživači smatraju da se radi o važnom dokumentu koji se koristi kako bi organizacija napravila svoju sopstvenu društvenu sliku (Gray et al., 1995).

⁵² Mi ćemo, po potrebi koristiti ovu skraćenicu, posebno kada se ona bude odnosila na indeks o objelodanjivanju podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti islamskih banaka.

Karakteristika koncepta objelodanjivanja podataka jeste da se, kao i u slučaju same korporativne društvene odgovornosti, najčešće radi o dobrovoljnoj praksi (Deegan et al., 2002) a suština primjene jeste da dolazi do izražaja objelodanjivanje podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti kao indikatoru društvene angažovanosti što može poslužiti kao orijentir za buduće interne odluke i aktivnosti kompanije. Istraživanja autora Simpson i Kohers (2002); Lourenco et al. (2012) i drugih navode da praksa objelodanjivanja može pozitivno uticati na percepciju stakeholdera o performansama kompanije, finansijskoj vrijednosti i riziku firme, a time i na profitabilnost preduzeća, trošku kapitala i cijeni dionica. S druge strane Jizi et al. (2014) navode da primjena principa objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti dovodi do smanjenja asimetričnih informacija između menadžera i investitora ali i drugih stakeholdera i samim tim omogućava bolji nadzor i kontrolu rukovodilaca.

Praksa objelodanjivanja podataka postala je prisutna u svim industrijama pa tako i bankarskoj. Istraživanja u bankarskoj industriji specifična su prije svega zbog toga što se radi o visoko regulisanoj industriji ali i faktora koje karakterišu samu banku poput veličine, starosti, u smislu godine osnivanja i dužine poslovanja, profitabilnosti itd. Da bismo bolje razumjeli suštinu ovog koncepta, u nastavku je dat historijski tok nastanka i razvoja prije svega nefinansijskog izvještavanja a zatim i pregled radova koji su ovu oblast tretirali u islamskom bankarstvu, modela islamskog pristupa objelodanjivanju podataka i veze sa finansijskim performansama. Isto tako, osvrnut ćemo se i na određene međunarodne institucije koje svojim smjernicama nastoje omogućiti standardizovan okvir za nefinansijsko izvještavanje i samu praksu objelodanjivanja podataka.

5.1 Historijski razvoj nefinansijskog izvještavanja i primjeri primjene koncepta objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti

Guthrie i Parker (1989) navode da se praksa nefinansijskog izvještavanja može uočiti još krajem 18 stoljeća. Isti autori su analizirali izvještaje australijske kompanije Broken Hill Proprietary Company Ltd za period od 100 godina (1885-1985) u kojima su uočili izvještavanje o društvenim i ekološkim pitanjima. Slično istraživanje radio je i Unerman (2000) na primjeru kompanije Shell za koju je ustanovio da je 1897. godine imala određene oblike nefinansijskih izvještaja. Kada govorimo o naučnom pristupu ovoj oblasti, Ugur i Erdogan (2007) navode da neki istraživači smatraju rad autora Berle i Means (1932) kao prvim koji tretira oblast društvenog izvještavanja.

Mathews (1997) daje pregled literature ove oblasti analizirajući tri perioda: 1971–1980, 1981–1990, 1991–1995. Za period tokom 1970-tih autor izdvaja prve radove na ovu temu: Mobley (1970); Beams i Fertig (1971); Churchman (1971); Linowes (1972) napominjući da je oblast nefinansijskog izvještavanja tokom ovog perioda bila nedovoljno razvijena. Mathews (1997) ističe da je odlika ovog vremena pokušaj da se razviju metode za mjerenje učestalosti objavljivanja informacija od strane organizacija koje su bile dobrovoljne, često nepouzdana i neorganizovane i gdje pitanja životne sredine nisu često identifikovana odvojeno. U ekonomskom aspektu, u ovom periodu možemo navesti radove autora poput Linowes (1972) koji je ponudio socio-ekonomski aspekt sa ciljem kvantificiranja, u finansijskom smislu, interakciju organizacije sa ljudima, proizvodom i okolinom. Ramanathan (1976) je predložio niz ciljeva i koncepata za društveno računovodstvo dok je Ullmann (1976) ponudio rani model posvećen isključivo okolini nazvan korporativni sistem ekološkog računovodstva (*engl. corporate environmental accounting system ili CEAS*).

Karakteristika izvještavanja tokom perioda 1971.–1980. jeste i upotreba različitih termina poput „*socio-ekonomsko računovodstvo*“ za kojeg Mobley (1970) navodi da se „*odnosi na uređivanje, mjerenje i analizu društvenih i ekonomskih posljedica vladinog i preduzetničkog ponašanja. Tako definisano, društveno računovodstvo se smatra obuhvatnim i proširivanjem sadašnjeg računovodstva. Tradicionalno računovodstvo ograničilo je svoju zabrinutost na odabrane ekonomske posljedice - bilo u oblastima finansijskog, upravljačkog ili nacionalnog dohotka. Socio-ekonomsko računovodstvo proširuje svaku od ovih oblasti kako bi uključilo društvene posljedice kao i ekonomske efekte koji se trenutno ne razmatraju*“.

Rabun i Williams (1974) koriste izraz „*društveno izvještavanje*“ dok Anderson (1977) termin „*društveno odgovorno računovodstvo*“. Iz perioda 1970-tih, Ugur i Erdogan (2007) izdvajaju pojavu izvještavanja sa akcentom na pitanja zaposlenih (*engl. employee reporting*) kao i rad autora Dilley (1975) koji sugerise da postoji pet kategorija izvještavanja:

- *makro računovodstvo* koje postoji od 1930-ih i nastoji mjeriti nacionalni kvalitet života na makro osnovu;
- *društvena revizija*, pristup na nivou firme sa ciljem da se procijeni da li subjekti reaguju na društvene odgovornosti u vezi sa pitanjima kao što su kontrola zagađenja, zapošljavanje manjina i blagostanje zaposlenih;
- *finansijsko / menadžersko socijalno računovodstvo* za neprofitne subjekte, slično je društvenoj reviziji, osim što je ograničeno na neprofitne organizacije;
- *finansijsko socijalno računovodstvo*, koje se prvenstveno bavi objelodanjivanjem podataka od strane firmi u oblastima društvene odgovornosti a uključuje računovodstvo ljudskih resursa i usklađenost sa propisima i
- *menadžersko socijalno računovodstvo*, naglašava razvoj mjerenja društvene odgovornosti i sistem izvještavanja koji je prilagođen internim odlukama.

Iz 1970-tih godina ističe se studija Ernst i Ernst (1978) koja se zasnivala na analizi godišnjih izvještaja kompanija sastavnica „*Fortune 500*“ sa ciljem određivanja obima objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti. Analiza se odnosila na period 1971. – 1978. godina. Ova studija je u literaturi predstavljena kao prva koja je sprovedena u razvijenim zemaljama. Kasnije je ovo istraživanje korišteno kao osnov za druge poput autora Belkaoui (1984) koji je koristeći ovo rangiranje ustanovio da postoji sedam dimenzija koje čine koncept objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti a to su okoliš, energija, pravedna poslovna praksa, ljudski resursi, uključenost zajednice, proizvodi i druge društvene aktivnosti koje se mogu objelodaniti. Pored Belkaoui (1984), studiju Ernst i Ernst (1978) koristili su i Belkaoui i Karpik (1989); Gray et al. (1995) i drugi.

Period 1981.-1990. godina Mathews (1997) označava kao kompleksan prije svega zbog povećane sofisticiranosti u oblasti društvenog računovodstva, prenošenja sfere istraživanja na ekološko računovodstvo i povećan interes za obrazovne aspekte ove oblasti. U svom pregledu literature isti autor navodi radove autora poput Arlow i Gannon (1982); Belkaoui i Karpik (1989); Freedman i Jaggi (1982, 1988); Guthrie i Mathews (1985); Guthrie i Parker (1989); Ullmann (1985) i drugi, kao istraživanja koja su veću pažnju posvetila metodologiji u cilju smanjenja subjektivnosti i povećane replikabilnosti metode analize sadržaja te kako bi se pokušao objasniti izvor, pravac i vrsta objelodanjivanja. Prva studija rađena na primjeru zemalja u razvoju jeste autora Singh i Ahuja (1983), koji su analizirali praksu objelodanjivanja podataka kompanija u Indiji.

Mathews (1997) ističe da u posljednjem periodu, 1991-1995, u fokus dolazi pitanje zaštite životne sredine gdje se ističu radovi autora poput Deegan et al. (1995); Gibson i Guthrie,

(1995); Harte i Owen (1991); Gray (1995) i mnogi drugi, posebno u okviru računovodstva gdje se povećava interes ne samo računovođa nego i menadžera. U tom domenu, fokus je bio razvoj zelenog računovodstva.

Ugur i Erdogan (2007) nadogradili su pregled literature koji je dao Mathews (1997), dodajući i period 1995–2006. godina, a koji je, prema mišljenju navedenih autora karakterističan po dvije specifičnosti: a) korporativnim praksama vezanim za zaštitu životne sredine i društvenom izvještavanju o kojem se raspravljalo iz teorijskog okvira stakeholder teorije, teorije legitimnosti i političke ekonomije i b) uočena je razlika o stepenu objelodanjivanja ovisno o zemlji ili regionu pa je tako veća vjerovatnoća da će kompanija koja posluje u razvijenoj zemlji imati veći stepen objelodanjivanja podataka o svom poslovanju za razliku od njenog poslovanja u zemlji u razvoju.

Tokom 2000-tih godina, kao i u slučaju korporativne društvene odgovornosti, uočena je heterogenost u poimanju i definisanju nefinansijskog izvještavanja (Stolowy i Paugam, 2018) što je predstavljeno u sljedećoj tabeli.

Tabela 21: Heterogenost u konceptima i definicijama nefinansijskog izvještavanja

Naziv	Definicija
Izvještavanje o održivosti (<i>Sustainability reporting</i>)	Praksa organizacije da javno izvještava o svojim ekonomskim, okolišnim i/ili društvenim uticajima a time i o doprinosu organizacije (pozitivni ili negativni) - prema Cilju održivog razvoja
Održivost (<i>Sustainability</i>)	Održivost se odnosi na ESG dimenzije poslovanja i učinka kompanije. Konkretnije, održivost uključuje upravljanje okolišnim i društvenim uticajima korporacije, kao i upravljanje okolišnim i društvenim kapitalom potrebnim za stvaranje dugoročne vrijednosti. On također uključuje uticaj ekoloških i društvenih faktora na inovacije, poslovne modele i korporativno upravljanje.
Objelodanjivanje podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti	Korporativna društvena odgovornost je odgovornost kompanije za njihov uticaj na društvo
Integrirani izvještaj (<i>Integrated report</i>)	Integrirani izvještaj je sažeta komunikacija o tome kako strategija, upravljanje, performanse i perspektive organizacije, u kontekstu svog vanjskog okruženja, dovodi do stvaranja vrijednosti u kratkom, srednjem i dugom roku.
Integrirano izvještavanje (<i>Integrated reporting</i>)	Proces izgradnje integriranog izvještaja kombinacijom finansijskih izvještaja i izvještaja o održivosti u koherentnu cjelinu koja objašnjava sposobnost kompanije da kreira i održava vrijednost
Nefinansijsko izvještavanje (<i>Non-financial reporting</i>)	Informacije u mjeri potrebnoj za razumijevanje razvoja grupe, performansi, položaja i uticaja njene aktivnosti, koje se odnose na, kao minimum, pitanja okoliša, socijalnih pitanja i pitanja zaposlenih, poštivanja ljudskih prava, pitanja protiv korupcije i podmićivanja.

Izvor: Stolowy, H., Paugam, L. (2018). *The expansion of non-financial reporting: An exploratory study.*

U izvještaju „*Financial Reporting Disclosures: Market and Regulatory Failures*“ (2013) navodi se da „posljednjih godina raste zabrinutost kako zbog problema preopterećenosti

objelodanjivanja u finansijskom izvještavanju (engl. disclosure overload) tako i da, uprkos rastućem obimu izvještavanja, korisnici još uvijek ne dobivaju sve informacije koje su im potrebne“. Ova izjava se može posmatrati dvojako, ovisno o podacima koji se objelodanjuju u izvještajima do regiona ili industrije na koje se izvještavanje i odnosi.

Tako na primjer, Adams *et al.* (1998) su analizirali praksu objelodanjivanja podataka 150 kompanija u UK, Njemačkoj, Holadniji, Švedskoj, Švicarskoj i Francuskoj, koristeći metodu analize sadržaja. Rezultat istraživanja pokazao je da najbolju praksu imaju kompanije iz Njemačke sa posebnim naglaskom na objelodanjivanje podataka koji se tiču pitanja životne sredine i zaposlenih. Specifičnost ovog istraživanja jeste što je pokazalo da su varijable poput veličine preduzeća, industrijska grupa i zemlja u kojoj se nalazi sjedište kompanije elementi koji izrazito utiču na CSRD praksu. Isto tako, pitanje industrije je posebno izražajno kada su u pitanju teme poput životne sredine ili odnosa prema zaposlenim.

Laan Smith *et al.* (2005) sproveli su komparativnu studiju o objelodanjivanju podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti u skandinavskim zemljama u poređenju sa SAD i ustanovili da faktori kao što su vlasnička struktura, sistem upravljanja kao i cjelokupni kulturni sistem utiče na različit način primjene izvještavanja o korporativnoj društvenoj odgovornosti u ovim zemljama. Slično istraživanje sproveli su i autori Matten i Moon (2008) koji su upoređivali na koji način se primjenjuje korporativna društvena odgovornost u SAD i Evropi. Rezultati su pokazali da različiti institucionalni faktori među kompanijama poput političkih, finansijskih, obrazovnih i kulturnih rezultira u razlikama primjene a posebno izvještavanja odnosno objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj dogovornosti.

Istraživanje u pogledu stepena primjene prakse nefinansijskog izvještavanja u različitim zemljama rađeno je od strane KPMG u studiji „*KPMG International Survey of Corporate Responsibility*“ iz 2017. godine. Istraživanje se sastoji od dvije komponente: N 100 kojeg čine 4900 kompanija širom svijeta i G250 koje se odnosi na 250 najvećih kompanija po osnovu ostvarene zarade a koje čine Global Fortune 500. Generalni zaključak studije jeste da je u 2017. godini 78% kompanija u sklopu G250 uključilo određeni vid nefinansijskog izvještavanja. Posmatrano po zemljama, Velika Britanija, Japan, Indija, Malezija, Francuska, Danska, Južna Afrika, SAD i Meksiko su zemlje sa preko 90% zastupljenosti nefinansijskog izvještavanja.

Kada govorimo o primjeni nefinansijskog izvještavanja po regijama, možemo reći da Evropa dominira. Ovome u prilog ide i podatak iz 2014. godine da 47% prezentiranih izvještaja o održivosti, širom svijeta, potiče iz Evrope (GRI, 2014). Sierra-Garcia *et al.* (2018) navode da je praksa detaljnijeg izvještavanja o nefinansijskim aktivnostima evropskih kompanija posebno utemeljena 2011. godine kada je donesen Zakon o jedinstvenom tržištu (EU Single Market Act, 2011). Autori Sierra-Garcia *et al.* (2018) ističu da je od evropskih zemalja, Španija primjer zemlje koja je najsnažnije posvećena prezentaciji nefinansijskih informacija a da izvještaji španskih kompanija postižu visoke rezultate u indeksima održivosti.

Arrive i Feng (2018) istraživali su praksu objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti među 20 najvećih kompanija listiranih na berzama u BRICS zemljama. Analiza se zasnivala na 62 varijable koje su grupisane u četiri dimenzije: odgovornost prema zaposlenima, odgovornost prema kupcima, odgovornost prema dioničarima i odgovornost prema zajednici. Rezultati pokazuju da Indija i Brazil imaju najznačajniju centralnu vrijednost (15) dok ih slijede Južna Afrika sa 14, Kina sa 12 i Rusija sa 8.

Koncept nefinansijskog izvještavanja u regionima poput MENA (Bliski istok i Sjeverna Afrika) ili GCC zemljama ima drugačiju konotaciju. U izvještaju „*Sustainable Investment in The Middle East And North Africa*“ iz 2010. godine, navodi se da je u januaru 2009. godine više od 1.500 organizacija iz 60 zemalja širom svijeta koristilo smjernice GRI u cilju izrade svojih godišnjih izvještaja od čega je samo 10 kompanija iz MENA regiona. Tome u prilog idu i istraživanja poput onog kojeg su radili autori poput Kamla (2007) koja je koristeći metodu analize sadržaja ispitivala obim, kvalitet i stepen primjene prakse društvenog izvještavanja na primjeru 68 kompanija iz devet arapskih zemalja: Saudijska Arabija, Katar, Bahrein, Oman, Kuvajt, Sirija, Jordan i Egipat. Istraživanje se odnosilo na izvještavanje o dimenzijama koje su grupisane kao ekonomske, okolišne, općenito društvene i ostale.

U vrlo opsežnoj studiji Kamla (2007) je objasnila svaku od navedenih dimenzija i inputa koju se činile pa tako na primjer u okviru ekonomske dimenzije analizirala je odnos prema dobavljačima, kupcima, islamski koncept poslovanja kompanija i uticaj vladine politike na poslovanje kompanije. Generalni zaključak studije jeste da izvještaji imaju narativni karakter i da se najveći procenat objelodanjivanja podataka odnosio na odnos prema kupcima dok je pitanje životne sredine najmanje zastupljeno u izvještajima.

Slično istraživanje radili su Khasharmeh i Suwaidan (2010) koji su analizirali praksu objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti u godišnjim izvještajima proizvodnih kompanija koje kotiraju na berzama GCC zemalja. Rezultati su pokazali da su, u prosjeku, kompanije objelodanile oko 26% od 45 stavki uključenih u indeks objelodanjivanja.

Kada govorimo o rezultatima u okviru KISMUT zemalja, oni su različiti. Tako na primjer, koncept korporativne društvene odgovornosti, općenito, ali i praksa objelodanjivanja podataka znatno varira među zemljama gdje imamo slučaj Malezije u kojoj se istraživanja u ovoj oblasti obavljaju od 1984. godine⁵³ (Razak, 2015) dok u Saudijskoj Arabiji tek u periodu 2000-tih godina (Khan et al., 2013). U nastavku je predstavljeno nekoliko istraživanja koja su rađena na datu temu u okviru KISMUT zemalja.

AlNaimi et al. (2012) istražili su praksu o objelodanjivanju podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti 25 kompanija koje su listirane na Qatar Exchange berzi. Autori su analizirali aktivnosti kompanije u oblastima životne sredine i energije, ljudskih resursa, razvoja proizvoda, društvene angažovanosti u radu zajednice i ostalo. Kompanije su klasifikovane na četiri grupe: bankarstvo i finansije, osiguranje, industrija i usluge. Rezultati su pokazali da je 16 od ukupnog broja analiziranih kompanija objelodanilo svoje aktivnosti o društvenoj odgovornosti. Generalni zaključak studije jeste da je praksa objelodanjivanja podataka niska (bez obzira da li se radi o broju kompanija koje su objelodanile svoje aktivnosti ili koliko je tema društvene odgovornosti zastupljena u godišnjim izvještajima). Najveći fokus kompanija bio je objelodaniti informacije u domenu ljudskih resursa i razvoja proizvoda.

Na uzorku od 166 kompanija, u okviru 16 različitih industrija, listiranih na Tadawul berzi u 2013. godini, Razak (2015) je istraživao praksu objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti u Saudijskoj Arabiji. Rezultati su pokazali da je skoro 66%

⁵³ U pitanju je rad autora Teoh, H.-Y., Thong, G. (1984). Another Look at Corporate Social Responsibility and Reporting: An Empirical Study in a Developing Country. *Accounting, Organisation and Society*, Vol. 9, No.2, str. 189-206.

kompanija objelodanilo informacije o svojim društvenim aktivnostima, sa posebnim naglaskom na pitanja ljudskih resursa i uključenosti u rad zajednice. S druge strane, uočena je pojava da se praksa objelodanjivanja podataka ne razlikuje među kompanijama iako se radi o potpuno različitim industrijama.

Sadou et al. (2017) sproveli su istraživanje na primjeru 71 nefinansijske kompanije u Maleziji koje kotiraju na Bursa Malaysia berzi sa ciljem ispitivanja da li se poboljšao kvalitet objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti u ovoj zemlji za period 2011-2014. Pored toga, studija je bila usmjerena i na pitanje utvrđivanja faktora koji su uticali na obim i kvalitet prakse objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti u analiziranim godinama. Specifičnost rada jeste što analizira uticaj novog malezijskog kodeksa o korporativnom upravljanju iz 2012. godine. (*engl. Malaysian Code on Corporate Governance ili skraćeno MCCG 2012*) a koji je uveden 2000. godine. Rezultati pokazuju da je obim objelodanjivanja veći ali da je kvalitet izvještavanja još uvijek u formi narativa. S druge strane, istraživanje je pokazalo da su se analizirane kompanije bavile aktivnostima zaštite životne sredine u smislu pitanja angažovanja zelenih tehnologija, emisije staklenih gasova, recikliranja i drugih ekoloških inicijativa.

Kada je u pitanju UAE, istraživanje autora Naser i Hassan (2013) na primjeru listiranih kompanija na Abu Dhabi Securities Exchange ukazuje na nizak stepen objelodanjivanja podataka od strane ovih kompanija. Sprovedeno istraživanje se baziralo na 2011. godinu na primjeru 60 kompanija.

Broj kompanija u pogledu dostavljanja i objelodanjivanja svojih godišnjih izvještaja, iz bilo koje zemlje, može se pronaći na internet stranici korporativnog registra (*engl. Corporate Register*) „globalnog online kataloga korporativne odgovornosti koji izvještava o prošlosti i sadašnjosti“⁵⁴. Unosom željene zemlje dobiju se rezultati koji se mogu odnositi na sve sektore ili samo specifične poput bankarskog. Bitno je napomenuti da rezultati pokazuju broj kompanija koje su dostavile izvještaj kao i koje su to kompanije.

Ako bismo sproveli kratku analizu u slučaju već spomenute Španije i izvještaja koje kompanije, iz svih sektora, dostavljaju poslujući u ovoj zemlji, rezultati za period 2013-2018, su sljedeći: 2013 (468), 2014 (474), 2015 (523), 2016 (514), 2017 (511), 2018 (452). S druge strane, ako izvršimo analizu u slučaju KISMUT zemalja i Bosne i Hercegovine, rezultati su znatno drugačiji što ukazuje na to da se ovom jednostavnom analizom potvrđuju rezultati prethodno navedenih istraživanja o stepenu objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti u razvijenim i zemljama u razvoju:

- Katar: 2013 (18), 2014 (23), 2015 (21), 2016 (14), 2017(16), 2018 (10);
- Indonezija: 2013 (41), 2014 (54), 2015 (75), 2016 (77), 2017(86), 2017 (75);
- Saudijska Arabija: 2013 (10), 2014 (7), 2015 (13), 2016 (9), 2017 (11), 2018 (15);
- Malezija: 2013 (59), 2014 (53), 2015 (62), 2016 (64), 2017 (84); 2018 (86);
- UAE: 2013 (38), 2014 (45), 2015 (48), 2016 (42), 2017 (46), 2018 (43);
- Turska: 2013 (57), 2014 (68), 2015 (63), 2016 (73), 2017 (65), 2018 (57);
- Bosna i Hercegovina: 2014 (1), 2015 (1), 2016(0), 217 (0), 2018 (0).

Iako su bankarstvo i finansije industrija koja ima veliki društveni uticaj, istraživanja koja se bave primjenom koncepta objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti nisu toliko zastupljena u ovom sektoru (Branco i Rodrigues, 2006; Krasodomska, 2015; Kilic,

⁵⁴ Za više posjetiti <http://www.corporateregister.com/>

2015). Neki od razloga svakako je i stav koji je ranije bio aktualan a to je da banke nisu direktni učesnik društvenih aktivnosti, posebno u pitanjima kao što je životna sredina, i da iz tog razloga i ne trebaju biti predmetom detaljnije analize. Ipak društvene okolnosti su se promijenile tako da su sada i banke dijelom istraživačkog pitanja iz ove oblasti prije svega zbog odgovornosti koje imaju prema zajednici. Na osnovu toga, u nastavku je dat karatak pregled odabranih istraživanja koja su se bavila ovim pitanjem.

Hamid (2004) je istraživao praksu objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti među bankama u Maleziji i finansijskim kompanijama. Istraživanje se baziralo na ukupno 48 institucija od čega je 36 bilo banaka a 12 finansijskih institucija. Autor je koristio metodu analize sadržaja koja se bazira na stranici kao mjeri za kvantifikovanje korporativne društvene odgovornosti. Rezultati istraživanja pokazala su da je najmanje 81.29% banaka iz uzorka imalo neki vid objelodanjivanja podataka posebno kada je u pitanju objelodanjivanje podataka o proizvodu / usluzi u odnosu na pitanja okoliša i energije, ljudskih resursa kao i veze sa lokalnom zajednicom. Pored toga, ovo istraživanje je pokazalo da su veličina, starost kompanije i listiranost na berzi pozitivno povezani sa praksom objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti dok profitabilnost, mjerena ROE, nije čime se još jednom potvrđuje stajalište teorije legitimnosti.

Douglas et al. (2004) analizirali su godišnje izvještaje šest banaka i četiri međunarodne finansijske institucije u Irskoj za period 1998-2001. kao i web stranice za šest banaka tokom 2002. godine. Autori su razvili okvir za klasifikaciju korporativnog izvještavanja zasnovanog na četiri faze koje uključuju: odbijanje, retorički pristup, ponašanje i društvena osjetljivost. U prvoj fazi, odbijanje, kompanije smatraju da ne postoji potreba za objelodanjivanjem podataka već da je minimum izvještavanja ostvaren u okviru zakonskih normi. Drugu fazu karakteriše retorički stav u smislu da je objelodanjivanje potrebno radi uticaja na reputaciju kompanije i ugled menadžmenta. Treća faza, ponašanje, naglašava da postoji pokušaj da se određena društvena pitanja analiziraju ali samo u okviru kompanije što znači da nisu okrenuta prema javnosti. Tek u četvrtoj fazi, društvena osjetljivost, objelodanjivanje doseže nivo koji je u skladu sa preovladavajućim normama, vrijednostima i očekivanjima društva. Rezultati istraživanja godišnjih izvještaja analiziranih banaka pokazali su potpunu indiferentnost prema društvenim pitanjima dok čak i onaj dio društvenog izvještavanja koji je identificiran u izvještajima, više naglašava odgovornost prema dioničarima.

Branco i Rodrigues (2006) ispitivali su objelodanjivanje podataka o društvenoj odgovornosti 15 banaka u Portugalu analizirajući njihove web stranice u toku 2004. godine a zatim su ih upoređivali sa izvještajima koje su banke objavile prethodne godine. Ovo istraživanje bazirano je na teoriji legitimnosti koja je, kako je već objašnjeno, najčešće korištena teorija u objašnjavanju motivacije za objelodanjivanje podataka od strane kompanija (Guthrie i Parker, 1990; Milne i Patten, 2002; Deegan, 2002). Branco i Rodrigues (2006) koristili su metodu analize sadržaja po principu sistema bodovanja gdje je objelodanjivanje podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti analizirano na osnovu četiri segmenta: životna sredina, ljudski resursi, proizvodi i kupci i uključenost zajednice.

Rezultati ukazuju na različit stepen objelodanjivanja podataka među bankama. Tako na primjer, sve banke u uzorku su u svojim godišnjim izvještajima objelodanile podatke o društvenoj odgovornosti za razliku od informacija koje su se mogle pronaći na njihovim web stranicama. Isto tako, banke su više informacija o životnoj sredini i ljudskim resursima objelodanile u godišnjim izvještajima u odnosu na web stranicu. Istraživanje je potvrdilo stav

koji su imali autori Zeghal i Ahmed (1990) da izbor medija za objelodanjivanje informacija zavisi od ciljne grupe kojoj je poruka i namijenjena.

Khan et al. (2009) koristili su kombinovan pristup u istraživanju: analizirali su godišnje izvještaje 20 odabranih banaka u Bangladešu za period 2004-2005. a zatim su metodom upitnika ispitali nivo razumijevanja 50 korisnika izvještaja i njihovu percepciju o objelodanjivanju podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti. Studija je pokazala da su odabrane banke imale nizak stepen objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti, naglašavajući pitanje ljudskih resursa kao najvažnije u izvještajima. S druge strane, korisnici izvještaja su smatrali da je potrebno objelodaniti više podataka o aktivnostima korporativne društvene odgovornosti.

Krasodomska (2015) je analizirala praksu objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti i integrisanog izvještavanja među 12 banaka u Poljskoj za period 2005- 2011. sa ciljem procjene kvaliteta i načina objelodanjivanja podataka tokom vremena. Rezultati su pokazali da je većina banaka koristila termin „*korporativna društvena odgovornost*“ u izvještajima u skoro svim analiziranim godinama. Ipak nisu sve banke isto definisale ovaj koncept što je uticalo i na različit pristup objelodanjivanju podataka o njihovim aktivnostima. U pogledu kvalitete objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti on je bio znatno veći u posljednoj godini analiziranog perioda u odnosu na prvu godinu.

Kilic (2015) je sproveda istraživanje na uzorku od 25 banaka u Turskoj, analizirajući njihove web stranice. Rezultati su pokazali da je ukupno devet banaka predstavilo korporativnu društvenu odgovornost u okviru posebnog izvještaja dok je deset banaka to učinilo putem neke vizuelne prezentacije. Generalni zaključak studije jeste da su banke u Turskoj objelodanile podatke o korporativnoj društvenoj odgovornosti u procentu od 48.11 što prema Kilic (2015) ostavlja prostora za unapređenje.

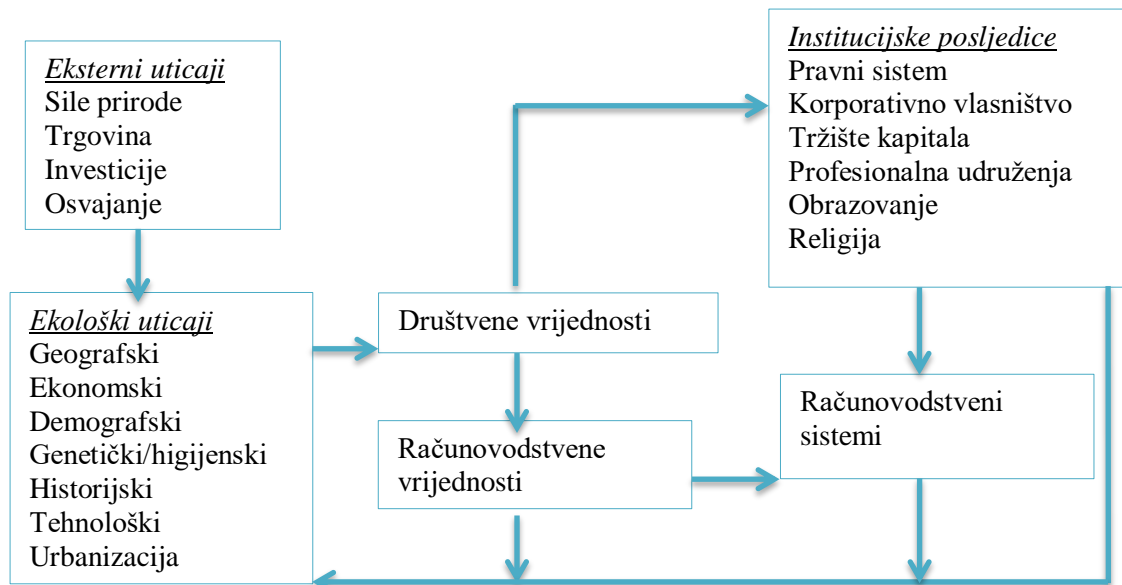
Sa aspekta islamskih finansija, ubrzani razvoj i specifičnost poslovanja ovih institucija uticao je na razvoj islamskog pristupa utvrđivanju računovodstvenih standarda i načina izvještavanja. Baydoun i Willett (2000) ističu da se javila potreba za osnivanjem islamskih računovodstvenih standarda jer su trenutno korišteni standardi izvještavanja na svjetskom nivou ipak okarakterisani kao finansijski izvještaji zapada (*engl. Western financial accounting statements*). Na osnovu toga u nastavku dat je pregled razvoja nefinansijskog izvještavanja sa islamskog aspekta sa akcentom na koncept objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti što uključuje prvo radove koji su razvili teorijsku podlogu za objelodanjivanje podataka a zatim oni koji su te modele empirijski i testirali.

5.2 Objelodanjivanje podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti u islamskom bankarstvu

Mueller (1968), citiran u Dima et al. (2010), ističe da različita poslovna okruženja zahtijevaju različite računovodstvene sisteme. Pored specifičnih ekonomskih karakteristika, kultura je također jedan od elemenata koji može uticati na računovodstveni sistem i praksu izvještavanja. Ako uzmemo u obzir da su kultura i religija povezane i da kultura utiče na računovodstvo, onda se može reći i da se, pored kulture, i religija može smatrati faktorom koji utiče na računovodstveni sistem jedne zemlje i praksu izvještavanja. Naučna veza ove relacije uspostavljena je tokom 1980-tih godina. Posebno bitan rad na tu temu jeste „*Towards a*

Theory of Cultural Influence in the Development of Accounting Systems Internationally“, autora Gray (1988).

U navedenom radu, autor predlaže model koji povezuje društvene i računovodstvene vrijednosti, utvrđene na postavkama koje je ranije ustanovio Hofstede (1980)⁵⁵. Gray (1988) naglašava da društvene vrijednosti određuju ekološki uticaji modificirani vanjskim faktorima kao što su međunarodna trgovina i investicije, osvajanje i sile prirode. S druge strane, društvene vrijednosti imaju institucionalne posljedice u obliku pravnog sistema, prirode tržišta kapitala, obrasca korporativnog vlasništva, religije i drugih faktora. Ovaj model predstavljen je na sljedećoj shemi.



Izvor: Gray (1988). *Towards a Theory of Cultural Influence on the Development of Accounting Systems Internationally*

Shema 6: *Kultura, društvene vrijednosti i računovodstvena subkultura*

Perera (1989) proširuje model koji je dao Gray (1988) u smislu da su računovodstvene prakse i sistemi različitih zemalja pod uticajem njihovih kulturnih vrijednosti koje oblikuju njihove računovodstvene prakse i procese izvještavanja. Ovakvo poimanje izraženo je i sa islamskog aspekta što je istraživano u radu autora Askary (2001), citiran u Farook et al. (2011). Rapidan razvoj islamskog bankarstva i finansija zahtijevao je i razvoj islamskog računovodstva radi evidentiranja Zekata kao i islamskih ugovora poput Mudarabe koja nameće upotrebu posebnih principa kao što je tandid (likvidacija) a koja zahtijeva upotrebu historijskih troškova (Maali i Napier, 2009). Isto tako, mnoge islamske zemlje vode se islamskim načelima po raznim pitanjima osim kada se radi o računovodstvenim principima što je dovelo do potrebe da se islamsko računovodstvo sprovede u praksu. To je i uticalo na formiranje AAOIFI-ja.

Pregledom literature iz ove oblasti, uočava se da su autori poput Abdel-Majid (1981), Gambling i Karim (1991); Baydoun i Willett (1994), Adnan (1997) i drugi, pokrenuli pitanje

⁵⁵ Sprovodeći opsežnu epirijsku studiju za IBM i podružnice ove kompanije Hofstede (1980) je sa ciljem da istraži razlike i sličnosti društvenih (kulturnih) vrijednosti različitih zemalja, ustanovio nekoliko društvenih vrijednosti zasnovanih na kulturi: distanca moći, izbjegavanje neizvjesnosti, individualizam/kolektivizam, muškost/ženskost i dugoročna/kratkoročna orijentacija.

primjenjivosti konvencionalnih računovodstvenih principa na poslovanje islamskih institucija sa težnjom kreiranja islamskog računovodstva, istakli problem harmonizacije međunarodnih računovodstvenih standarda u islamskim zemljama (Hamid et al., 1993), analizirali ekonomske posljedice primjene konvencionalnih računovodstvenih principa u poslovanju islamskih institucija (Karim, 1995), naglasili potrebe za islamskim standardima izvještavanja (McKee et al., 1999; Mirza i Baydoun, 2000) i kreirali temelje islamskog korporativnog izvještavanja i prakse objelodanjivanja podataka (Baydoun i Willett, 2000; Haniffa i Hudaib, 2002; Maali et al., 2006, Haniffa i Hudaib, 2007; Rahman i Bukair, 2013 i drugi).

Prvi rad koji je postavio pitanje društvenog izvještavanja islamskih institucija jeste „*Islam and Social Accounting*“, autora Gambling i Karim (1986). U radu autori navode da bi „*moгуće sredstvo za razvoj društvenog računovodstva za Istok i Zapad moglo postojati u nekom proširenju koncepta koji stoji iza islamskog sistema Zekata gdje isti taj sistem može omogućiti muslimanima da analiziraju snaжnije probleme u finansijskom upravljanju a da u potpunosti ostanu vjerni Šerijatu*“. Time se zaključuje da standarde izvještavanja treba kreirati u skladu sa Kur'anom i Hadisom.

Analizirajući ovaj aspekt, Baydoun i Willett (2000) naglašavaju razliku poslovanja u islamskom i neislamskom okruženju. U drugom slučaju, autori smatraju da ne treba u potpunosti zamijeniti postojeće zapadne računovodstvene prakse već izvještaje prilagoditi, definišući ih kao islamske korporativne izvještaje (*engl. Islamic corporate reports*). Prema Baydoun i Willett (2000), islamski korporativni izvještaj treba biti sastavljen na osnovu načela prvobitne (historijske) vrijednosti ali treba mu dodati i izjavu o dodanoj vrijednosti (*engl. value added statement*) zbog veće svjesnosti o društvenim aktivnostima islamskih institucija. Isti autori su identificirali razlike između zapadnog i islamskog pristupa računovodstvu i prakse izvještavanja što je predstavljeno u narednoj tabeli.

Tabela 22: Razlike između zapadnog i islamskog pristupa računovodstvu i prakse izvještavanja

Karakteristike	Zapadni finansijski računovodstveni sistem	Islamski korporativni model izvještavanja
Filozofsko poimanje	Ekonomski racionalizam	Tevhid
Principi	Sekularizam Individualizam Maksimizacija profita Procesi	Religijski Šira društvena zajednica Racionalni profit Жivotna sredina Kapital
Kriteriji	Zasnovani na modernom komercijalnom pravu <i>Ograničen stepen objelodanjivanja podataka: pružanje informacija od javnog značaja</i> <i>Osobna odgovornost (fokus na pojedince koji kontroliraju resurse)</i>	Zasnovani na etičkim principima Kur'ana <i>Potpuno objelodanjivanje podataka: zadovoljavanje svake razumne potrebe za informacijama</i> <i>Javna odgovornost (fokusirati se na zajednicu koja učestvuje u iskorištavanju resursa)</i>

Izvor: Baydoun, N., Willett, R. (2000). *Islamic Corporate Reports*.

Pitanje zastupljenosti društvenog djelovanja putem izvještaja bitno je iz razloga što se, kako ističe Kamla (2007), uvidom u literaturu o društvenom izvještavanju stiče dojam da zapadni

pristup nije uspio ostvariti emancipatorsku ulogu socijalnog računovodstva u društvu. Koncept objelodanjivanja podataka, sa teorijskim modelima zasnovanim na islamskom učenju, razvijaju se odnosno prate tok islamskog pristupa korporativnoj društvenoj odgovornosti. U osnovi većina modela zasniva se upravo na istim principima koje smo već ranije spomenuli i objasnili što još jednom potvrđuje cjelovitost islamskog učenja u svakom istraživačkom segmentu.

5.2.1 Upotreba AAOIFI standarda u praksi objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti i islamski modeli objelodanjivanja podataka

Analizirajući literaturu iz oblasti islamskog pristupa objelodanjivanju podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti, ustanovili smo da se radovi mogu podijeliti u tri grupe:

- prva grupu koja se bavi teorijskim postavkama odnosno modelima objelodanjivanja podataka koji su izvedeni iz islamskih principa,
- druga grupa radova odnosi se na primjenu datih modela u praksi u kontekstu utvrđivanja stepena objelodanjivanja podataka od strane islamskih banaka i
- treća grupa radova analizira vezu između korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi na osnovu teorijskih modela iz prve grupe radova. U tom domenu poseban fokus se stavlja na indeks objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti kojeg autori označavaju koristeći englesku skraćenicu CSRDI.

Zajednička karakteristika sve tri uočene grupe radova jeste što utvrđuju da li islamske banke objelodanjuju samo one podatke koje od njih zahtijeva regulator, budući da je u nekim zemljama primjena AAOIFI standarda obavezna⁵⁶, ili se pored zahtijevanih informacija ipak objelodanjuju i drugi podaci. Praksa objelodanjivanja podataka definisana je u okviru standarda Upravljanja br. 7 kojeg je AAOIFI izdao 2010. godine sa ciljem da se osigura da se usklađenost aktivnosti korporativne društvene odgovornosti od strane islamskih finansijskih institucija saopštavaju na istinit, transparentan i razumljiv način relevantnim stakeholderima (AAOIFI, 2010).

Harahap (2003) navodi da postoji sedam stavki koje je potrebno objelodaniti a koje su istovremeno navedene i od strane AAOIFI kao informacije koje naglašavaju islamske vrijednosti:

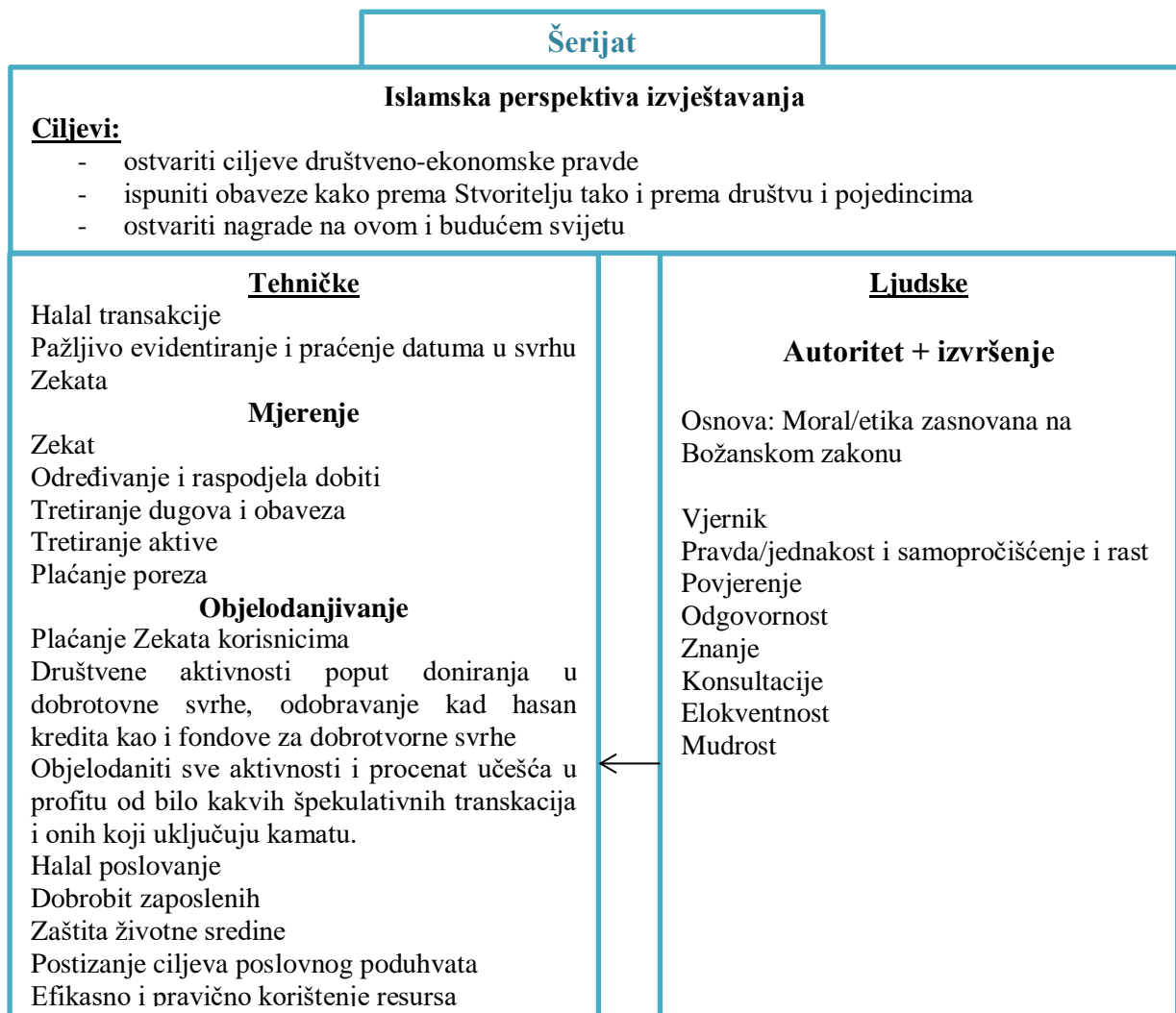
- osnovne informacije o islamskoj banci,
- neobična nadzorna ograničenja,
- zarade ili izdaci zabranjeni Šerijatskim zakonom,
- metoda koju koristi islamska banka za raspodjelu investicijskog profita (gubitka) između vlasnika neograničenih investicionih računa ili njihovog ekvivalenta i islamske banke, banka kao Mudaribor kao investitor sa sopstvenim sredstvima,
- izjava o promjenama u ograničenim investicijama,
- izjava o izvorima i upotrebi sredstava u Zekatu i dobrotvornom fondu, i
- izjava o izvorima i upotrebi sredstava Qard-hasan.

Kada govorimo o prvoj grupi radova, istraživanje autora Haniffa i Hudaib (2002) među prvima je koji je bazirano na teorijskom modelu islamskog koncepta izvještavanja i

⁵⁶ Računovodstveni standardi su obavezni u Bahreinu, Jordanu, Kataru, Katarskom finansijskom centru, Sudanu i Siriji. Šerijatski standardi su obavezni u Bahreinu, Pakistanu, Sudanu i Siriji kao i IDB-u.

objelodanjivanja podataka. U ovom radu autori definišu okvire islamske perspektive izvještavanja kao “*funkcije osiguranja koja nastoji da uspostavi društveno-ekonomsku pravdu kroz svoje formalizirane procedure, rutine, objektivno mjerenje, kontrolu i izvještavanje u skladu sa principima Šerijata, fokusirajući se na dvije osnovne ideje: filozofska osnova računovodstva i njegova uloga i funkcija u društvu*”.

Prema Haniffa i Hudaib (2002), islamska perspektiva izvještavanja zasniva se na tehničkim i ljudskim aspektima gdje se mjerenje i objelodanjivanje podataka odnosi na tehničke aspekte dok ljudski aspekt razmatra računovodstvene konstrukte koji se odnose na autoritet i izvršenje. U tom modelu, autori naglašavaju da izvještaji islamskih finansijskih institucija moraju da tretiraju pitanja svih stakeholdera, u skladu sa konceptom pravde u islamu. Isto tako, autori naglašavaju da objelodanjivanje podataka mora biti potpuno jer se time ističe odgovornost kompanije ne samo prema društvu nego i prema Bogu što je predstavljeno je u nastavku.



Izvor: Haniffa, R.M., Hudaib, M.A. (2002). *A theoretical framework for the development of the Islamic perspective of accounting*

Slika 21: Teorijski okvir islamske perspektive izvještavanja

Stav o potpunom objelodanjivanju podataka od strane islamskih finansijskih institucija podržan je i od strane Sulaiman i Willett (2003) koji su sugerisali da bi islamske finansijske

institucije, prije svega banke koje djeluju u muslimanskoj zajednici, trebale razviti transparentniju politiku objelodanjivanja. Isti autori su nadogradili rad Baydoun i Willett (2000), dodavajući pitanja o društvenim i ekološkim aktivnostima preduzeća kao dijelom islamskog modela korporativnog izvještavanja.

U cilju utvrđivanja stepena primjene islamskih postulata u poslovanju islamskih finansijskih institucija, autori Hameed et al. (2004) definisali su dva indeksa koja tretiraju dato pitanje: indeks islamičnosti objelodanjivanja islamskih organizacija (*engl. Islamicity Disclosure Index*) i indeks islamskih performansi (*engl. Islamicity Performance Index*). Odlika ovih indeksa jesu da su kvalitativni i da su zasnovani na metodi analize sadržaja. On se sastojao od tri indikatora: usaglašenosti poslovanja sa Šerijatom (*engl. Shari'ah Compliance*), indikator korporativnog upravljanja (*engl. Corporate Governance*) i indikator društva i zaštite životne sredine (*engl. Social/Environmental*). Svaki od indikatora se sastojao od određenog broja varijabli koje su imale za cilj da utvrde stepen objelodanjivanja podataka koje mogu biti korisne stakeholderima pa se tako indikator usaglašenosti poslovanja sa Šerijatom sastojao od 16 varijabli, indikator korporativnog upravljanja od 35 varijabli i indikator društva i zaštite životne sredine od 14 varijabli.

U okviru indeksa islamskih performansi, autori su koristili sedam različitih finansijskih indikatora što uključuje: ratio raspodjele profita (*engl. Profit Sharing Ratio*), ratio performase Zekata (*engl. Zakat Performance Ratio*), ratio raspodjele ostvarenog prihoda (*engl. Equitable Distribution Ratio*), ratio raspodjele blagostanja na relaciji direktor-zaposleni (*engl. Directors-Employees Welfare Ratio*), ratio odnosa islamskih investicija naspram šerijatskih nedozvoljenih investicija (*engl. Islamic Investment versus Non-Islamic Investment*), ratio islamskog prihoda u odnosu na šerijatski nedozvoljen prihoda (*engl. Islamic Income versus Non-Islamic Income*) i ratio primjene AAOIFI standarda (*engl. AAOIFI Index*).

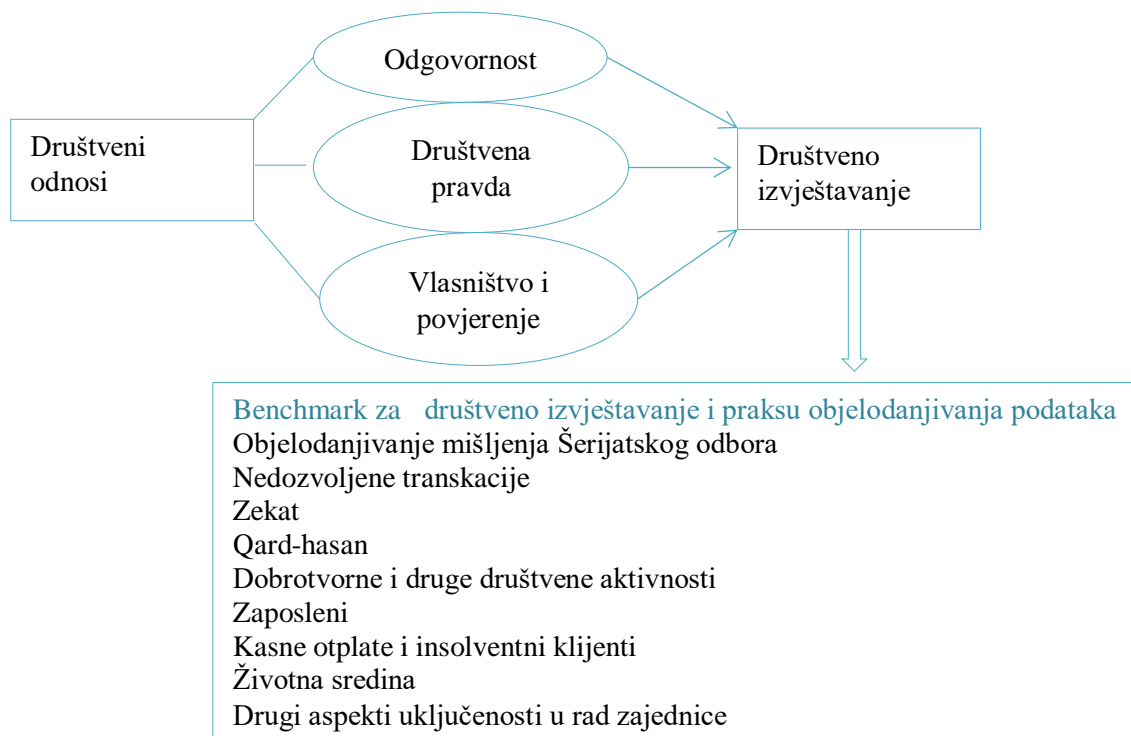
Hameed et al. (2004) su indeks primjenili na primjeru dvaju islamskih banaka iz Malezije i Bahreina odnosno Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB) i Bahrain Islamic Bank (BIB). U okviru prvog indeksa rezultati su pokazali da je BIB iskazala bolju poziciju u odnosu na BIMB sa 58% objelodanjivanja podataka u okviru ovog indeksa u odnosu na 54% kada je u pitanju BIMB. Što se tiče indeksa finansijskih performansi, rezultati su slični ali autori naglašavaju da je potrebno još mnogo toga uraditi, posebno u pogledu kvalitete i stepena objelodanjivanja od strane islamskih finansijskih institucija.

Maali et al. (2006) razvili su reper (*engl. benchmark*) utemeljen na islamskoj perspektivi odgovornosti, društvenoj pravdi i vlasništvu za koje autori smatraju da predstavljaju centralno pitanje društvenih odnosa kao okvira za društveno izvještavanje i praksu objelodanjivanja podataka. Benchmark se odnosi na podatke koje islamske banke treba da objelodane u svojim izvještajima a uključuje sljedeće stavke:

- izvješća Šerijatskog odbora koja ustvari treba da posluže kao orijentir klijentima da su njihove aktivnosti sprovedene u skladu sa Šerijatom;
- nedozvoljne transakcije koje u načelu jesu zabranjene u islamu ali u slučaju da je banka bila primorna biti dijelom ovakve transakcije onda bi banka morala da objelodane a) prirodu ovih transakcija, b) razloge za preduzimanje takvih transakcija, (c) mišljenje Nadzornog odbora o neophodnosti preduzimanja takvih aktivnosti, (d) iznos ostvarenog (plaćenog) prihoda (troškova) u takvim transakcijama i (e) kako je banka raspolagala ili namjerava da raspolaze takvim prihodima;

- *plaćanje Zekata* u smislu da one banke koje su po zakonu obavezne da plate Zekat ili od kojih to njihovi dioničari zahtijevaju, treba da objelodane izvore Zekata i upotrebu tih sredstava;
- *odobravanje Qard-hasan kredita* od strane banke pokazuje da li banka sprovodi svoje vjerske dužnosti i slijedi islamske principe što znači da objelodanjivanje ove aktivnosti ima posebnu važnost za korisnika izvještaja;
- *dobrotvorne i druge društvene aktivnosti* trebaju biti objelodanjene a posebno u smislu (a) prirode dobrotvornih i društvenih aktivnosti koje finansira banka, (b) iznos potrošen na ove dobrotvorne i društvene aktivnosti i (c) izvore sredstava koji se koriste za dobrotvorne svrhe (mogu uključivati i sopstvena sredstva banke kao i prihode iz aktivnosti koje nisu u skladu sa Šerijatom);
- *odnos prema zaposlenima* od strane banke bitna je informacija koju treba objelodaniti radi obezbjeđivanja jednakih mogućnosti svih zaposlenih;
- *odnos banke prema klijentima koji kasne sa otplatama* ima važnu informacijsku vrijednost jer pokazuje primjenu principa pravednosti, jednakosti i povjerenja. S tim u vezi, banke bi trebalo objelodaniti a) politiku banke u poslovanju sa nesolventnim klijentima, (b) iznose naplaćene kao kasne kazne, ako ih ima, (c) mišljenje Šerijatskog odbora o tome da li je kazna za naplatu dozvoljena i (d) kako se banka bavi takvim kaznama (raspodjela u dobrotvorne svrhe ili prihod);
- *odnos banke prema životnoj sredini* treba ići u pravcu objelodanjivanja količine i vrste bilo kakvih donacija koje imaju za cilj zaštitu životne sredine jer banke ne bi trebalo finansirati projekte koji mogu negativno uticati na okoliš;
- *drugi aspekti uključenosti u rad zajednice* odnose se na finansiranje aktivnosti koje pomažu u rješavanju problema cjelokupnog društva sa naglaskom na objelodanjivanje takvih aktivnosti, posebno u domenu obrazovnih aktivnosti.

Prethodno navedeni model predstavljen je i putem sljedeće sheme.



Izvor: Maali et al., (2006). *Social Reporting by Islamic Banks*.

Shema 7: Benchmark za društveno izvještavanje i praksu objelodanjivanja podataka

Muwazir et al., (2006) svoj model objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti zasnovali su na principu Tevhida. Vodeći se zaključkom da islamske institucije treba da objelodane sve vrste podataka, autori su definisali elemente koji trebaju biti objelodanjeni u izvještajima od strane islamskih poslovnih institucija:

- *izjava o misiji* koja treba da naglašava posvećenost date institucije da posluju u skladu sa Šerijatom naglašavajući važnost ostvarenja profita na dozvoljen način;
- *informacije vezane za top menadžment* poput imena i profila tih ljudi, stepena obrazovanja, visinu naknada i način biranja članova top menadžmenta;
- *nedozvoljene (haram) aktivnosti* što uključuje objelodanjivanje prirode nedozvoljenih aktivnosti u smislu kamate, špekulativnih transakcija, obrazloženje razloga za učestvovanje u takvim aktivnostima, objelodanjivanje iznosa prihoda ostvarenog na osnovu nedozvoljnih aktivnosti i mišljenje Šerijatskog odbora u pogledu neophodnosti učestvovanja u takvim aktivnostima;
- *Šerijatski odbor* u smislu članova ovog odbora, njihovih kvalifikacija, izjave o naknadama članova odbora, certificirana izjava kojom se potvrđuje distribucija profita i gubitka u skladu sa šerijatskim pravilima i preporuke kako poboljšati tekuće proizvode;
- *Zekat* što se odnosi na izvore i upotrebu Zekat fondova, iznos plaćenog Zekata i način njihovog obračuna, u slučaju da sredstva iz Zekat fonda još uvijek nisu distribuirana objelodaniti razloge koji su doveli do toga i potvrdu od strane Šerijatskog odbora da je Zekat pravilno obračunat i distribuiran;
- *zaposleni* u vidu naknada, kreiranje mogućnosti napredovanja, omogućavanje jednakih principa za sve zaposlene bez obzira na spol, radna klima u kompaniji sa naglaskom na primjenu islamskih vrijednosti;
- *proizvodi i usluge* u pogledu odobrenosti od strane Šerijatskog odbora, posebnih šerijatskih karakteristika svakog proizvoda ili usluge, marketing u skladu sa šerijatskim odlikama,
- *stepen uključenosti u rad zajednice* posebno kada su u pitanju teme poput siromaštva, potvrde od strane drugih organizacija za doprinos razvoju društva, učestvovanje u vladinim društvenim aktivnostima i formiranje humanitarnih fondova (*engl. charity fund*);
- *Qard-hasan krediti* u vidu politike odobravanja ovih kredita i
- *odnos prema životnoj sredini* putem izjave o doprinosu kompanije za zaštitu životne sredine, iznos sredstava utrošen u konzervaciju životne sredine, izjavu o tome da su aktivnosti kompanije u skladu sa zakonima o zaštiti životne sredine, izjavu da aktivnosti kompanije ne utiču na zagađenje i da su radnici upoznati sa pitanjima zaštite životne sredine.

Haniffa i Hudaib (2007) razvili su indeks etičkog identiteta islamskih banaka (*engl. Ethical Identity Indeks*) sa ciljem usporedbe onoga što se objavljuje u godišnjim izvještajima banaka i idealnog identiteta kojeg bi islamske banke trebale da imaju. Taj „*idealni*“ identitet utvrđen je na osnovu islamskih pravila i ogleda u onome šta bi islamske banke trebalo da objelodanjuju u svojim izvještajima.

Autori su na taj način pokazali da se analizom godišnjih izvještaja islamskih banaka može odrediti stepen etičnosti odnosno stepen primjene korporativne društvene odgovornosti. Indeks se izračunava na osnovu 78 varijabli koje su grupisane u osam dimenzija: a) izjave o viziji i misiji banke, b) Upravni odbor banke odnosno top menadžment, c) proizvodi i usluge banke, d) Zekat, sadaka (donacije), krediti dobročinstva (Qard-hasan krediti), e) obaveze prema zaposlenima, f) kreditori, g) obaveze prema društvu i h) Šerijatski odbor.

Kasnije je ovaj indeks korišten tako takav ili nadograđivan od strane drugih autora poput Hassan i Harahap (2010); Aribi i Gao (2011); Rahman i Bukair (2013); Platonova et al. (2016) i drugi. Pored izvornog naziva, neki autori poput Hassan i Harahap (2010); Mallin et al., (2014); Platonova et al., (2016) i drugi, označavali su ovaj indeks u skladu sa tematikom korporativne društvene odgovornosti i prakse objelodanjivanja sa oznakom CSRD indeks ili CSRDI.

Hassan i Harahap (2010) identificirali su aktivnosti korporativne društvene odgovornosti koje bi islamska banka trebala da objelodani u svom standardnom izvještaju o društvenoj aktivnosti što uključuje: islamsko etičko ponašanje, dobro upravljanje (uključujući efikasan Upravni odbor i Šerijatski odbor), dobre odnose sa kupcima, pošteno postupanje sa onima u lancu snadbijevanja, fokusiranje na zaštitu osoblja (podsticanje talenata, osiguravanje raznolikosti, održavanje međunarodnih standarda rada i obezbjeđenje sigurnosti na radnom mjestu), Zekat i dobrotvorni fondovi, podsticanje jakih veza sa zajednicom putem sponzorstava, itd, balansiranje korporativnih ciljeva sa aktivnostima zaštite životne sredine i istraživanje, razvoj i obuka.

Na osnovu ove klasifikacije, autori su, kao i u slučaju Maali et al., (2006), razvili svoj benchmark za objelodanjivanje podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti predstavljen u formi CSRD indeksa. Identifikovano je osam dimenzija indeksa a to su: 1) etičko ponašanje, angažman stakeholdera i odnosi sa klijentima, 2) dobro upravljanje, 3) bezkamatni i zakoniti proizvodi i usluge, 4) Šerijatski odbor, 5) razvoj i društveni ciljevi, 6) zaposleni, 7) životna sredina i 8) istraživanje i razvoj.

Rahman i Bukair (2013) su kreirali svoju verziju indeksa objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti, baziranu na radovima autora Maali et al. (2006), Muwazir et al. (2006), Haniffa i Hudaib (2007), Sairally (2007) i Aribi i Gao (2010) dodavajući još stavke „*siromaštvo*“ i „*potrošači*“. Na osnovu toga, indeks se sastojao od 71 stavke koje su podjeljene u 13 grupa ili kategorija: a) izjave o viziji i misiji banke, b) Šerijatski odbor, c) nedozvoljene transakcije, d) Zekat (za banke koje su obavezne da ga plate), e) Zekat (za banke koje nisu obavezne da ga plate), f) Qard-hasan, g) dobrotvorne i druge društvene aktivnosti, h) zaposleni, i) klijenti koji kasne sa otplatama, j) životna sredina, k) proizvodi i usluge, l) klijenti, m) siromaštvo i n) drugi aspekti uključenosti u rad zajednice.

Tilt i Rahin (2015) su predstavile svoj model društvenog izvještavanja islamskih banaka definisan kao kombinacija modela koje su razvili Maali et al. (2006); Mohammed (2007) i Muwazir et al. (2006). U njemu se akcenat stavlja više na teoretski model islamskih elemenata koje treba slijediti prilikom objelodanjivanja podataka.

U cilju ispitivanja stepena primjene islamske moralne ekonomije u poslovanju islamskih banaka, Asutay i Harningtyas (2015) su na bazi ranijih istraživanja razvili svoj model kroz prizmu analize ciljeva Šerijata u poslovanju islamskih banaka. Koristeći pristup koji je dao Najjar (objašnjeno u prvom poglavlju) autori su kreirali model od 25 dimenzija, 32 elementa i 112 indikatora. Istraživanje se baziralo na uzorku od 13 banaka iz 6 zemalja (Indonezija, Malezija, Pakistan, Katar, Turska i Velika Britanija) za period 2008-2012. Ovo istraživanje je značajno iz razloga jer je sprovedeno na tri nivoa: na nivou banaka, zemalja i cjelokupne industrije. Rezultati istraživanja su pokazali da su na nivou banaka, najbolje rezultate ostvarile analizirane banke iz Indonezije zajedno sa banakama iz Malezije dok su najlošije rezultate ostvarile banke iz Velike Britanije. Što se tiče rangiranja kada su u pitanju zemlje, Indonezija je ostvarila najveći stepen primjene ciljeva Šerijata sa učešćem od 56,83% ispred Pakistana,

Malezije, Turske, Katara i Velike Britanije. Ipak važno je napomenuti da autori ističu ukupne performanse ukazuju na niži stepen ostvarenja kada je u pitanju odnos prema društvu i životnoj sredini. U pogledu rezultata na nivou industrije, istraživanje je pokazalo da industrija najviše naglašava očuvanje vrijednosti ljudskog života odnosno pitanje vjere, prava i stakeholdera.

Vrlo interesantnu i opsežnu analizu prakse objelodanjivanja podataka o primjeni ciljeva Šerijata, kroz prizmu islamske moralne ekonomije, u poslovanju islamskih banaka dali su Mergaliyev et al., (2019). Autori su razvili sveobuhvatni indeks ciljeva Šerijata (*engl. Maqasid index*) koji se, u određenoj mjeri, bazirao na ranijim istraživanjima poput Mohammed et al. (2008), Bedoui i Mansour (2014) i Asutay i Harningtyas (2015). Cilj rada bio je utvrditi koje su to glavne determinante ciljeva Šerijata koje islamske banke objelodanjuju u svom poslovanju. Analiza je rađena na uzorku od 33 islamske banke (*engl. full fledged*) iz 12 zemalja (Jordan, Indonezija, Sudan, Bangladeš, Katara, Pakistan, Saudijska Arabija, Malezija, UAE, Kuvajt, Bahrein i UK) za period 2008-2016. Specifičnost ovog rada jeste što je korišten veliki broj varijabli koje se mogu podijeliti na dvije kategorije: varijable koje su specifične za datu zemlju kao što je društveno-ekonomski razvoj, političko uređenje, GDP i veličina muslimanske populacije u datoj zemlji te faktori koji su specifični za datu banku poput vlasničke strukture, korporativnog i šerijatskog upravljanja.

Rezultati istraživanja su pokazali da se stepen objelodanjivanja tokom perioda povećava ali da i dalje postoji značajan prostor za unapređenje. U tom kontekstu, primjena koncepta ciljeva Šerijata u okviru aktivnosti islamskih banaka najviše zavisi od društveno-ekonomskih faktora u kontekstu zemalja i lokalnih zajednica. Ovdje se također uočava i uticaj eksternih stakeholdera kao što su regulatori, depozitari ali i samo društvo kao takvo.

5.2.2 Praksa objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti i uticaj na finansijske performanse islamskih banaka

Prethodno opisana istraživanja navedena su kako bi se objasnio proces kreiranja islamskih modela objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti. Drugačije rečeno, način formiranja CSR indeksa i elemenata koje indeks treba da sadrži. U nastavku ovog dijela, fokus stavljamo na empirijska istraživanja iz ove oblasti analizirajući prije svega praksu objelodanjivanja podataka od strane islamskih banaka i vezu između korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi ovih institucija kroz prizmu CSR indeksa.

Općenito, kada govorimo o stepenu objelodanjivanja podataka zaključak je da je ova praksa, barem kada su u pitanju islamske banke, još uvijek nedovoljno razvijena, posebno u određenim segmentima. Ovakav stav izvodi se kao zaključak istraživanja autora poput Hassan i Harahap (2010); Farook, et al., (2011), Arbi i Gao (2011), Mosaid i Boutti (2012), Kamla i Rammal (2013), Mallin et al., (2014), El-Halaby i Hussainey (2015), dok su studije autora Rahman i Bukair (2013) pokazale da 83% islamskih banaka objelodanjuje svoje podatke o korporativnoj društvenoj odgovornosti. U nastavku dat je pregled nekoliko istraživanja koja se bave utvrđivanjem stepena objelodanjivanja podataka od strane islamskih banaka.

Jedan od prvih radova koji je uspostavio benchmark za društveno izvještavanje i praksu objelodanjivanja podataka islamskih banaka svakako je rad autora Maali et al. (2006). U radu autori su prvo kreirali shemu odnosno listu podataka koje bi izvještaj islamske banke trebao da sadrži i upotrijebili ga da sprovedu analizu o uticaju islama na društveno izvještavanje na

uzorku od 29 islamskih banaka iz 16 zemalja. Rezultati su pokazali niži nivo objelodanjivanja podataka od očekivanog.

Haniffa i Hudaib (2007) su istraživanje bazirali na uzorku od sedam islamskih banaka koje posluju u GCC zemljama u periodu 2002-2004. Rezultati ukazuju na to da islamske banke imaju razvijen etički identitet ali da je stepen objelodanjivanja podataka nizak što znači da postoji razlika između onoga što se objavljuje u godišnjim izvještajima islamskih banaka i idelnog identiteta kojeg bi one trebale da imaju. Isto tako, stepen objelodanjivanja varira po godinama što upućuje na to da izvještaj nije standardizovan i da se isti podaci ne objelodanjuju svake godine. Najveća diskrepanca između onoga što se objavljuje i što bi trebalo da se objelodanjuje odnosi se na dimenzije posvećenosti društvu, viziji i misiji, doprinos i menadžment Zekata, donacije i bespovratni krediti kao i informacije o top menadžmentu.

Abdul Rahman et al. (2010) analizirali su stepen objelodanjivanja podataka na primjeru islamske banke Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB), kao pionira islamskog bankarstva u Maleziji, za period 1992-2005. Ovako dugi period analize pokazuje i da li se praksa objelodanjivanja tokom vremena poboljšala ili ne. Autori su koristili benchmark kojeg su ustanovili Maali et al. (2006) sa vrlo malom modifikacijom, prilagođavajući ga tržištu Malezije. Rezultati su pokazali da dvije dimenzije, nedozvoljene transakcije i neuobičajena nadzorna ograničenja, nisu objelodanjani u izvještajima. Isto tako, tokom 14 godina, pitanje zaštite životne sredine se nijednom nije pojavilo u analiziranim izvještajima. S druge strane, dimenzije Zekata i Šerijatskog odbora su uzastopno objelodanjivanje.

Slično istraživanje sproveli su i autori Farook et al. (2011) koji su ispitivali obim i determinante objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti na uzorku 47 islamskih banaka iz 14 zemalja. Rezultati ukazuju na značajne razlike u praksi objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti među bankama. Statističkom analizom utvrđeno je da su javnost i Šerijatski odbor, dva najznačajnija faktora koja utiču na varijacije u stepenu objelodanjivanja podataka. Isto tako, studija je pokazala da je nivo društvene i političke slobode kao i procenat investicijskih računa u smislu odnosa depozita prema ukupnoj aktivni, važan faktor koji određuje praksu objelodanjivanja podataka od strane islamske banke.

Zubairu et al. (2011) istražili su stepen etičnosti islamskih banaka u Saudijskoj Arabiji za period 2008-2009., koristeći indeks kojeg su razvili Haniffa i Hudaib (2007), uz određenu modifikaciju, na uzorku od četiri banke. Indeks kojeg su koristili autori zasnivao se na deset dimenzija gdje su dodate dimenzije životne sredine i zajednice. Rezultati su pokazali da osnovne odrednica islamskog bankarstva poput Zekata, nisu dovoljno zastupljene u izvještajima islamskih banaka.

Kamla i Rammal (2013) ispitivali su stepen prisutnosti socijalne pravde, smanjenja siromaštva i redistribuciju bogatstva u praksi objelodanjivanja podataka od strane 19 islamskih banaka iz 11 zemalja. Autori su pored godišnjih izvještaja analizirali i web stranice banaka iz uzorka. Iako su banke naglasile svoju opredjeljenost u radu u skladu s islamskim principima, rezultati istraživanja su pokazali nedostatak općenitih ili detaljnih informacija kada su u pitanju analizirani pojmovi.

Abdullah et. al (2013) analizirali su islamske banke iz Malezije i Indonezije u kontekstu objelodanjivanja prakse kada su u pitanju Zekat i Šerijatski odbor. Autori su analizirali

izvještaje ukupno 23 islamske banke iz dvaju zemalja, koristeći metod analize sadržaja. Iako su rezultati pokazali da stepen objelodanjivanja analiziranih dimenzije nije na još uvijek zadovoljavajućem nivou i da je uočen nizak stepen objelodanjivanja osjetljivih pitanja, autori su uočili da na objelodanjivanje znatno utiče i zakonski okvir, posebno kada se uporede analizirane zemlje, u odnosu na uticaj muslimanske zajednice. U kontekstu Zekata, autori su utvrdili da je znatno veći broj banaka objelodanio da li plaćaju Zekat ili ne. Autori također naglašavaju da ako banka nije obavezna platiti Zekat za određenu godinu, pismeno potvrđivanje ovog postupka od strane Šerijatskog odbora pomoglo bi jačanju povjerenja od strane stakeholdera da je banka ipak ispunila svoje obaveze.

Autori Rahman i Bukair (2013) fokusirali su se na uticaj Šerijatskog odbora na praksu objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti u GCC zemljama. Uzorak istraživanja uključivao je 53 islamske banke sa fokusom na 2008. godinu. Metoda istraživanja bazirala se na analizi sadržaja godišnjih izvještaja islamskih banaka. Kontrolne varijable su veličina banke, finansijske performanse (povrat na depozite) i GDP. Rezultati istraživanja pokazali su da su „*proizvod i usluge*“ stavka koja je najviše zastupljena u izvještajima dok su „*nezakonite transakcije, Qard-hasan te dobrotvorne i društvene aktivnosti*“ najmanje zastupljeni u izvještajima. Sveukupno posmatrano, rezultati ukazuju na veći stepen CSRD od strane islamskih banaka. Sve islamske banke u uzorku objelodanile su neki vid informacija koje se odnose na korporativnu društvenu odgovornost za 2008. godinu.

Rashid et al. (2013) pomjerali su istraživanje o korporativnoj društvenoj odgovornosti sa islamskog aspekta na nivo orijentisanosti prema kupcima. Autori su istraživanje bazirali na indeksu kojeg su razvili Haniffa i Hudaib (2007) ali su izvršili njegovu modifikaciju na način da su ga podijelili na dva faktora: iskazivanje religijske posvećenosti (posvećenost prema Bogu i ispunjenu šerijatskih principa) i posvećenost prema stakeholderima (prema zaposlenima, kupcima i zajednici). Na osnovu te podjele, dimenzije a) izjava o misiji i viziji, b) Upravni odgovor i menadžment, c) Zekat i humanitarne aktivnosti i d) Šerijatski odbor su svrstane u faktor iskazivanje religijske posvećenosti dok su dimenzije e) proizvodi i usluge, f) odnos prema kreditorima, g) odnos prema zaposlenima i h) odnos prema društvu svrstane u posvećenost prema stakeholderima. Istraživanje se baziralo na uzorku od 16 islamskih banaka iz Bangladeša, Malezije i zemalja Arabijskog zaliva. Rezultati su pokazali da je u izvještajima islamskih banaka više zastupljena posvećenost prema stakeholderima u odnosu na iskazivanje religijske posvećenosti.

Istraživanje razlike između idealnog i iskazanog (komuniciranog) etičkog identiteta islamskih banaka u Aziji bilo je predmet analize autora Zaki et al. (2014). Autori su istraživanje bazirali na uzorku od sedam godina za period 2006-2010. godina. Rezultati su pokazali da od sedam banaka, tri su iznad prosjeka dok je kod ostalih banaka uočena razlika između idealnog i komuniciranog etičkog identiteta.

Belal et al. (2014) analizirali su stepen i kvalitet prakse objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti tokom perioda od 28 godina na primjeru islamskih banaka u Bangladešu. Specifičnost ovog istraživanja jeste što analizirani period ujedno prati i sam razvoj islamskog bankarstva budući da se odnosi na vremensku instancu prije 1990-tih, zatim od 1990. do 2010. i nakon 2010. godine. Autori su u radu razdvojili etičko izvještavanje na dva standarda „*Praktično*“ izvještavanje koje se tiče prirode posla islamskih banaka i primjene šerijatskih pravila i „*Univerzalno*“ izvještavanje koja je više okrenuto ka glavnim akterima kao što je društvena zajednica, zaposleni i klijenti. U oba slučaja uočen je napredak razvoja prakse objelodanjivanja podataka tokom vremena.

Jedan od elemenata koji je iznimno važan kada je u pitanju praksa objelodanjivanja podataka, jeste da li je izvještaj koji poslovna institucija sastavlja sačinjen po osnovu određenih internih smjernica ili se radi o standardizovanom izvještavanju, posebno u segmentu društvenih aktivnosti. U tom kontekstu, na globalnom nivou, 1997. godine formirana je inicijativa Global Reporting Initiative (GRI) sa ciljem standardizovanja izvještaja, posebno onog segmenta koji se odnosi na nefinansijske pokazatelje u kontekstu održivosti. Slična inicijativa, specijalizovana za islamske finansijske institucije, pokrenuta je 2015. godine kada je osnovana Islamic Reporting Initiative (IRI). O ovom kontekstu bit će više govora u drugom dijelu ovog poglavlja.

Kada govorimo o vezi između korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi islamskih banaka, rezultati nisu jedinstveni čime se još jednom potvrđuje kompleksnost društvenog uticaja kao teme istraživanja. Tako na primjer, Mosaid i Boutti (2012) ispitali su vezu između korporativne društvene odgovornosti, mjerene indeksom objelodanjivanja, i finansijskih performansi islamskih banaka, mjerene ROA i ROE. Indeks se zasnivao na dimenzijama koje su koristili autori Zubairu et al. (2011) na uzorku od ukupno osam islamskih banaka iz GCC zemalja za period 2009-2010. Ukupan broj analiziranih izvještaja bio je 16. Rezultati ukazuju na značajan nedostatak objelodanjenih informacija koje se tiču korporativne društvene odgovornosti gdje su neke banke objelodanile znatno manje u odnosu na druge. Od svih analiziranih banaka, Qatar International Islamic Bank imao je najnižu vrijednost indeksa objelodanjivanja o korporativnoj društvenoj odgovornosti. S druge strane, rezultati regresije ukazuju da ne postoji statistički značajna veza između ROA i ROE i indeksa objelodanjivanja podataka.

U svojoj studiji, Tuhin (2014) je pokušao da odgovori na pitanje da li sredstva koje islamske banke u Bangladešu izdvajaju na korporativnu društvenu odgovornost utiču na finansijske performanse ovih institucija. Istraživanje je bazirano na sedam islamskih banaka za period 2007-2011. godina. Rezultati su pokazali da ne postoji značajan uticaj izdataka na korporativnu društvenu odgovornost u odnosu na finansijske performanse.

Autori Mallin et al. (2014) analizirali su vezu između indeksa objelodanjivanja korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi 90 islamskih banaka iz 13 zemalja u periodu 2010-2011. Autori su koristili sistem klasifikacije dimenzija koje trebaju biti objelodanjane koje je razvio Belal et al. (2014) dok su u pogledu finansijskih performansi korišteni prosječni ROA i ROE za analizirani period. Rezultati ukazuju da se stepen objelodanjivanja podataka značajno razlikuju među zemljama od čega islamske banke u Indoneziji imaju najveći stepen objelodanjivanja podataka a slijede ih banke iz Malezije i Bahreina dok islamske banke u Pakistanu i Sudanu imaju najmanji stepen objelodanjivanja podataka. Pored stepena objelodanjivanja podataka rezultati također ukazuju da postoji pozitivna i značajna veza između korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi ali isto tako da se smjer uticaja kreće od finansijskih performansi ka korporativnoj društvenoj odgovornosti jer „*rezultati stažno ukazuju da je indeks objelodanjivanja korporativne društvene odgovornosti uslovljen finansijskim performansama banke dok suprotno nije istinito*“ (Mallin et al., 2014).

Autori Platonova et al. (2016) istraživali su relaciju između korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi također koristeći indeks objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti na uzorku islamskih banaka iz GCC regiona za period 2000–2014. Autori su kao mjeru finansijskih performansi koristili prosječni ROA i ROE dok su kontrolne varijable bile veličina banke, racio kapitala, racio zaduženosti, režijski troškovi i

racio kredita. Rezultati su pokazali pozitivnu vezu između predmeta istraživanja kao i pozitivnu vezu između indeksa objelodanjivanja korporativne društvene odgovornosti i budućih finansijskih performansi što navodi na zaključak da će trenutne aktivnosti u domenu korporativne društvene odgovornosti imati uticaj i u budućnosti.

Amirul et al. (2017) procjenjivali su uticaj kategorija korporativne društvene odgovornosti na ROE jedne banke u Maleziji za period 2011-2015. Aktivnosti korporativne društvene odgovornosti koje su bile inputi za njeno mjerenje su Zekat, donacije, dobrotvorni programi, sponzorstva i otvaranje novih podružnica. Rezultati su pokazali da finansijske performanse ne korespondiraju sa aktivnostima korporativne društvene odgovornosti budući da u godinama kada ROE pada aktivnosti korporativne društvene odgovornosti banke rastu i obrnuto.

Khan i Tariq (2017) upoređivali su uticaj korporativne društvene odgovornosti na finansijske performanse islamskih i konvencionalnih banaka u Aziji, konkretnije Pakistanu i Bangladešu, za period 2010-2015. Kao mjere korporativne društvene odgovornosti korištene su varijable „Donacije“, „Društveno blagostanje“, „Obrazovanje“, „Zdravlje“ i „Životna sredina“ u smislu koliko je banka izdvojila sredstava u ove vrste aktivnosti dok su kao finansijske mjere korištene, ROA, ROE, EPS i P/E racio. Rezultati su pokazali da postoji pozitivna veza između korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi kao rezultat različitih inicijativa koje su banke preduzele u pogledu korporativne društvene odgovornosti.

Gore navedena istraživanja o uticaju korporativne društvene odgovornosti na finansijske performanse islamskih banaka ukazuju da je i u slučaju ovih finansijskih institucija, uticaj prisutan ali da isključivo jedan ishod nije zagarantovan. Time se potvrđuju rezultati ranije navedenih istraživanja kako u okviru bankarskog sektora tako i u slučaju drugih industrija.

5.2.3 Globalna inicijativa za izvještavanje (Global Reporting Initiative - GRI)

Poznavanje i vrednovanje društvenih karakteristika, odrednica je modernog poslovanja. Jedan od elemenata zastupljen u eri savremenog poslovanja svakako je i pitanje održivog razvoja. Ovaj koncept poprima globalni karakter kada je 1987. godine Svjetska komisija za životnu sredinu i razvoj predstavila izvještaj u kome je održivi razvoj definisan kao „*razvoj koji zadovoljava potrebe današnje generacije a istovremeno ne ugrožava potrebe budućih generacija*“. U tom kontekstu, 1997. godine u SAD-u se pokreće inicijativa, na globalnom nivou, koja ima za cilj da „*pomaže preduzećima i vladama širom svijeta da razumiju i objelodane svoj uticaj na kritična pitanja održivosti kao što su klimatske promjene, ljudska prava, upravljanje i društveno blagostanje. To omogućava stvarne akcije za stvaranje društvenih, ekoloških i ekonomskih koristi za sve. Standardi za izvještavanje o održivosti GRI-a razvijeni su s istinskim doprinosima više stakeholdera i ukorijenjeni su u javnom interesu*“⁵⁷

Razumijevanje javnog interesa i ponašanje u skladu sa njim, cilj je kojem društveno odgovorna kompanija teži. O važnosti nefinansijskog izvještavanja već je bilo govora pa ćemo u tom kontekstu spomenuti koji su to elementi koji su zastupljeni u opsegu djelovanja GRI smjernica i standarda. Općenito, GRI smjernice sastavljane su od tri ključne komponente: životna sredina, društvo i ekonomija što je u teoriji menadžmenta poznato kao Triple Bottom Line, o čemu je bilo govora u trećem poglavlju. Cilj koji se nastoji ostvariti njihovim implementiranjem jeste da kompanija objelodani stepen njihovog uticaja, jednako

⁵⁷ Za više posjetiti: <https://www.globalreporting.org/information/about-gri/Pages/default.aspx>

pozitivnog kao i negativnog, upravo na te tri ključne komponente koje pokreću društvo odnosno da:

- kreira standarde i smjernice za unapređenje održivog razvoja;
- uskladi sistem izvještavanja,
- vodi efikasno i djelotvorno izvještavanje o održivosti i
- podstakne efikasnu upotrebu informacija o održivosti u cilju poboljšanja performansi.

Na taj način izvještavanje o održivosti pretvara apstraktna pitanja u razumljiva i konkretna, čime pomaže u razumijevanju i upravljanju učincima razvoja održivosti na poslovanje i strategiju organizacije (G4 Smjernice za izvještavanje o održivosti). Specifičnost GRI Smjernica odnosno standarda jeste što se zasniva na multi-stakeholder pristupu u smislu da prilikom izvještavanja vodi računa o više grupa stakeholdera i odgovornosti poslovne organizacije prema njima. Do sada su izdate četiri verzije smjernica i to G1 (2000), G2 (2002), G3 (2006) i G4 (2013) što je predstavljeno u narednoj tabeli.

Tabela 23: Bitni događaji u razvoju GRI Smjernica i Standarda

Godina	Opis
1997.	Osnivanje GRI u SAD, Boston.
2000.	Objavljena prve verzije Smjernica kao globalnog okvira za sveobuhvatno izvještavanje o održivosti (G1).
2002.	Objavljena druga verzija Smjernica G2
2003.	Predstavljanje organizacionog stakeholder programa (engl. Organizational Stakeholders Program)
2006.	Objavljena treća verzije Smjernica G3 gdje je preko 3.000 stručnjaka iz poslovnog svijeta, civilnog društva i pokreta za prava zaposlenih dalo svoj doprinos u izdavanju ovih smjernica koje naglašavaju multi-stakeholder pristup kao osnovu GRI aktivnosti. Predstavljanje prvog XBRL Taxonomy (hijerarhijski rječnik oznaka, specifičan za svaki standard izvještavanja). Održana prva globalna konferencija o održivosti i transparentnosti pod nazivom: „ <i>Reporting: A Measure of Sustainability</i> ”.
2007.	Predstavljanje dvije vrste dokumenata: <ul style="list-style-type: none"> - GRI publikacije za učenje „<i>Pathways I</i>“ sa ciljem da se pruže detaljne smjernice onima koji izvještaj sastavljaju kao i korisnicima izvještaja svih nivoa i vrsta i - Dokument o povezivanju: „<i>Making the Connection</i>“ sa ciljem pružanja savjeta i podrške za povezivanje izvještaja o održivosti na temelju GRI-a sa drugim izvještajima.
2008.	Objavljena prva Smjernica za sektore posebno za finansijski sektor (engl. <i>Sector Guidelines for the Financial Services Sector</i>) koje imaju za cilj da obuhvate jedinstvena pitanja održivosti sa kojima se suočavaju različite industrije, a sastavljaju ih radne grupe sa više zainteresiranih strana. Predstavljanje druge publikacije za učenje: „ <i>Pathways II</i> “. Predstavljanje publikacija za kompanije koje se prvi put odlučuju da koriste GRI Smjernice pod nazivom: „ <i>Starting Points I</i> „i „ <i>Starting Points II</i> “.

	<p>Održana druga globalna konferencija o održivosti i transparentnosti pod nazivom: „<i>Sustainability Reporting Today: The Readers' Verdict</i>“.</p> <p>Uspostavljanje specijalizovanog treninga o načinu korištenja GRI Smjernica u određenim zemljama poput Brazila.</p>
2009.	<p>Predstavljanje dokumenta <i>Global Action Network for Transparency in the Supply Chain (GANTSch) Program</i> (kasnije preimenovan u Business Transparency Program – BTP) sa ciljem uvođenja sistema održivog izvještavanja u poslovanju malih i srednjih preduzeća.</p> <p>Objavljenja druga sektorska Smjernica za električne usluge (<i>engl. electric utilities</i>).</p>
2010.	<p>Izražajna saradnja sa drugim organizacijama u cilju prikaza kako koristi Smjernice GRI sa standardima drugih organizacija što je dovelo do objavljivanja dokumenata: „<i>GRI and ISO 26000: How to Use the GRI Guidelines in Combination with ISO 26000</i>, i „<i>Carrots and Sticks – Promoting Transparency and Sustainability</i>“.</p> <p>Objavljenja treća sektorska Smjernica za procese upravljanja hranom i nevladine organizacije (<i>engl. Food Processing i NGO</i>).</p> <p>Održana treća globalna konferencija o održivosti i transparentnosti pod nazivom: „<i>Rethink – Rebuild – Report</i>“.</p> <p>Potpisan memorandum o sporazumijevanju između GRI i UN inicijative za održivi razvoj (<i>engl. UN Global Compact</i>) sa namjerom da GRI integriše 10 principa održivog razvoja u sljedećoj iteraciji GRI Smjernica.</p>
2011.	<p>Objavljenja nadograđena verzija GR 3 sa proširenim smjernicama o izvještavanju vezanim za pitanje društvene zajednice, ljudska prava te rodni podjela i politike jednakih mogućnosti pod oznakom G3.1.</p> <p>Objavljenje tri nove sektorske Smjernice za rudarstvo i metalsku industriju, aerodrome i sektor nekretnina i izgradnje (<i>engl. Mining and Metals, Airport Operators, Construction and Real Estate</i>).</p> <p>U naporima da integrira izvještavanje o održivosti, GRI je pokrenuo kampanju „<i>Izveštaj ili objašnjenje</i>“ (<i>engl. Report or Explain</i>).</p> <p>Pokrenuta baza podataka o objelodanjivanju (<i>engl. Sustainability Disclosure Database</i>), katalogizirajući sve izvještaje o održivosti koji se temelje na GRI Smjernicama ali i one koji se ne temelje na datim smjernicama. Zahvaljujući ovoj bazi podataka, uočen porast kompanija koje sastavljaju izvještaje u skladu sa GRI Smjernicama.</p>
2012.	<p>Aktivno učestvovanje u radu UN konferencije Rio+20 što je rezultiralo usvajanjem dokumenta pod nazivom „<i>Budućnost kakva želimo</i>“ (<i>engl. The Future We Want</i>) sa ciljem da se unaprijedi izvještavanje o korporativnoj društvenoj odgovornosti.</p> <p>Objavljenje Smjernice za tri nova sektora: naftna industrija, mediji i organizacija događaja (<i>engl. Oil and Gas, Media, Event Organizers</i>).</p>

2013.	<p>Predstavljena četvrta verzija Smjernica G4 koja se sastoji od načela izvještavanja, standardna objelodanjivanja i priručnika za sprovedbu za pripremu izvještaja o održivosti organizacija bilo koje veličine ili sektora.</p> <p>G4 GRI Smjernice sastoje se od općenitog (<i>engl. general</i>) i specifičnog (<i>engl. specific</i>) objelodanjivanja što uključuje: strategija i analiza, profil organizacije, identificirani materijalni aspekti i granice, uključivanje stakeholdera, profil izvještaja, upravljanje i etika i integritet dok se specifični elementi odnose na već pomenute kategorije: ekonomija, životna sredina i održivost.</p> <p>U cilju olakšavanja organizacijama da provjere da li su njihovi izvještaji, posebno određene „kritične tačke“ u skladu sa GRI Smjernicama, uveden je servis objelodanjivanja (<i>engl. Materiality Disclosures Service</i>)</p>
2014.	<p>Kreiran GRI indeks (<i>engl. GRI Content Index</i>) koji ima za cilj ustanoviti tačnost i usklađenost izvještaja sa Smjernicama.</p> <p>Objavljena publikacija „Ready to Report?“ sa ciljem razvijanja prakse održivog izvještavanja od strane malih i srednjih preduzeća.</p>
2015.	<p>Predstavljen G4 Exam publikacija koja sadrži 60 pitanja namijenjena pojedincima da provjere svoje sposobnosti u pogledu korištenja Smjernica. Publikacija je dostupna u preko 70 zemalja.</p>
2016.	<p>Objavljeni prvi standardi održivog izvještavanja koji će omogućiti svim organizacijama da javno izvještavaju o svojim ekonomskim, okolišnim i društvenim uticajima i time pokažu kako doprinose održivom razvoju. Standardi su također pouzdana referenca za kreatore javnih politika i regulatore i imaju modularnu strukturu pa se mogu ažurirati. Standardi su zasnovani na svim elementima koji uključuju i G4 ali imaju veći stepen fleksibilnosti, jasniji su i „jezik upotrebe“ je jednostavniji.</p>

Izvor: Global Reporting Initiative

Kao što je već navedeno, veliki broj kompanija širom svijeta koristi GRI Smjernice i Standarde. Kada je riječ o bankama kao učesnicama finansijskog sektora, stepen upotrebe GRI Smjernica može se ustanoviti jednostavnom pretragom GRI baze koju čine 13.938 organizacija sa 55.726 izvještaja od čega je 33.140 GRI izvještaja⁵⁸. Baza daje opciju pretrage po zemljama pa ćemo mi analizu sprovesti na uzorku zemalja koje su tema istraživanja ovog rada odnosno Katar, Indonezija, Saudijska Arabija, Malezija, UAE, Turska i BiH. Pretraživanjem baze dolazimo do sljedećih rezultata:

- Katar (5 finansijskih institucija koje su u GRI bazi od kojih jedna, Doha Bank, ima izvještaje sastavljene u skladu sa GRI Smjernicama ili Standardima);
- Indonezija (23 finansijske institucije od kojih njih 17 ima izvještaje sastavljene u skladu sa GRI Smjernicama ili Standardima),
- Saudijska Arabija (2 finansijske institucije od kojih obje imaju izvještaje sastavljene u skladu sa GRI Smjernicama ili Standardima),
- Malezija (19 finansijskih institucija od kojih 7 ima izvještaje sastavljene u skladu sa GRI Smjernicama ili Standardima),
- UAE (8 finansijskih institucija od kojih 3 imaju izvještaje sastavljene u skladu sa GRI Smjernicama ili Standardima),

⁵⁸ <https://database.globalreporting.org/> (Pristupljeno: 20.4.2019.)

- Turska (17 finansijskih institucija od kojih 14 ima izvještaje sastavljane u skladu sa GRI Smjernicama ili Standardima) i
- Bosna i Hercegovina (nijedna finansijska institucija nije registrovana u GRI bazi).

Rezultati pokazuju da iako je primjena GRI Smjernica i Standarda prisutna u zemljama KISMUT-a, ipak je taj broj znatno manji ako bismo poredili sa ranije spomenutom Španijom (63 finansijskih institucija koje sve koriste GRI Smjernice ili Standarde). Iako je evidentno da je GRI pomjerio granice kada je u pitanju nefinansijsko izvještavanje i da je omogućeno da kompanije iz različitih sektora i industrija imaju priliku biti dijelom globalnog trenda o održivom izvještavanju, primjena Smjernica i Standarda nije jednaka u globalnom kontekstu. Ovo je posebno izraženo u onim regionima koje su specifične iz različitih kulturoloških i religijskih vrijednosti. U tom kontekstu, 2015. godine razvijen je veoma sličan koncept ali sa ciljem uspostavljanja standardne forme izvještavanja kada su u pitanju islamske poslovne organizacije o čemu će više biti govora u nastavku.

5.2.4 Islamska inicijativa za izvještavanje (Islamic Reporting Initiative – IRI)

Islamska inicijativa za izvještavanje osnovana je sa ciljem promocije održivog izvještavanja i principa korporativne društvene odgovornosti zasnovanih na islamskim principima. Ona se može smatrati komplementarnom sa GRI ali nastoji da uzme u obzir i taj „*lokalni*“ kontekst koji je specifičan kada su u pitanju islamske finansije i područje na kojem je ono najviše prisutno. IRI teži za ispunjenju najvećih međunarodnih standarda izvještavanja o korporativnoj društvenoj aktivnosti koji podrazumijevaju i UN globalne ciljeve održivosti istovremeno usklađenih sa islamskim principima i vrijednostima.

IRI blisko saraduje sa OIC zemljama u cilju promocije principa održivog razvoja i korporativne društvene odgovornosti kako bi se što lakše premostila razlika između međunarodnih standarda i lokalnih karakteristika. Sama organizacija IRI-ja može se posmatrati kao repozitorijum podataka o organizacijskoj održivosti kreiran da izgradi obrazovne i inovacijske kapacitete islamskih poslovnih institucija. Pored toga, IRI može omogućiti i podržati razvoj islamskih indeksa, investicijskih strategija i fondova koji usmjeravaju kapital ulaganja u kompanije koje pokazuju društvenu odgovornost i održivost (IRI, 2015).

Kao što je već ranije navedeno, islamski pristup izvještavanju, kako finansijskom tako i nefinansijskom, ima svoje specifičnosti koje mogu biti inkorporirane u međunarodne standarde ali istovremeno moraju biti naglašene jer su upravo te razlike ono što ih čini posebnim u odnosu na druge konvencionalne poslovne institucije.

Osnovni ciljevi IRI-ja kao organizacije su da:

- podstakne transparentnost organizacija,
- podstakne inovacije i proces učenja,
- ujedini islamski svijet oko zajedničkih praksi održivosti i
- istakne investicijske prilike i organizacione rizike.

IRI još uvijek nije formalizovao svoja nastojanja u smjernice ili standarde ali se očekuje da će to biti u toku 2020⁵⁹. godine. Iako islamski standardi izvještavanja još uvijek ne postoje u nekoj formi, IRI navodi islamske vrijednosti odnosno principe kojih bi se jedna islamska

⁵⁹ <https://islamicreporting.org/iri-standard/> (Pristupljeno: 20.9.2019).

poslovna organizacija trebala pridržavati ne samo prilikom poslovanja nego i prilikom sastavljanja izvještaja odnosno:

- Tevhid ili jednoća Stvoritelja,
- namjesništvo ili povjereništvo,
- društvena pravda i
- odgovornost.

Kao što je već ranije predstavljeno u četvrtom poglavlju, ovo su također inputi islamskog pristupa korporativnoj društvenoj odgovornosti čime se još jednom potvrđuje univerzalnost navedenih etičkih aksioma u svakoj poslovnoj aktivnosti istovremeno ističući ciljeve Šerijata. Pored toga, time se potvrđuje da je islamski pristup nefinansijskom izvještavanju i praksi objelodanjivanja podataka ustvari sastavni dio religijskog učenja, kao i u slučaju korporativne društvene odgovornosti, ali da islamske poslovne institucije trebaju učiniti napor i te aktivnosti objelodaniti kao poseban segment svog poslovanja.

Razlika između IRI i GRI jeste što je IRI usmjeren na islamske poslovne institucije i što nastoji da uzme u obzir kulturološke razlike koje imaju dominantan uticaj u poslovanju islamskih institucija i direktno utiču na islamsko bankarstvo i finansije. Ovaj aspekt posebno dolazi do izražaja kada islamske banke posluju u nekoj vrsti dualnog finansijskog sistema ili okruženja koje nije u potpunosti islamsko, zahtijevajući da se banke prilagode takvom društvenom uređenju a da istovremeno ne zanemaruju svoje islamske vrijednosti. Takav je slučaj sa islamskim bankarstvom u Bosni i Hercegovini. U tom kontekstu u narednom poglavlju analizirat ćemo stepen razvoja islamskog bankarstva u Bosni i Hercegovini sa naglaskom na pregled naučnih rada iz ove oblasti u našoj zemlji te ulozi jedine banke koja posluje u skladu sa principima islamskog bankarstva, BBI banke, u razvoju ovog vida poslovne aktivnosti u Bosni i Hercegovini.

„Islamsko bankarstvo još ne postoji u svim zemljama Evrope, što nama (Bosni i Hercegovini) predstavlja šansu da budemo lideri u njegovom izučavanju i primjeni“.

Prof. dr Fikret Hadžić

6 KARAKTERISTIKE ISLAMSKOG BANKARSTVA I PRIMJENA KONCEPTA KORPORATIVNE DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI U BOSNI I HERCEGOVINI I KISMUT ZEMLJAMA

Stepen razvoja islamskog bankarstva i finansija, u globalnom kontekstu, nije ravnomjeran. Pored ekonomskih karakteristika svake zemlje jedan od razloga koji utiče na takav disbalans jeste i vremenski interval razvoja islamskog bankarstva u datoj zemlji jer, kako je navedeno u drugom poglavlju, razvoj islamskog bankarstva i finansija aktivno je počeo nakon procesa dekolonizacije koji se nije odvijao istovremeno u svim islamskim zemljama. Pored toga, geopolitički faktori kao što su društveno uređenje, revolucije, ratovi, naftne krize itd. također su uticali na različit stepen razvoja ovakvog vida poslovanja.

Kada je u pitanju Bosna i Hercegovina, opće poznata činjenica jeste da je ekonomija zemlje pretrpila ogromne gubitke usljed ratnih razaranja. Spor ekonomski razvoj opterećen komplikovanim političkim uređenjem države utiče i na poslovne subjekte pa je i pitanje islamskog bankarstva više okarakterisano kao etničko ili religijsko nego ekonomsko. U tom aspektu, u ovom poglavlju kratko ćemo se osvrnut na uređenje bankarskog sistema zemlje i analizirati karakteristike islamskog bankarstva u Bosni i Hercegovini (BiH), kao posebnom istraživačkom domenu, i KISMUT zemljama koje su prepoznate kao zemlje BRICS-a islamskih finansija a koje ujedno direktno utiču na razvoj ove ekonomske aktivnosti u BiH. Pored toga analizirat ćemo kako se pitanje korporativne društvene odgovornosti tretira u BiH odnosno KISMUT zemljama.

6.1 Bankarski sistem Bosne i Hercegovine

Historijski posmatrano, prve banke u Bosni i Hercegovini javljaju se za vrijeme Austro-ugarske monarhije odnosno 1883. godine kada je, prema Vujović (2015), Union banka iz Beča osnovala u Sarajevu prvi novčani zavod pod nazivom Privilegovano odjeljenje Union banke. U tom kontekstu može se reći da je bankarstvo u našoj zemlji, kao ekonomska aktivnost, prisutno preko 100 godina.

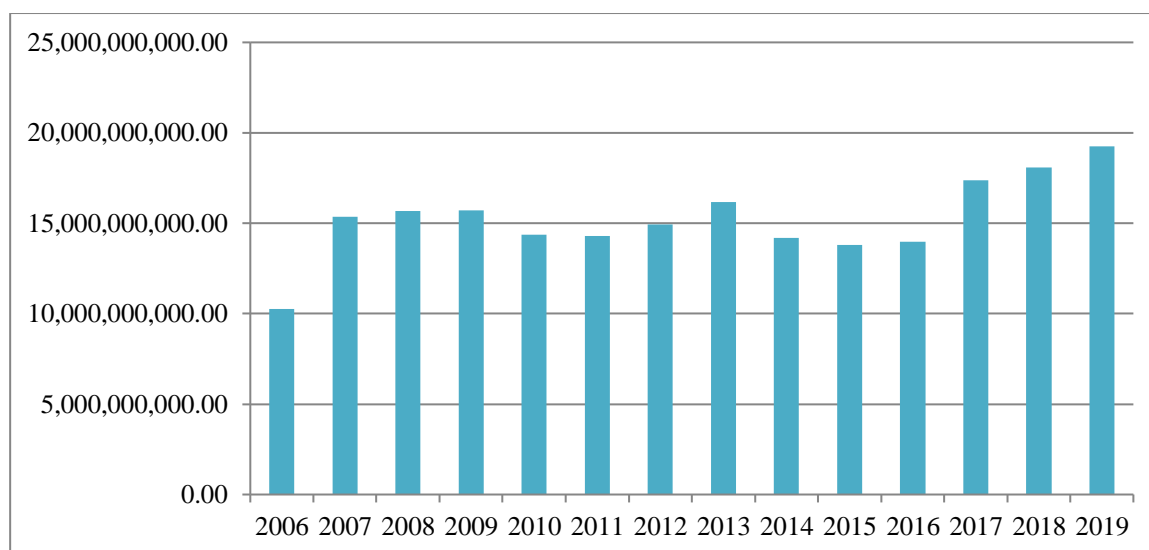
Prema podacima Svjetske Banke, ekonomija Bosne i Hercegovine zauzima 111 mjesto u rangiranju od 211 zemalja po vrijednosti GDP-a, svrstavajući je u red zemalja u tranziciji. Finansijski sistem Bosne i Hercegovine spada u kategoriju bankocentričnih sa učešćem banaka od preko 80% u finansijskom sistemu. Samim tim banke su ključne finansijske institucije i istovremeno vodeći nosioci ekonomskog razvoja zemlje. Kao i u slučaju susjednih zemalja bivše Jugoslavije, i bankarski sektor BiH je prošao kroz proces reforme što je, prema Živko i Kandžija (2013) rezultiralo sa:

- ulaskom stranog kapitala u bankarski sistem,
- rastom domaćeg kreditiranja, posebno sektora domaćinstava,
- povećanjem izloženosti deviznom riziku,
- povećanjem profitabilnosti i zadovoljavajuće stopa adekvatnosti kapitala,
- kreditnom ekspanzijom i rastom rizične aktive,
- poboljšanjem nadzornog okvira i
- primjenom Odbora za međunarodne računovodstvene standarde (IASB) ili drugih visokokvalitetnih računovodstvenih standarda.

Bankarski sektor nosi epitet kao najbolje uređenog sektora u državi i ujedno veoma likvidnog (Goksu i Becic, 2012) što potvrđuje i vrijednost racija likvidnosti koji je na kraju trećeg kvartala 2018. godine iznosio 29,7%, što je najviša vrijednost još od 2010. godine (Raiffeisen Bank Godišnji izvještaj, 2018). Memić et al. (2013) ističu da su banke u BiH, posmatrano po vlasničkoj strukturi, u većinskom stranom privatnom vlasništvu gdje dominiraju velike strane banke. Prema podacima Agencije za unapređenje stranih investicija u BiH, strane banke posjeduju preko 82% bankarskog kapitala u BiH. U izvještaju iz 2019. godine, Agencija za bankarstvo FBiH navodi da je na nivou bankarskog sektora FBiH na dan 31.12.2018. iskazan pozitivan finansijski rezultat - dobit u iznosu od 255,4 miliona KM (149 miliona USD), što je za 6,4% više u odnosu na kraj prethodne godine dok je prema izvještaju Agencije za bankarstvo RS, na nivou bankarskog sektora RS iskazana neto dobit u ukupnom iznosu od 85 miliona KM (49 miliona USD) i manja je za 12% u odnosu na 2017. godinu. Na osnovu toga, indikatori profitabilnosti, ROA i ROE, cjelokupnog bankarskog sektora BiH u 2018. godini iznosili su 1,5% odnosno 11,1% (Raiffeisen Bank Godišnji izvještaj, 2018).

Nadzor poslovanja banaka vrše entitetske agencije za bankarstvo, Federacije BiH i Republike Srpske. Na osnovu toga, bankarski sistem je visoko decentralizovan gdje, prema podacima Centralne banke BiH, u Federaciji BiH posluje 15 komercijalnih banaka dok u RS 8. Prema metodologiji Centralne banke, u BiH je u 2017. godini identifikovano sedam sistemskih važnih banaka (Žunić, 2017). Što se tiče tržišnog učešća, na bankarskom tržištu FBiH, u 2019. godini najveće učešće imala je UniCredit banka Mostar (26,7%), zatim slijede Raiffeisen bank Sarajevo (20,3%), Intesa Sanpaolo (9,3%), Sparkasse (6,8 %), Sberbank (6,4 %), NLB (5,2 %), BBI banka (5 %), Ziraatbank BiH (4,3 %), Addiko Bank (4,1 %).

Ukupna aktiva bankarskog sektora na nivou BiH u periodu 2006-2019, predstavljena je na sljedećem grafikonu.



Izvor: Agencija za bankarstvo FBiH i Agencija za bankarstvo RS

Grafikon 3: Ukupna aktiva bankarskog sektora Bosne i Hercegovine za period 2006-2018 (u USD)

Još jedna odrednica finansijskog sistema BiH jeste i način organizovanja Centralne banke koja funkcioniše po principu valutnog odbora. Valutni odbor je specifičan monetarni aranžman koji se smatra jednom od opcija za ekonomske probleme (nestabilnost valute i deviznog kursa, visoka stopa inflacije, bankarska kriza itd.) zemalja sa malim i otvorenim

ekonomijama, čija su finansijska tržišta tek u povoju, i koje žele povećati svoj međunarodni kredibilitet ili uključiti se u neku širu trgovinsku ili monetarnu uniju (Gregović i Hodžić, 2017). U slučaju BiH, domaća valuta je fiksno vezana za EUR. U tom domenu, Centralna banka ne koristi sve mogućnosti koje kao „*banka banaka*“ ima na raspolaganju što također utiče na razvoj finansijskog sistema. Ipak važno je istaći da valutni odbor nije prepreka za finansijski razvoj zemlje što najbolje oslikava slučaj Estonije i Litvanije čije su centralne banke, također organizovane kao valutni odbor, postale članice eurozone (Estonija 2011. godine a Litvanija 2015. godine).

U analizi kvalitete bankarskog sektora, posebnu pažnju zauzimaju učešće nekvalitetnih kredita (*engl. Non-performing loans ili skraćeno NPL*). Kozarić i Žunić (2017) analizirali su učešće nekvalitetnih kredita u bankarskom sektoru BiH, Hrvatske i Srbije za period 2006–2015. Rezultati su pokazali da je u slučaju Srbije njihovo učešće u porastu, posebno nakon 2008. godine, dok se u slučaju BiH i Hrvatske uočava trend opadanja učešća NPL. Konkretno, u slučaju BiH, učešće nekvalitetnih kredita je sa 11,7 %, koliko je iznosilo na kraju 2016. godine, smanjeno na 9,7 % na dan 31.12.2017. godine. Ovaj trend je nastavljen i u 2018. godini ali sa naglaskom da je nivo nekvalitetnih kredita u 2018. godini bio je značajno veći u korporativnom sektoru u odnosu na sektor stanovništva.

Kada je u pitanju odnos države prema konceptu korporativne društvene odgovornosti, ovo pitanje nije zakonski formulisano već postoji niz zakona, na entitetskom nivou, relevantnih za različite aspekte društvene odgovornosti. To se prije svega odnosi na Zakon o zaštiti okoliša, gdje se u slučaju FBiH u članu 98. još uvijek aktuelnog Zakona iz 2009. godine⁶⁰ navodi „*da bi se mogla registrirati organizacija, preduzeće mora usvojiti mjere zaštite okoliša koje, osim što moraju biti u skladu sa određenim zakonskim uslovima koji se odnose na pitanja okoliša, moraju obuhvatati obaveze koje imaju za cilj stalno unapređivanje u oblasti zaštite okoliša u smislu smanjivanja štetnog uticaja na okoliš do nivoa koji odgovara ekonomski izvodljivoj primjeni odgovarajućih najboljih raspoloživih tehnologija*“. U slučaju RS, Zakon o zaštiti životne sredine 79/2015 navodi u članu 4 da „*zaštitu i unapređivanje životne sredine obezbjeđuju, u okviru svojih ovlašćenja, Republika, jedinice lokalne samouprave, privredna društva, preduzetnici, udruženja i fondacije, kao i druga pravna i fizička lica, stručne organizacije i druge javne službe*“.

Entitetski zakoni o radu sadrže niz odredbi koje korespondiraju sa konceptom korporativne društvene odgovornosti, prije svega u kontekstu odnosa poslovne organizacije prema zaposlenom, ali problem u praksi predstavlja kršenje zakonskih odredbi gdje poslodavci koji priznaju da ne ispunjavaju svoje obaveze obrazlažu to lošom ekonomskom situacijom i velikim nametima (Čatić-Kajtažović, 2011). Ovo pitanje spominje se i u okviru Zakona o računovodstvu i reviziji oba entiteta gdje se u slučaju FBiH navodi u članu 43 a u slučaju RS u članu 24 i to u kontekstu da „*izvještaj o poslovanju velikih pravnih lica i pravnih lica čiji su vrijednosni papiri uvršteni na organizovano tržište vrijednosnih papira mora sadržavati i prikaz primijenjenih pravila korporativnog upravljanja*“.

U ovom domenu može se spomenuti i Kodeks korporativnog upravljanja za kompanije uvrštene na tržište Sarajevske berze – burze vrijednosnih papira odnosno član 7., koji se odnosi na društvenu odgovornost, a gdje se navodi da „*se pri donošenju bilo koje poslovne odluke uzima u obzir ne samo ekonomska isplativost poslovanja, nego i njegova društvena i ekološka odgovornost. Na taj način preduzeće pokazuju da ne teže samo ekonomskim*

⁶⁰ Predstavnički dom FBiH usvojio je Prijedlog Zakona o zaštiti okoliša u septembru 2019. godine.

rezultatima, nego i održivom razvoju na lokalnom i na globalnom planu. U skladu s tim, društvo treba da u svoje poslovanje inkorporira i društvenu odgovornost odnosno da prilikom donošenja odluka ne uzima u obzir samo interese dioničara, već interese svih ostalih stakeholdera“ (SASE Kodeks korporativnog upravljanja, 2018).

Što se tiče bankarskog sektora BiH, pitanje korporativne društvene odgovornosti nije eksplicitno navedeno u Zakonu o bankama FBiH i RS ali je sa ovom oblašću svakako usko povezan i Zakon o sprečavanju pranja novca i finansiranja terorizma. U praksi, kada su u pitanju banke u BiH može se reći da one postaju sve aktivnije u ovom pogledu. Tako na primjer, prema već ranije spomenutoj bazi GivingBalkans, banke i mikrokreditne organizacije u Bosni i Hercegovini su u 2018. godini donirale 142 hiljade eura kao vid društveno odgovornog djelovanja. Baza omogućava vrlo detaljan pregled društvenih aktivnosti koje su kompanije, u ovom konkretnom slučaju banke i finansijske institucije, podržale i iznos sredstava koji su donirali. U slučaju BiH, u bazi su evidentirane Raiffeisen banka, Intesa Sanpaolo Banka, Union Banka Sarajevo, UniCredit Bank, Komercijalna banka akcionarsko društvo Banja Luka, Mikrokreditno društvo Mikrofin, Mikrokreditno društvo EKI, Addiko Bank, Vakufska banka, ZiraatBank BH, Sberbank. Pored ovih aktivnosti u 2018. godini Raiffeisen banka je pri Američkoj privrednoj komori (AmCham) u BiH osnovala komitet za korporativni društveni uticaj koji pored ove banke čine još UniCredit i Addiko banka kao predstavnici bankarskog sektora.

U pogledu prakse zastupljenosti nefinansijskog izvještavanja, ona je još uvijek nedovoljno razvijena. Rogošić (2014) je istraživala praksu društvenog izvještavanja u skladu sa GRI smjernicama ili posebnog izvještaja o korporativnoj društvenoj odgovornosti među bankama u BiH, Hrvatskoj i Crnoj Gori. Uzorak se sastojao od 18 banaka iz BiH, 31 iz Hrvatske i 11 iz Crne Gore. Rezultati analize pokazali su da je samo jedna banka iz BiH imala izvještaj o korporativnoj društvenoj odgovornosti, u Hrvatskoj tri a u Crnoj Gori nijedna.

Do sličnog zaključka došli su i autori Levkov i Palamidovska – Sterjadovska (2019) na znatno većem uzorku od 102 banke iz Albanije, Bosne i Hercegovine, Srbije, Sjeverne Makedonije, Crne Gore i Kosova koje geografski čine odrednicu Zapadni Balkan. Istraživanje je sprovedeno u periodu 2015-2017 koristeći metod analize sadržaja. Rezultati su pokazali da od analiziranih 102 banke, njih 47 ne objelodanjuje nikakav vid društveno-odgovornog ponašanja. Posmatrajući po zemljama, banke iz Albanije imaju najveći stepen objelodanjivanja dok je iz BiH najveći broj banaka koji nemaju nikakav vid objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti.

Neke banke u BiH poput Sparkasse Bank dd, planiraju da usvoje koncept nefinansijskog izvještavanja, konkretno od 2018. godine i to isključivo iz razloga što matična banka porijeklom iz Austrije, od 2016. godine primjenjuje ovaj koncept. Kada govorimo o odrednicama islamskog bankarstva u BiH i prakse korporativne društvene odgovornosti, ovaj aspekt je razmatran u narednom dijelu.

6.2 Karakteristike islamskog bankarstva u Bosni i Hercegovini

Islamsko bankarstvo u Bosni i Hercegovini još uvijek je u fazi povoja. Historijski posmatrano, Ergun i Djedovic (2011) navode da je prvi pokušaj formiranja islamskog bankarstva u zemlji bio kada je 1992. godine osnovana Vakufska Banka ali da je on propao jer je banka poslovala u skladu sa principima konvencionalnog bankarstva. Drugi pokušaj dešava se 1996. godine osnivanjem Orient bank d.d. koja je nudila beskamatne kredite ali

budući da nije bila u stanju da zadovolji minimalne kapitalne zahtjeve, banka je prestala sa radom (Ergun i Djedovic, 2011). Treći pokušaj, ujedno i uspješni, jeste osnivanje Bosna Bank International (BBI) 2000. godine koja od tada bilježi uspješne rezultate i u osnovi predstavlja cijeli segment islamskog bankarstva u BiH. Iz tog razloga posebnu pažnju ćemo posvetiti aktivnostima BBI banke u domenu njenog društvenog djelovanja i uloge u razvoju islamskog bankarstva u našoj zemlji.

BBI banka osnovana je od strane Islamic Development Bank (IDB) sa dioničkim udjelom od 45,46%, Dubai Islamic Bank sa osnivačkim udjelom od 27,27% i Abu Dhabi Islamic Bank sa osnivačkim udjelom od 27,27%. Što se tiče organizacione strukture, Upravu banke čine predsjednik i dva člana Uprave. Postoje i Nadzorni odbor kojeg čini pet članova, Odbor za reviziju kojeg čine pet članova i Šerijatski odbor koji se također sastoji od pet članova.

Generalno, ono što razlikuje BBI banku od drugih banaka u bankarskom sektoru BiH jeste primjena principa maslehe odnosno društvenog interesa u poslovanju ove banke. Kao posebno značajna aktivnost svakako je organizacija Sarajevo Business Forum (SBF) - međunarodne konferencije o poslovanju i investicijama. SBF je pokrenut 2010. godine i od tada je pozicioniran kao jedan od najvažnijih poslovnih i investicionih događaja za Jugoistočnu Evropu koji povezuje institucionalne i privatne investitore i poslovne ljude iz cijelog svijeta s privrednicima i vlasnicima projekata iz Bosne i Hercegovine, Albanije, Hrvatske, Sjeverne Makedonije, Crne Gore, Srbije i Slovenije. Predstavlja platformu za poslovno umrežavanje i istraživanje mogućnosti investiranja i poslovanja u regiji Jugoistočne Evrope sa jednim ciljem: da podstakne njen ekonomski razvoj. Pored ekonomske uloge koja se ostvaruje povezivanjem investitora i kreditora, SBF je i najviše izražen segment društvene odgovornosti BBI banke i njene uloge kao islamske institucije.

U saradnji sa Sarajevskom berzom, 2016. godine formiran je berzanski indeks „*SASE Islamski indeks – u saradnji sa BBI*“ odnosno SASX-BBI kao benchmark indeks koji za cilj ima da investitorima i analitičarima omogući ocjenu generalnog kretanja cijena dionica kompanija koje ispunjavaju uslove iz Šerijatske metodologije BBI, te se nalaze na BBI-SASE listi kompanija. Isto tako, banka od 2018. godine organizuje i međunarodni sajam halal industrije (*engl. Sarajevo Halal Fair*) koji otvara mogućnosti za poslovne susrete sa proizvođačima, distributerima i investitorima sa ciljem jačanja ekonomskih kapaciteta poslovnih subjekata, lokalne zajednice i društva u cjelini. Banka je vrlo aktivna i u saradnji sa predstavnicima lokalne vlasti u domenu odobravanja kredita po povoljnim uslovima za privrednike sa ciljem pokretanja privrede zemlje.

Ipak, iako ima sve odlike islamske banke, što se posebno ogleda kroz postojanje Šerijatskog odbora, BBI banka ne implementira sve moguće ugovore islamskog bankarstva i iz tog razloga u javnosti je percipirana kao banka koja posluje u skladu sa principima islamskog bankarstva. Ovo ograničenje rezultat je postojeće zakonske regulative koja, ni u Zakonu o bankama FBiH iz 2017. godine, još uvijek nije prepoznala ovaj vid poslovne aktivnosti. Time se BBI banka posmatra kao „jednaka“ banka drugim komercijalnim bankama od koje se zahtijeva ispunjenje svih zakonskih normi koji su u funkciji konvencionalnog bankarstva. Iako zakonska regulativa u našoj zemlji ne zabranjuje ovaj vid poslovne aktivnosti, ona ga i dalje ne prepoznaje kao posebnu bankarsku djelatnost čime se u određenoj mjeri može reći da se krše osnovna načela evropskog sistema poslovanja koji zahtijeva osiguravanje jednakih tržišnih uslova za sve njegove učesnike (Hadžić i Klepić, 2009). Ovakva pozicija može znatno uticati na finansijske performanse banke (Alam et al., 2019) ali je usko povezana i sa pitanjem mitigacije rizika i efikasnosti takve regulative.

Kao što je već navedeno u drugom poglavlju, islamske banke su izložene specifičnim rizicima, posebno riziku povlačenja. U praksi to znači da banka žrtvuje profit dioničara u korist deponenata kako bi spriječila odliv depozita od strane vlasnika jer takav scenario može rezultirati krizom likvidnosti. Takva situacija se događa kada banka u određenom periodu ne ostvari očekivani poslovni uspjeh i ne može da generiše adekvatan nivo profita koji bi kasnije distribuirala vlasnicima računa. Ova vrsta rizika karakteristična je za Mudarabah ugovor između vlasnika investicijskog računa (*engl. investment account holders ili skraćeno IAH*) i islamske banke. U tom kontekstu adekvatna zakonska regulativa za islamske banke omogućila bi efikasniji pristup upravljanju rizicima budući da su islamske banke rizičnije radi specifičnosti karaktera poslovne aktivnosti koju obavljaju.

Ovu konstataciju potvrđuje i istraživanje autora Kozarević et al. (2014) koji su analizirali koncept upravljanja rizikom u islamskom bankarstvu sa naglaskom na BiH. Autori su sproveli anketno istraživanje na uzorku od 9 banaka (osam konvencionalnih i 1 islamska) koje se odnosilo na utvrđivanje: alata za identifikaciju rizika, intenzitet nastajanja različitih vrsta rizika, mjerenje finansijske uspješnosti i kontrolu rizika. Rezultati ukazuju da se primjenjuje različit sistem upravljanja rizikom u konvencionalnim u odnosu na islamsku banku. Isto tako, banke su različito rangirale stepen izloženosti određenim rizicima pa su konvencionalne banke izloženost svim rizicima rangirale kao „srednje“ za razliku od islamske banke koja je navela da je izloženost kreditnom, operativnom i riziku likvidnosti visoka dok je tržišni rizik rangiran kao „srednje“. Kozarević et al. (2014) naglašavaju da je islamska banka više izložena riziku u odnosu na konvencionalne banke, usljed specifičnosti pravila poslovanja, a što je dodatno pojačano zbog činjenice da su određeni instrumenti zaštite koji su dostupni konvencionalnim bankama ograničeni za islamsku.

S druge strane, mnogo veće ekonomije nemuslimanskih zemalja poput Rusije, Velike Britanije, Francuske, Njemačke i drugih zemalja nastoje prilagoditi svoju zakonsku regulativu ili ponuditi alternativna zakonska rješenja kako bi omogućili rast i razvoj islamskog bankarstva i finansija. Alam et al., (2019) su na primjeru analize GCC i regiona Južne i Jugoistočne Azije došli do zaključka da zemlje u kojima se šerijatski zakon ne koristi kao temeljni zakon, poseban pravni akt koji regulišu oblast islamskog bankarstva od izuzetne je važnosti za razvoj ove industrije u toj zemlji. Najbolji primjer, u globalnom kontekstu, svakako je Velika Britanija budući da London drži „titulu“ svjetskog centra islamskog bankarstva i finansija van muslimanskog svijeta. Isto tako, Velika Britanija je u 2017. godini rangirana kao vodeća zemlja u pružanju edukacije iz domena islamskih finansija (Thomson Reuters, 2018).

U analizi stepena razvoja islamskog bankarstva i finansija u određenoj zemlji, mogu se koristiti Islamic Finance Country Index (IFCI) i indikator razvijenosti islamskih finansija (*engl. Islamic Finance Development Indicator ili skraćeno IFDI*). IFCI je prvi indeks razvijen 2011. godine sa ciljem mjerenja stepena razvoja islamskog bankarstva i finansija kako među državama tako i među regionima. Sastoji se od osam dimenzija sa različitim procentom učešća u ukupnoj vrijednosti indeksa što je predstavljeno u narednoj tabeli.

Tabela 24: Dimenzije IFC indeksa

Varijabla	Opis	Ponderisana vrijednost
Broj islamskih banaka	Domaće i strane full-fladged islamske banke	21,8%
Broj islamskih finansijskih institucija	Sve bankarske i nebankarske finansijske institucije koje pružaju neki vid proizvoda islamskog bankarstva što uključuje i tzv. Islamic windows konvencionalnih banaka	20,3%
Režim Šerijatskog odbora	Prisustvo na državnom ili institucionalnom nivou odbora koji se brine za sprovođenje poslovanja u skladu sa šerijatskim propisima	19,7%
Aktiva islamskih finansija	Aktiva islamskih finansija u ingerenciji islamskih ili konvencionalnih institucija	13,9%
Broj muslimanskog stanovništva	Apsolutan broj muslimana u ukupnom broju stanovnika	7,2%
Islamske obveznice (Sukuk)	Emisija sukuk obveznica u zemlji	6,6%
Edukacija i kultura	Prisustvo edukativnih institucija koje mogu da izdaju diplome iz oblasti islamskih finansija	5,7%
Islamski regulatorni okvir i zakon	Posebni zakonski propisi koji regulišu oblast islamskog bankarstva i finansija poput Zakona o islamskom bankarstvu itd.	4,9%

Izvor: Global Islamic Finance Report 2016

Drugi vrlo značajan kompozitni indeks koji mjeri ukupnu razvijenost industrije islamskih finansija jeste IFDI, baziran na podacima iz 131 zemlje i sastoji se od pet indikatora:

- indikator kvantitativnog stepena razvijenosti (*engl. quantitative development*) koji govori o veličini ili stopi porasta islamskih finansija;
- indikator znanja (*engl. knowledge*) sa fokusom na istraživanja vršena iz oblasti islamskih finansija kao i broj naučnih radova na ovu temu te broj fakulteta i univerziteta koji nude programe studija iz oblasti islamskih finansija;
- indikator upravljanja (*engl. governance*) koji se bavi pitanjima regulacije poslovanja islamskih finansijskih institucija;
- indikator korporativne društvene odgovornosti (*engl. CSR*) sa posebnim fokusom na stepen objelodanjivanja podataka u domenu poslovanja islamskih banaka i drugih finansijskih institucija i
- indikator upoznatosti (*engl. awareness*) u smislu stepena upoznatosti javnosti sa principima islamskog bankarstva i finansija gdje se vrši analiza broja konferencija ili određenih skupova koji tretiraju ovu tematiku.

Indikatori i podindikatori su predstavljeni u narednoj tabeli.

Tabela 25: Klasifikacija IFDI indeksa

Indikator	Inputi - podindikator
Kvantitativni stepen razvijenosti	Islamsko bankarstvo Islamsko osiguranje (Tekaful) Druge islamske finansijske institucije Islamske obveznice (Sukuk) Islamski fondovi
Znanje	Obrazovanje Istraživanje
Upravljanje	Regulativa Upravljanje u skladu sa Šerijatom Korporativno upravljanje
Korporativna društvena odgovornost	Objelodanjivanje o korporativnoj društvenoj odgovornosti Fondovi distribuirani za aktivnosti korporativne društvene odgovornosti
Upoznatost	Seminari Konferencije Vijesti

Izvor: Thompson Reuters 2017

U pogledu IFCI, naša zemlja nije uvrštena u uzorak dok je u okviru IFDI indeksa, Bosna i Hercegovina njegov sastavni dio. U izvještaju iz 2019. godine, od ukupnog broja analiziranih zemalja, Bosna i Hercegovina ima vrijednost indeksa 8.46. Pozicija BiH prema pojedinačnoj vrijednosti prethodno navedenih indikatora predstavljena je u narednoj tabeli.

Tabela 26: Pozicija Bosne i Hercegovine u IFDI indeksu za 2019. godinu

Indikator	Vrijednost indeksa
Kvantitativni stepen razvijenosti	2.17
Znanje	8.48
Upravljanje	9.80
Korporativna društvena odgovornost	0
Upoznatost	21.86

Izvor: <http://www.zawya.com/islamic-finance-development-indicator/#>

Iako BiH ima skromne rezultate u kontekstu razvoja i zastupljenosti islamskog bankarstva, ipak je u izvještaju iz 2014. godine evidentirana među top 10 zemalja u kojima je uočen rast naučnih istraživanja u oblasti islamskih finansija, gdje se posebno naglašava da su organizovane konferencije iz ove oblasti (Thomson Reuters Islamic finance development report, 2014). I u ovom slučaju se potvrđuje važnost BBI banke i njena uloga u razvoju islamskog bankarstva i finansija u BiH budući da zajedno sa Ekonomskim fakultetom u Sarajevu pružaju uslugu edukacije i mogućnosti akademskog obrazovanja iz ove oblasti.

U izvještaju iz 2015. godine navodi da se je uočen rast imovine islamske finansijske institucije, što je dovelo do povećanja ukupnog rasta islamskih finansija u vrijednosti od 32% (Thomson Reuters Islamic finance development report, 2015) dok prema izvještaju iz 2016. godine, BiH zauzima 40 mjesto u ukupnom rangiranju od 124 zemlje. Sa ciljem privlačenja investicija koje korespondiraju islamskim principima ulaganja, kreiran je SASEX-BBI

islamski indeks ali je istovremeno uočen i trend priliva turista iz zemalja Zaliva i kupovine imovine od strane istih (Thomson Reuters Islamic finance development report, 2017).

Kada se uporede vrijednosti indeksa, u izvještaju iz 2014. godine indeks je imao vrijednost 4.81, u 2018. godini njegova vrijednost iznosila je 5.15 a 8.46 u 2019. godini. U tom kontekstu, upoređujući indikatore kao i podindikatore za ovaj period, uočava se da su određeni parametri napredovali dok su pitanje zakonske regulative, kao podindikatora, i korporativne društvene odgovornosti kao indikatora, ostale konstantne tokom perioda 2014-2019 i imaju vrijednost 0. Uočava se da su se najveće promjene desile upravo sa rastom aktive jedine banke u BiH koja posluje po principima islamskog bankarstva, što je velikim dijelom odluka osnivača banke iz 2013. godine da izvrše dokapitalizaciju banke za 30 miliona KM a da sistemsko rješenje, u kontekstu adekvatne zakonske regulative, država još uvijek nije ponudila što znatno utiče na daljni razvoj ove perspektivne poslovne aktivnosti. Isto tako, time se onemogućuje razvoj drugih oblika i institucija islamskih finansija kao što je islamsko osiguranje i formiranje islamskih fondova koji bi sigurno uticali na diverzifikaciju finansijskog sektora Bosne i Hercegovine. Uočena razlika u vrijednosti indikatora i podindikatora u slučaju naše zemlje za 2014. i 2019. godinu, predstavljena je u tabeli ispod.

Tabela 27: Vrijednost indikatora i podindikatora u slučaju Bosne i Hercegovine u IFDI indeksu za 2014. i 2019. godinu

Godina	Indikator	Vrijednost indikatora	Inputi - podindikatora	Vrijednost podindikatora
2014	Kvantitativni stepen razvijenosti	0,46	Islamsko bankarstvo	2.28
			Islamsko osiguranje	0
			Druge islamske finansijske institucije	0
			Islamske obveznice	0
			Islamski fondovi	0
	Znanje	16,65	Obrazovanje	14.40
			Istraživanje	18.86
	Upravljanje	2,70	Regulativa	0
			Upravljanje u skladu sa Šerijatom	8.09
			Korporativno upravljanje	0
	Korporativna društvena odgovornost	0	Objelodanjivanje o korporativnoj društvenoj odgovornosti	0
			Fondovi distribuirani za aktivnosti korporativne društvene odgovornosti	0
	Upoznatost	4,27	Seminari	0
			Konferencije	0
			Vijesti	12.81

Godina	Indikator	Vrijednost indikatora	Inputi - podoblasti	Vrijednost podindikatora
2019	Kvantitativni stepen razvijenosti	2.17	Islamsko bankarstvo	10.83
			Islamsko osiguranje	0
			Druge islamske finansijske institucije	0
			Islamske obveznice	0
			Islamski fondovi	0
	Znanje	8.48	Obrazovanje	13.90
			Istraživanje	3.05
	Upravljanje	9,80	Regulativa	0
			Upravljanje u skladu sa Šerijatom	17.09
			Korporativno upravljanje	12.33
	Korporativna društvena odgovornost	0	Objelodanjivanje o korporativnoj društvenoj odgovornosti	0
			Fondovi distribuirani za aktivnosti korporativne društvene odgovornosti	0
	Upoznatost	21.86	Seminari	0
			Konferencije	33.63
			Vijesti	31.95

Izvor: Thomson Reuters 2014, 2019

Budući da se poseban akcenat u ukupnoj vrijednosti IFDI indeksa odnosi na indikator „Znanje“, mi ćemo se u ovom dijelu više fokusirati na pregled dosadašnjih istraživanja koja su sprovedena na temu islamskog bankarstva u BiH, od strane domaćih i stranih autora jer se time stiče dojam naučnog razvoja ove oblasti koja, i prema vrijednosti indikatora IFDI indeksa, u određenim segmentima ima rast kada se porede analizirane godine.

6.2.1 Pregled istraživanja iz oblasti islamskog bankarstva u Bosni i Hercegovini

Generalno, može se reći da prva istraživanja na temu analize islamskog koncepta bankarstva u BiH datiraju iz perioda 2000-tih. U naučnom pogledu, poseban doprinos za razvoj islamskog bankarstva i finansija u Bosni i Hercegovini dao je uvaženi profesor Fikret Hadžić (1960-2018). U radu iz 2002. godine „*Islamski pristup ekonomskom razvoju*“, Hadžić objašnjava koncepciju islamskog pristupa ekonomskom razvoju nudeći objašnjenja razloga slabog ekonomskog razvoja islamskih zemalja. Knjigom „*Islamska ekonomija*“, Muharem Šabić (2003) daje doprinos literaturi iz ove oblasti na bosanskom jeziku analizirajući koncept islamske ekonomije. Hadžić (2005) objavljuje knjigu „*Islamsko bankarstvo i ekonomski razvoj*“ koja je veoma značajna iz razloga što se tada vrlo detaljno, na našem jeziku, predstavljaju instrumenti odnosno vrste ugovora islamskog bankarstva.

Mogućnost potpunije primjene beskamatnog bankarstva u Bosni i Hercegovini istražuje Efendić (2008) navodeći da bi osnivanje novih banaka u BiH, prije svega beskamatnih, dovelo do boljih makroekonomskih efekata, u smislu privlačenja direktnih stranih investicija, budući da je bankarski sektor previše usmjeren ka segmentu stanovništva što nije dobar ekonomski pravac za razvoj zemlje. U radu, autor navodi niz faktora koji uveliko ograničavaju rad beskamatnih institucija, prije svega već spomenutog Zakona o bankama, ali

isto tako daje i niz prijedloga kako promijeniti postojeću situaciju gdje se najveći akcenat stavlja na bolju edukaciju, posebno kreatora javnih politika, o tome koje su ekonomske prednosti implementacije ovog vida poslovanja ali i zakonskih izmjena koje jasno određuju koje su to aktivnosti kojima se banka može baviti a koje bi bile u korist beskamatnog bankarstva.

Slična analiza data je i u radu autora Hadžić i Klepić (2009) koji su analizirali model islamskog bankarstva Velike Britanije i njegovoj mogućnosti implementacije u BiH. U navedenom radu, autori ističu da je za uspjeh Velike Britanije zaslužan princip posmatranja islamskog bankarstva isključivo kao ekonomskog a ne nacionalnog ili religijskog pitanja što je više slučaj u BiH. S druge strane, Ramić (2009) analizira mogućnost razvoja islamskih fondova i mikro finansiranja u islamskom bankarstvu, navodeći primjer BBI banke. Autor ističe postojanje islamskih namjenskih fondova za mikrofinansiranje BBI banke, Al Mactoum fond i Fond povjerenja, koji su oformljeni sa ciljem finansiranja klijenata na beneloventnoj osnovi koji snose administrativne troškove.

Koristeći analizu obavljanja podataka (*engl. Data Envelopment Analysis ili skraćeno DEA*), Efendić (2011) je analizirao efikasnost bankarskog sektora Bosne i Hercegovine za 2009. godinu na uzorku od 18 konvencionalnih banaka i BBI banke, kao jedine islamske banke u zemlji. Rezultati istraživanja pokazali su da je islamska banka manje efikasna u odnosu na druge banke iz uzorka i da ima negativan uticaj na efikasnost bankarskog sektora BiH. S druge strane, istraživanje također ukazuje i na to da su veće banke efikasnije od manjih dok u slučaju BBI banke, konvencionalne banke koje su po veličini jedanke BBI banci ipak su efikasnije u odnosu na nju.

Ergun i Djedovic (2011) istraživali su koji su to presudni faktori koji utiču na pojedinca da odabere BBI banku za pruženje finansijskih usluga. Akcenat je stavljen na znanje i percepciju. Istraživanje je sprovedeno koristeći dubinske intervjue sa ukupno 200 klijenata: 72 koja su korisnici usluga BBI banke i 128 onih koji to nisu. Rezultati faktorske analize pokazali su da:

- i oni koji koriste usluge BBI banke i oni koji nisu njeni klijenti odobravaju određena pravila po kojima islamske banke posluju kao što je zabrana kamate, podjela dobiti i gubitka, zabrana kreiranja novca putem novca kao i zabrana zarađivanja putem haram aktivnosti;
- i pored svjesnosti o postojećim proizvodima islamskog bankarstva, kada je u pitanju odabir banke, ispitanici su ipak dali prednost troškovima i određenim pogodnostima;
- islamska banka mora da poboljša kvalitet usluge i profitabilnost kako bi odgovorila na potrebe klijenata,
- visoki troškovi, niska profitabilnost i slaba mreža poslovnica uveliko utiču na odabir banke.

Pored navedenih rezultata, autori navode da su većina ispitanika muslimani i da je kod pojedinaca koji su odabrali islamsku u odnosu na konvencionalnu banku, religija veoma važan faktor koji utiče na proces odlučivanja.

Autori Goksu i Becic (2012) sproveli su istraživanje na bazi upitnika u kontekstu upoznati javnosti sa principima islamskog bankarstva gdje je akcenat stavljen na ponašanje, uvjerenje i percepciju klijenata o uslugama jedine islamske banke u BiH. Upitnik se sastojao od 27 pitanja, sastavljenih na bosanskom i engleskom jeziku. Konačan broj analiziranih upitnika bio je 186. Rezultati upućuju da javnost nije dovoljno upoznata sa konceptom islamskog bankarstva i da je većina klijenata odabrala islamsku banku radi vjerskih uvjerenja. Ipak,

konačni zaključak istraživanja jeste da islamsko bankarstvo ima potencijala za razvoj u BiH i da treba iskoristiti mogućnosti koje pruža.

Sa ciljem približavanja koncepta islamske ekonomije i finansija, koristeći komparaciju vjerskih i ekonomskih postulata ove poslovne filozofije, Smolo (2013) u knjizi „*Uvod u islamsku ekonomiju i finansije: teorija i praksa*“ daje vrlo obimnu i opsežnu analizu datih pojmova i time doprinosi razvoju islamske ekonomske misli na bosanskom jeziku.

Komorowski i Kubiszewska (2015) upoređivali su banke iz regiona sa bankama u BiH sa posebnim osvrtom na BBI banku koristeći CAMEL model na osnovu pokazatelja ROA, ROE, racija adekvatnosti kapitala, udjela nekvalitetne imovine u ukupnoj imovini, kadrovskih rashoda za nekamatne rashode i kratkoročne obaveze na ukupnu imovinu. CAMEL analiza BBI banke u poređenju sa cijelim sektorom, za period 2010-2014, ukazuje da je pozicija banke bila relativno stabilna.

Efendić i Hadžić (2017) analizirali su operativnu efikasnost mikrokreditnih organizacija u BiH i moguća iskustva u slučaju islamskih mikrokreditnih organizacija sa posebnim osvrtom na jedinu mikrokreditnu organizaciju u BiH koja posluje u skladu sa islamskim principima. Koristeći DEA metod, autori su pokazali da je islamska mikrokreditna organizacija bila efikasnija u odnosu na konvencionalne.

Saračević i Šarlija (2017) istraživale su finansijske performanse klijenata jedine banke u BiH koja posluje u skladu sa principima islamskog bankarstva u cilju utvrđivanja razlike između finansijskih racija zdravih kompanija i one koje to nisu. Istraživanje se odnosilo na period 2009-2013 na bazi uzorka od 419 poslovnih subjekata. Autori su, na osnovu dostupnih podataka, izračunali racio likvidnosti, efikasnosti, profitabilnosti, aktivnosti i zaduženosti. Kompanije su okarakterisane kao zdrave ukoliko su ispunjavale svoje obaveze prema banci u periodu do 90 dana. Ukupno je izračunato 33 finansijska racija. Rezultati istraživanja su pokazali da su najvažniji pokazatelji i zdrave kompanije i ona koja to nije, racio profitabilnosti i aktivnosti. Prema Saračević i Šarlija (2017), racio likvidnosti nije ukazao na značajanu razliku između zdravih kompanija i onih koje to nisu čime on nije označen kao jedan od važnijih finansijskih pokazatelja.

U radu koji se može smatrati nadogradnjom gore navedenog rada, Hodžić i Saračević (2020) su koristeći isti uzorak od 419 poslovnih subjekata, predstavili prijedlog modela koji se može koristiti pri analizi kreditnog rizika na primjeru jedine banke koje posluje po principima islamskog bankarstva u BiH. Rezultati su pokazali da racio zaduženosti i aktivnosti imaju veći ponder učešća u odnosu na druge pokazatelje. Isto tako, racio aktivnosti je veoma važan za analizu kompanija koje posluju po principu islamskog bankarstva mada se isti može koristiti i u slučaju konvencionalnih banaka.

Efendić i Bisić (2020) analizirali su pitanje vakufa (*zadužbina ili na engl. Waqf*) u kontekstu društveno-ekonomske sintagme i razvoja islamske ekonomije u Bosni i Hercegovini. Zadužbine kao institucije imaju veoma važnu historijsku ulogu u razvoju Bosne i Hercegovine budući da su doveli do pojave cijelih gradova. U ovom radu, autori posmatraju vakuf kao model društvenog preduzetništva. Istraživanje je rađeno koristeći metod upitnika na uzorku od 250 ispitanika. Upitnik se sastojao od 34 pitanja koji su klasifikovani u pet kategorija: lične informacije, članstvo u Islamskoj zajednici, percepcija o vakufu, uloga Islamske zajednice u kreiranju svijesti o važnosti institucije vakufa i motivacija za jačanje institucije vakufa. Rezultati ukazuju da su većina ispitanika svjesna o važnosti vakufa i

njegove uloge u društveno-ekonomskom razvoju ali isto tako uočen je niži stepen upoznatosti sa principima vakufa i prakse u okviru islamskog zakona. Isto tako ističe se i zaključak da Islamska zajednica mora da se dodatno angažuje kako bi se povećao stepen upoznatosti sa institucijom vakufa u kontekstu adekvatnosti njegove upotrebe.

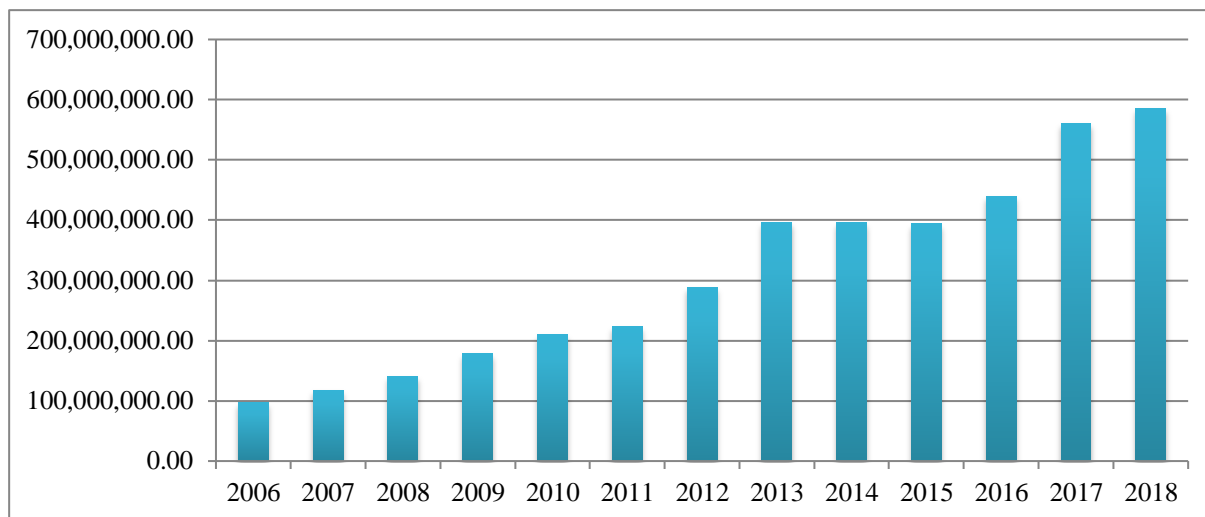
Što se tiče istraživanja u pogledu koncepta korporativne društvene odgovornosti, pregledom literature pronađen je određeni broj radova, domaćih i stranih autora, koji su analizirali primjenu ovog koncepta, teorijski i empirijski, na primjeru preduzeća u BiH, poput Mešanović (2005), istraživanja agencije PRIME Communications (2009), Šehić i Šabanović (2009), Babić-Hodović et al. (2010), Delić (2013), Palalić (2014), Prutina i Šehić (2016), Čavalić (2017), Čavalić i Bećirović (2017: 2018), Alić et al. (2018) itd. Isto tako, pregledom COBISS baze uočava se određeni broj diplomskih i master radova koji tretiraju ovu oblast na primjeru preduzeća iz naše zemlje te stavova kupaca o ovom pitanju.

Međutim, kada je u pitanju analiza islamskog aspekta korporativne društvene odgovornosti, literatura na bosanskom ili srodnom jeziku kao i opća istraživanja na ovu temu domaćih autora je veoma ograničena. Konkretno, radi se o radovima autora poput Efendić (2014), koji predstavlja inpute islamske poslovne etike, Efendić i Hadžić (2017a) koji daju teorijski pristup društvenoj odgovornosti u kontekstu islamske ekonomije i finansija, Hadžić i Hanić (2017) koji su pored teorijskog pristupa inputima islamskog pristupa korporativnoj društvenoj odgovornosti istraživali i odgovornost države (*engl. State Social Responsibility ili skraćeno SSR*) kao i rad autora Lekpek (2019) iz susjedne Srbije koji također daje teorijski okvir islamskog pristupa korporativnoj društvenoj odgovornosti.

6.2.2 Uloga BBI banke u razvoju islamskog bankarstva u Bosni i Hercegovini i rezultati sprovedenog kvalitativnog istraživanja

Kada govorimo o doprinsu BBI banke u kontekstu edukacije javnosti o islamskom bankarstvu i finansijama, isti je izuzetan. Banka je za potrebe edukacije svojih zaposlenih 2008. godine osnovala BBI Akademiju, organizovala seminare o islamskom bankarstvu i putem stipendija dala potporu uspostavljanja katedre za postdiplomski studij iz oblasti islamskog bankarstva na Ekonomskom fakultetu u Sarajevu (Godišnji izvještaj BBI banke, 2008). Radi se o master studiju „*Islamic banking*“, kojeg u Sarajevu izvode Ekonomski fakultet u Sarajevu, Bolton Univerzitet iz Velike Britanije i BBI banka. Pored toga, 2013. godine banka je kao partner učestvovala u osnivanju Centra za islamsku ekonomiju, bankarstvo i finansije (CIEBF) pri Ekonomskom fakultetu u Sarajevu. BBI Akademija je u saradnji sa CIEBF 2017. godine organizovala prvi seminar u Bosni i Hercegovini iz islamskog bankarstva i finansija.

Tržišno učešće BBI banke, iako ima tendenciju rasta tokom vremena, manje je od 5% ali ako uzmemo u obzir regulatorne okvire koji ograničavaju ovaj vid poslovne aktivnosti onda se može reći da je banka ipak ostvarila poslovni uspjeh. Isto tako banka bilježi porast aktive tokom vremena pa je za očekivati da će se taj trend nastaviti i u budućnosti što će uticati na položaj banke kako u odnosu na druge banke tako i u pozicioniranju njene društvene uloge. Vrijednost aktive BBI banke za period 2006-2018, predstavljena je na narednom grafikonu.



Izvor: Godišnji izvještaji BBI banke (2007, 2010, 2013, 2016, 2018)

Grafikon 4: Vrijednost aktive BBI banke za period 2006-2018 (u USD)

U pogledu ranije spomenute društvene odgovornosti, BBI banka je 2015. godine dobila nagradu za najbolju praksu korporativne društvene odgovornosti od strane portala „Global Banking & Finance Review“ iz Velike Britanije u kojem se navodi da; *“BBI banka nije strogo vođena komercijalnim bankarskim principima. Takav razvojni pristup daje dobre rezultate, kako u poslovnom domenu, tako i u društveno odgovornom poslovanju. Urednički kolegij sastavljen od eminentnih stručnjaka iz najznačajnijih ekonomskih oblasti je BBI banci dodjelio nagradu ocjenjujući je u četiri kategorije: kao banci koja se fokusira na razvoj privrede u zemlji kroz ulaganje u razvoj i rast privrednih subjekata putem BBI VIP Business Club. Potom se njeno društveno odgovorno poslovanje ogleda kroz ulaganje u razvoj kadrova putem BBI Akademije i podršku zajednici u kojoj posluje putem niz odgovornih projekata, te posvećenosti poboljšanju kvalitete usluge”*, (Global Banking & Finance Review, 2015).

Da bi se ovakav odnos banke prema društvenoj odgovornosti mogao detaljnije analizirati a posebno u kontekstu podsticanja društvenih i ekonomskih aktivnosti koje doprinose razvoju cijele Bosne i Hercegovine, urađen je dubinski intervju (pitanja su predstavljena u prilogu 6) sa članovima kabineta predsjednika Uprave BBI a koji su zaduženi i uključeni u aktivnosti korporativne društvene odgovornosti banke. Predmet intervju bile su teme percipiranja banke u javnosti, njen odnos prema društvenoj zajednici i konceptu korporativne društvene odgovornosti kao i praksi nefinansijskog izvještavanja. Dubinski intervju kao kvalitativna istraživačka tehnika često se koristi za pružanje konteksta drugim podacima. U tom pogledu, budući da je u ovom radu primarno zastupljeno istraživanje na bazi analize godišnjih izvještaja, dubinski intervju korišten je da bi se dobila šira slika o pitanjima koja su kao takva zastupljena u okviru indeksa objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti kao temelju za istraživanje.

Kada govorimo o stepenu razvoja islamskog bankarstva u našoj zemlji, generalno je prihvaćen stav da potencijalni klijenti u Bosni i Hercegovini ali i regionu nisu dovoljno upoznati sa suštinskim principima islamskog bankarstva. U naučnom pogledu neka istraživanja poput Ergun i Djedovic (2011) i Goksu i Becic (2012) potvrđuju tu konstataciju kada je u pitanju naša zemlja dok istraživanje Hanić (2017) o stavovima direktora 12 komercijalnih banaka iz Srbije također potvrđuje stav da 83% analiziranih ispitanika smatra da javnost u Srbiji nije dovoljno upoznata sa principima islamskog bankarstva. Ova

konstatacija potvrđena je i djelimično od strane članova kabineta predsjednika Uprave sa kojima je i rađen intervju ali sa naglaskom da su ipak postignuti veoma značajni rezultati obzirom da se, prema njihovom mišljenju, tek sa pojavom BBI pojavljuje i koncept islamskog bankarstva. Isto tako, ispitanici ističu da je banka u javnosti percipirana kao etička što je usko povezano sa aktivnostima koje ova institucija sprovodi u cilju ispunjenja društvenih normi. Pored toga, naglašava se i da se radi o jednoj dugoročnoj aktivnosti koja zahtijeva jako puno napora ne samo banke nego i šire zajednice. U tom kontekstu, možemo se osvrnuti i na rezultate IFDI Indeksa za BiH za 2019. godinu u okviru kojeg se uočava da indikator *Upoznatost* ostvaruje rast u odnosu na 2014. godinu.

Jedno od pitanja koje je bilo obuhvaćeno dubinskim intervjuom odnosilo se na razloge i motive zbog kojih BBI banka vodi poslovnu politiku koja izlazi iz okvira klasične bankarske prakse i poprima suštinsku islamsku formu ostvarenja društvenog interesa (maslehe). S tim u vezi dobijeno je objašnjenje da Islamska razvojna banka (IDB), kao većinski dioničar BBI banke, u svojoj misiji ima naglašenu razvojnu komponentu i da podrška razvoju lokalne zajednice, regiona i ekonomije cijele zemlje predstavlja osnovnu dimenziju politike odlučivanja Uprave BBI banke. Time se, kako ističu ispitanici, podupiranje ekonomskog razvoja zemlje i istovremeno percipiranje banke kao islamske međusobno ne isključuju nego daju veći sinergijski efekat.

Prilikom sprovođenja ovog dijela istraživanja interesovao nas je odgovor na pitanje kolika je proporcija PLS proizvoda (Mudaraba i Musharakah) u odnosu na Murabaha, Ijarah, Istisna, Qard-hasan proizvode s obzirom na to neki islamski teoretičari, poput Usmanija, Chapre ili Asutaya, navode da se pojedine islamske banke sve više udaljavaju od svog osnova (a to je upotreba proizvoda na bazi raspodjele profita i gubitka) kao i zbog toga što zakonska regulativa BiH u oblasti bankarstva djeluje ograničavajuće na razvoj islamskog bankarstva. S tim u vezi, dobiven je očekivani odgovor da Šerijatski odbor BBI banke odobrava bankarske proizvode koji su u skladu sa bankarskom regulativom u BiH, a pri tome zadovoljavaju minimum zahtjeva koje postavljaju principi islamskog bankarstva. U skladu sa time, najveći broj proizvoda je baziran na kombinaciji Mudaraba i Ijara ugovora, dok je samo određeni broj „retail“ proizvoda zasnovan na Murabaha principu. U oba slučaja, profit banke izražava rentu koju banka naplaćuje za svoje partnersko učešće u realizaciji bankarskih proizvoda i usluga.

Isto tako, tvrdnja profesora Asutaya da je izgradnja Zemzem tornja u Meki, u blizini Kabe društveni neuspjeh islamskog bankarstva inspirisala nas je da članovima kabineta predsjednika Uprave postavimo pitanje da li se ova banka prilikom donošenja investicionih odluka pridržava i drugih pravila poput uticaja investicija na okoliš, na kulturna dobra, na lokalnu zajednicu i sl. osim načela islamskog bankarstva. Na ovo pitanje dobijen je potvrđan odgovor koji je obrazložen odgovarajućim primjerima iz prakse poslovanja banke.

Analizom odgovora ispitanika utvrđeno je da Šerijatski odbor i interna Šerijatska revizija vrše kontrolu implementacije odobrenih proizvoda i investicija i da o tome izvještavaju Šerijatski odbor. S obzirom na to da u osnovi islama iz njega izvedenih koncepata islamske ekonomije, islamskih finansija i bankarstva, postoje principi pravednosti, dobročinstva i povjerenja, što se između ostalog ogleda u tome da u slučajevima kada klijent kasni sa otplatom duga namjerno, islamske banke ne mogu odgovarajuće penale evidentirati odnosno knjižiti kao prihod već su dužni da tako prikupljena sredstva doniraju u dobrotvorne svrhe. Sprovođenjem ovog dijela istraživanja željeli smo saznati kakvu praksu u tom pogledu sprovodi BBI banka. Na osnovu odgovora ispitanika izveden je nedvosmislen zaključak da BBI banka sredstva prikupljena po osnovu penala za namjerno kašnjenje sa otplatom duga usmjerava u dobrotvorne svrhe

odnoso u Charity Fund banke koji postoji od njenog osnivanja. Ova praksa prisutna je i kada su u pitanju druge islamske banke.

Jedna od centralnih tema ovog dijela našeg istraživanja odnosila se na pitanje određenja BBI banke prema suštini korporativne društvene odgovornosti odnosno načinu na koji BBI banka provodi ovu društvenu odgovornost u okviru core i non-core aktivnosti. Kada je riječ o core bankarskim aktivnostima, ova banka teži da bude socijalno odgovorna kroz kreiranje specifičnih finansijskih linija za podršku stanovništvu, posebno povratnicima, privredi i sl. što se očituje kroz odgovarajuću (društveno odgovornu) cjenovnu politiku. Korporativna društvena odgovornost BBI banke koja se sprovodi kroz non-core aktivnosti zastupljena je u svim ostalim segmentima poslovanja banke izvan core bankarskih aktivnosti, kao što su stipendiranje učenika i studenata, organizacija Sarajevo Business Forum, Sarajevo Halal Fair, VIP biznis klub i dr.

U pogledu organizacionog ustrojstva korporativne društvene odgovornosti BBI banke ustanovili smo da ova funkcija nije organizovana kao zasebna cjelina (odjel) već su u kreiranje i implementaciju uključeni drugi odjeli odnosno Marketing i PR odjel, retail i corporate, VIP Business klub, call centar i dr. Inače, po mišljenju ispitanika, svi zaposlenici BBI banke su dovoljno upoznati sa suštinom koncepta korporativne društvene odgovornosti i, posljedično, svaki zaposlenik može na svoj način da doprinese afirmaciji i implementaciji ovog koncepta u praksi. Pored toga, ovo istraživanje je pokazalo i da BBI banka praktikuje korporativnu društvenu odgovornost na nivou čitave BiH te da je takva praksa na zavidnom nivou što je pozitivno ocjenjeno i podržano od strane dioničara banke posebno zbog toga što je banka primarno orijentisana na podršku različitih projekata iz domena obrazovanja i nauke.

S druge strane, kada je u pitanju evidentiranje društvenih aktivnosti, prije svega u kontekstu iznosa sredstava doniranja, interesantno je saznanje da se BBI banka ne nalazi u bazi Giving Balkans (www.givingbalkans.com) koja evidentira filantropske aktivnosti pojedinaca i kompanija iz svih zemalja regije. Po našem mišljenju, BBI banka bi trebalo da ove aktivnosti učini vidljivim i na taj način obezbijedi da njene aktivnosti budu evidentirane u navedenoj bazi. Ovo pitanje usko je povezano sa praksom primjene nefinansijskog izvještavanja konkretnije primjenom AAOIFI Standarda, posebno standarda 7, koji se odnosi na korporativnu društvenu odgovornost. U ovom istraživanju došli smo do saznanja da BBI banka ne primjenjuje ove standarde iz razloga što su oni dobrovoljne prirode odnosno da banka mora primjenjivati Međunarodne računovodstvene standarde i odgovarajuću zakonsku regulativu BiH. Pored toga, naglašeno je da je BBI banka razvila sopstveni sistem izvještavanja koji pored finansijskih obuhvata i nefinansijske podatke ali da isti nije zasnovan na GRI odnosno IRI Smjernicama. Ovakvo nalazište konzistentno je i sa činjenicom da se BBI ne nalazi u bazi globalnog online kataloga korporativne odgovornosti Corporate Register.

Sumirajući rezultate dobijene na osnovu intervjua sa članovima kabineta predsjednika Uprave banke koji su veoma dobro obavješteni o poslovnoj politici koju BBI banka sprovodi može se zaključiti da je BBI banka posvećena pružanju podrške ekonomskom razvoju zemlje, nastoji da u okvirima postojeće zakonske regulative u svoju normativnu aktivnost i poslovnu praksu ugradi elemente sadržane u baznim principima islamskog bankarstva i da ispoljava visok stepen odgovornosti prema društvu. Međutim isto tako, iako banka ima izražen odnos prema korporativnoj društvenoj odgovornosti segment objelodanjivanja tih aktivnosti nije dovoljno zastupljen budući da banka primjenjuje lokalne (BiH) odnosno međunarodne finansijske standarde izvještavanja za razliku od primjene GRI ili IRI Smjernica, posebno u kontekstu AAOIFI Standarda.

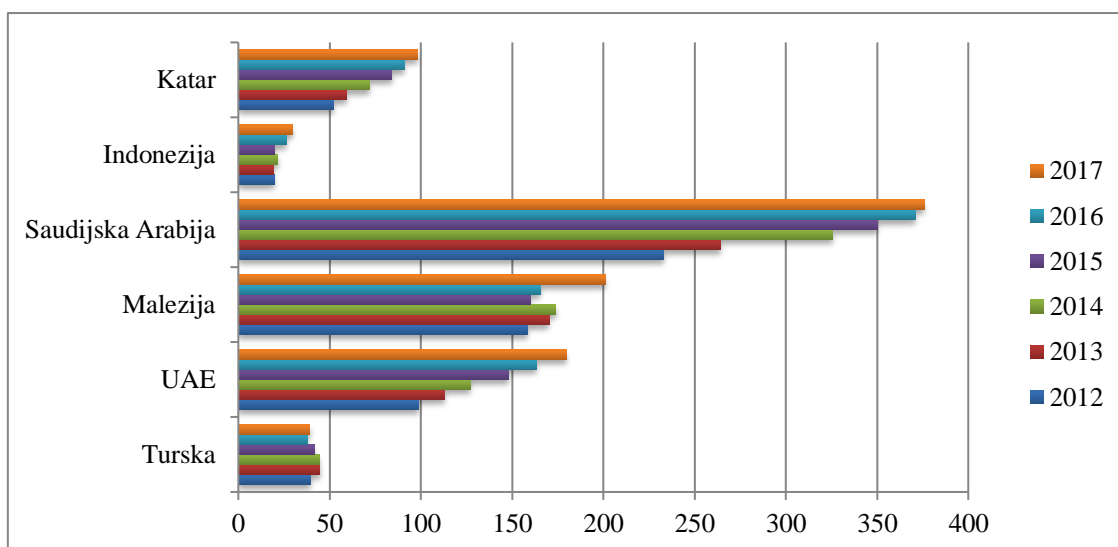
Ovaj zaključak konzistentan je i sa vrijednostima indikatora Korporativna društvena odgovornost u okviru IFDI Indeksa koji u slučaju BiH za obje navedene godine, 2014. i 2019., ima vrijednost nula čime se ističe da koncept objelodanjivanja nije dovoljno implementiran u način poslovanja analizirane banke. Isto tako, iako banka ima impresivnu listu društvenih aktivnosti i načina stipendiranja učenika iz specijalno kreiranih fondova za tu svrhu, ta aktivnost također nije dovoljno zastupljena niti naglašena ne samo u izvještajima banke nego i u slučaju ranije spomenute regionalne baze Giving Balkans.

Nakon što je data analiza stepena razvoja islamskog bankarstva u Bosni i Hercegovini, u nastavku je analiziran njegov razvoj u KISMUT zemljama. Ova analiza je značajna zbog već spomenute činjenice da osnivači jedine banke u BiH dolaze upravo iz KISMUT zemalja.

6.3 Islamsko bankarstvo u KISMUT zemljama

Analizirajući tri faktora: ekonomski rast (trenutni i budući), veličinu ekonomije i populaciju i strateški značaj za globalni biznis, Ernst & Young su u izvještaju „*World Islamic Banking Competitiveness Report 2014*“ ustanovili novu skupinu zemalja pod imenom KISMUT (Katar, Indonezija, Saudijska Arabija, Malezija, Ujedinjeni Arapski Emirati i Turska). U KISMUT zemljama skoncentrisano je 80% vrijednosti ukupne aktive islamskog bankarstva čija je vrijednost u 2015. godini bila 801 milijarde USD (Ernst & Young, 2016). Time su ove zemlje identifikovane kao one sa najvećom stopom rasta islamskog bankarstva. Pored toga, radi se o prostoru gdje živi oko 67% klijenata odnosno korisnika usluga islamskog bankarstva (Saudi Arabia – Islamic Finance Report, 2015).

U naučnom aspektu, KISMUT zemlje su zanimljive za analizu jer su „*novijeg*“ datuma u smislu istraživanja budući da su se do sada u velikoj mjeri analizirale zemlje MENA (*engl. Middle East North Africa*), GCC regiona ili OIC zemlje (Yildirim, 2015). S druge strane, i u slučaju KISMUT zemalja, posmatrano po svakoj zemlji individualno, i ovdje nije jednak stepen razvoja islamskog bankarstva i finansija što je predstavljeno na narednom grafikonu kroz vrijednost aktive islamskih banaka u ovim zemljama.



Izvor: Thompson Reuters (2014, 2015, 2016, 2017, 2018), TKBB (2018), IPIEF (2018)

Grafikon 5: Vrijednost aktive islamskih banaka u KISMUT zemljama

Kada govorimo o poziciji svake zemlje pojedinačno u okviru KISMUT skupine, ta struktura je predstavljena u narednoj tabeli.

Tabela 28: Pojedinačno učešće zemalja u okviru KISMUT po vrijednosti ukupne aktive

Zemlja	Pojedinačno učešće u okviru KISMUT po vrijednosti ukupne aktive
Katar	9%
Indonezija	3%
Saudijska Arabija	36%
Malezija	17%
UAE	16%
Turska	5%

Izvor: World Islamic Banking Competitiveness Report 2016

U kontekstu naučnih istraživanja KISMUT zemalja, njihov broj nije veliki. Lackmann (2014) daje teorijsku analizu stepena razvoja islamskog bankarstva u svakoj pojedinačnoj zemlji u okviru KISMUT skupine. Yildirim (2015) je analizirao finansijske razlike i sličnosti 56 islamskih banaka koje posluju u KISMUT zemljama između 2012. i 2014. godine. Autor je primjenio multidimenzionalno skaliranje i klaster analizu korištenjem omjera profitabilnosti, rasta, rizika i DuPont-a. Rezultati klaster analize za 2012. ukazuju da islamske banke iz Katara, Saudijske Arabije i Turske imaju slične rezultate u pogledu profitabilnosti, rasta i rizika dok je u 2013. godini ta sličnost uočena među bankama iz Katara, Turske i UAE. Sprovedena klaster analiza za 2014. godinu najveću finansijsku sličnost uočava među islamskim bankama iz Katara i Saudijske Arabije. Generalni zaključak studije jeste da islamske banke u okviru KISMUT zemalja imaju slične pokazatelje profitabilnosti.

Yadiat et al. (2017) ispitivali su uticaj islamskog pristupa korporativnom upravljanju (*engl. Islamic Corporate Governance ili skraćeno ICG*) i korporativnoj društvenoj odgovornosti (*engl. Islamic Corporate Social Responsibility ili skraćeno ICSR*) na tržišnu disciplinu 42 islamske banke iz KISMUT zemalja koristeći finansijske performanse, ROA i ROE, kao interventne varijable. Korištena metoda jeste analiza sadržaja na osnovu indeksa objelodanjivanja podataka o korporativnom upravljanju (*engl. ICG Disclosure Index ili skraćeno ICGDI*) i objelodanjivanje podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti (*engl. Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure Index ili skraćeno ICSRDI*). Analizirani period je 2012-2015. godina.

ICGD indeks je računat na osnovu korporativnih standarda upravljanja islamskih institucija koje izdaje IFSB. Na osnovu toga, indeks se sastojao od osam dimenzija i ukupno 58 varijabli. ICGD indeks je podjeljen na dvije komponente: šerijatsko upravljanje (*engl. Shariah Governance ili skraćeno SG*) i generalno upravljanje (*engl. General Governance ili skraćeno GG*). S druge strane ICSR indeks zasnovan je na metodologiji autora Haniffa (2002) koja se bazira na AAOIFI standardima i uključuje pet dimenzija sa 38 varijabli.

Rezultati istraživanja su pokazali da je stepen ICG visok među islamskim bankama u KISMUT zemljama gdje prednjači Indonezija (72%) dok je najniži u Turskoj (42%). Isto tako, rezultati upućuju da je objelodanjivanje podataka o šerijatskom upravljanju niže u odnosu na podatke o generalnom upravljanju bankom. S druge strane, objelodanjivanje podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti, posmatrano na nivou KISMUT zemalja, je 60%. U uzorku, najviši stepen objelodanjivanja podataka imaju islamske banke iz Indonezije a najmanje iz Turske. Konačni rezultati upućuju da ICGD i ICSR utiču na finansijske

performanse islamskih banaka ali da ne utiču na tržišnu disciplinu analiziranih banaka mjereno datim finansijskim performansama.

Yildirim (2017) analizira islamske banke u KISMUT zemljama sa aspekta efikasnosti. Istraživanje je bazirano na uzorku od 55 banaka za period 2012-2016. godina koristeći DEA metod i Malmquistov indeks ukupne produktivnosti svih faktora (*engl. Malmquist Total Factor Productivity Index*). Rezultati istraživanja pokazali su da je 29 od 55 analiziranih banaka imalo tehničku efikasnost što znači da su te banke svoju aktivnu i kapital koristile efikasno. Posmatrano po svakoj zemlji pojedinačno, Katar ima najbolje rezultate u pogledu efikasnosti islamskih banaka u poređenju s drugim zemljama KISMUT-a i analizirana tehnička efikasnost islamskih banaka u Kataru je najveća u posljednoj posmatranoj godini (2016). Prosječna efikasnost islamskih banaka koje posluju u Indoneziji je u padu.

Za razliku od indonežanskih islamskih banaka, nivo tehničke efikasnosti islamskih banaka u Saudijskoj Arabiji se povećao posljednjih godina. Slično tome, malezijske islamske banke zabilježile su blagi porast tehničke efikasnosti. Prosječne vrijednosti efikasnosti 7 islamskih banaka iz UAE uključenih u analizu bile su u rasponu između 0,876 i 0,974. Prosječna efikasnost islamskih banaka Turske bilježi pad u posljednjih nekoliko godina, gdje je 1 od 3 analizirane banke imala tehničku efikasnost za 2016. godinu. Generalni zaključak studije jeste da islamske banke u KISMUT zemljama ne posluju na optimalnom nivou. U nastavku je predstavljen stepen razvoja i karakteristike islamskog bankarstva u svakoj od zemalja koje čine KISMUT skupinu.

6.3.1 Karakteristike islamskog bankarstva u Kataru

Katar je mala zemlja i emirat na Bliskom istoku, sa populacijom od oko 1.400.000 stanovnika i jedna od ekonomski najrazvijenih zemalja. GDP Katara je u 2018. godini iznosio 192.01 milijarde USD što predstavlja učešće od 0,31% u svjetskoj ekonomiji⁶¹ odnosno rast ukupnog GDP-a je bio stabilan i iznosio je 2,6% (Qatar Banking Sector Analysis, 2019). Historijski, Katar je postao britanski protektorat 1916. godine da bi 1971. godine stekao nezavisnost od Velike Britanije. Ekonomija zemlje uveliko ovisi o nafti koja je prvi put otkrivena 1939. godine ali je ekonomski razvoj zemlje, zahvaljući nafti, počeo 1970-tih godina.

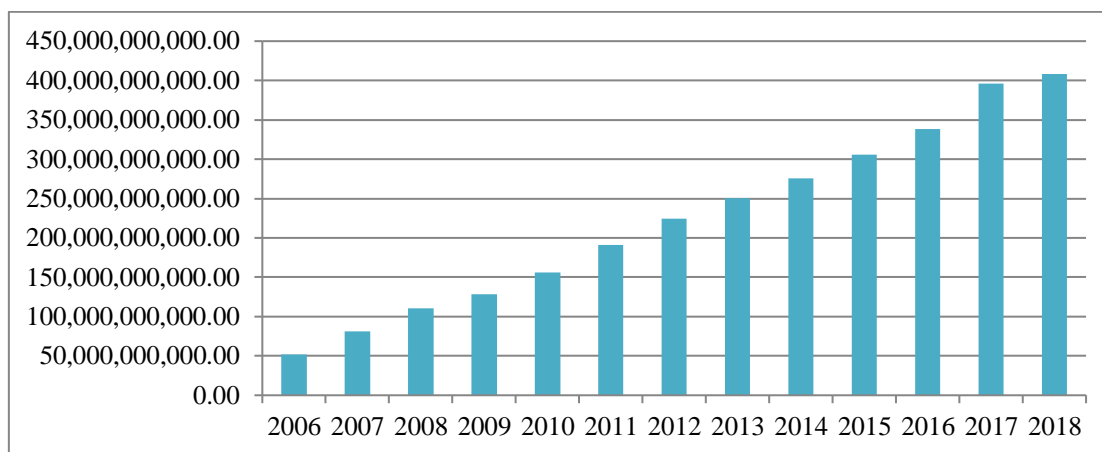
Da bi pokazala svoju posvećenost ostvarenju održivog ekonomskog rasta, Katar je 2008. godine predstavio strategiju *Qatar National Vision 2030 (QNV 2030)* koja ima za cilj da transformiše Katar u napredno društvo sposobno da bude aktivni učesnik i nosilac održivog razvoja. Da bi postigao taj cilj, Katar mora uspješno uskladiti izazove:

- modernizacija i očuvanje tradicije,
- zadovoljenje potreba sadašnje i budućih generacija,
- kontrolisani rast,
- struktura i kvalitet radne snage, posebno inostrane, u cilju adekvatnog razvoja i
- usklađenje ekonomskog i društvenog rasta kao i menadžmenta okoliša.

Kada govorimo o bankarskom sektoru, prve banke u Kataru počele su sa radom tokom 1950-tih godina, gdje je Eastern Bank (sada Standard Chartered Bank) bila jedina banka u zemlji do 1954. godine. Većina banaka bile su strane banke sve do 1965. godine kada je osnovana prva domaća banka, Qatar National Bank (QNB). Ova banka ujedno je i najveća konvencionalna banka u Kataru sa tržišnim učešćem od oko 39%.

⁶¹ <https://tradingeconomics.com/qatar/gdp> (Pristupljeno 01.7.2019).

Bankarski sektor Katara sastoji se od tri vrste banaka: komercijalne banke (domaće i strane), islamske banke i specijalne banke (razvojna banka Katara odnosno Qatar Development Bank). Banke su četvrte po vrijednosti GDP-a zemlje (Qatar Islamic finance report, 2017). U Kataru trenutno posluje 18 banaka od čega je 13 konvencionalnih, četiri islamske i jedna specijalizovana banka (Qatar Islamic finance report, 2018). Ukupna aktiva katarskih banaka, za period 2006-2018, konvencionalnih i islamskih, predstavljena je na sljedećem grafikonu.



Izvor: Qatar Central Bank, KPMG (2019)

Grafikon 6: Ukupna aktiva bankarskog sektora Katara za period 2006-2018 (u USD)

Islamsko bankarstvo u Kataru datira iz perioda 1980-tih godina, osnivanjem i prve, a danas ujedno i najveće islamske banke u ovoj zemlji, Qatar Islamic Bank. Općenito, industrija islamskih finansija važan je dio katarskog finansijskog sistema i pokazala je otpornost u uslovima nepovoljnijih ekonomskih uslova kao što su svjetska ekonomska kriza odnosno blokada Katara koju su 2017. godine pokrenuli susjedi Saudijska Arabija, UAE, Egipat i Bahrein. Nadmašujući rast konvencionalne aktive, islamske finansijske institucije su, mjereno složenom godišnjom stopom rasta (CAGR) imale rast aktive od 11% u posljednjih pet godina dok je CAGR samo u 2017. godini iznosio 13% (Qatar Islamic Finance Report, 2018).

U rangiranju IFCI indeksa Katar je, za 2019. godinu, od ukuno 48 zemalja pozicioniran na 12 mjestu sa ukupnom vrijednošću indeksa 29.88 od čega pojedinačne komponente indeksa iznose:

- broj islamskih banaka (21%),
- broj islamskih finansijskih institucija (19%),
- režim Šerijatskog odbora (11%),
- aktiva islamskih finansija (18%),
- broj muslimanskog stanovništva (3%),
- sukuk (10%),
- edukacija i kultura (9%),
- islamski regulatorni okvir i zakon (9%),

Bankarska regulativa u Kataru je odvojena za islamske banke i osiguranje u odnosu na konvencionalne banke i osiguranje pa je u slučaju islamskih banaka akcenat stavljen na Šerijatski odbor i njihovu ulogu. Kada govorimo o institucijama koje su zadužene za uređenje bankarskog sektora dvije najvažnije institucije su Centralna banka Katara i Finansijsko reugulatorno tijelo Katara (*engl. Qatar Financial Centre Regulatory Authority ili skraćeno*

QFCRA). Pored ove dvije institucije, mi ćemo se osvrnuti i na rad Uprave za finansijska tržišta u Kataru (*engl. Qatar Financial Markets Authority ili skraćeno QFMA*).

Centralna banka Katara osnovana je 1993. godine, naslijedivši Qatar Monetary Agency (QMA) kao pretaču centralne banke, osnovane 1973. godine. U kontekstu monetarnog djelovanja, Centralna banka Katara sprovodi politiku fiksnog deviznog kursa prema USD u iznosu od 3,64 USD. U cilju adekvatnijeg regulisanja islamskog bankarstva, Centralna banka Katara je 2011. godine ukinula mogućnost konvencionalnim bankama (Qatar National Bank (QNB), Commercial bank, Doha Bank, IBQ, HSBC (UK) i Ahli Bank) da obavljaju poslove islamskog bankarstva putem tzv. *Islamic windows*. Time se željela jasno razgraničiti uloga banaka radi njihove efikasnije regulacije iako je u javnosti ova odluka okarakterisana kao iznenađujuća⁶² sa mogućim negativnim posljedicama po razvoj islamskog bankarstva u međunarodnim tokovima.

Finansijsko regulatorno tijelo Katara (*engl. Qatar Financial Centre Regulatory Authority ili skraćeno QFCRA*) osnovano je 2005. godine sa ciljem regulacije kompanija i pojedinaca koje obavljaju finansijske usluge isključivo u ili iz katarskog finansijskog centra (*engl. Qatar Financial Centre ili skraćeno QFC*). U načelu, ciljevi QFCRA su⁶³:

- promocija i održavanje efikasnosti, transparentnosti i integriteta QFC-a;
- promocija i održavanje povjerenja u QFC korisnika i potencijalne korisnike QFC-a;
- održavanje finansijske stabilnosti QFC-a, uključujući smanjenje sistemskog rizika koji se odnosi na QFC;
- izricanje novačnih kazni i drugih sankcija onima koji uzrokuju ili mogu nanijeti štetu ugledu QFC-a;
- pružanje odgovarajuće zaštite onima koji imaju licencu za obavljanje poslova u QFC-u i njihovim klijentima ili kupcima;

Institucija koja je zadužena za regulaciju finansijskog tržišta Katara jeste Uprava za finansijska tržišta u Kataru (*engl. Qatar Financial Markets Authority ili skraćeno QFMA*). QFMA je osnovana 2005. godine a zvanično je počela sa radom 2007. godine. Njena uloga posebno je značajna u kontekstu objelodanjivanja podataka od strane finansijskih institucija koje kotiraju na berzi. Općenito, neki od ciljevi QFMA su⁶⁴:

- regulisati, kontrolirati i nadzirati finansijska tržišta,
- nadgledati pravila investitora o upravljanju aktivnostima vezanim za trgovanje dionicama i drugim finansijskim instrumentima,
- provesti politiku objelodanjivanja radi postizanja pravičnosti, transparentnosti i sprečavanja sukoba interesa i internog iskorištavanja informacija,
- poboljšati vezu, komunikaciju i razmjenu informacija sa stranim finansijskim tržištima, te regionalnim i međunarodnim regulatorima, organizacijama i institucijama sa ciljem unapređenja metoda trgovanja u cilju razvoja finansijskih tržišta u državi Katar itd.

U kontekstu IFDI indeksa za 2019. godinu, od ukupnog broja analiziranih zemalja, Katar ima ukupnu vrijednost indeksa 44.07 i zauzima 11 mjesto. Pozicija Katara prema pojedinačnoj vrijednosti prethodno navedenih indikatora predstavljena je u narednoj tabeli.

⁶² <http://54.72.50.240/World/Middle-East/Qatar/Conventional-banks-face-sharia-restrictions-in-Qatar> (Pristupljeno: 15.4. 2019).

⁶³ Detaljnije pogledati na: <http://www.qfcra.com/en-us/whatwedo/Pages/Objectives.aspx>

⁶⁴ Detaljnije pogledati na: <https://www.qfma.org.qa/English/AboutUs/Pages/Whoweare.aspx>

Tabela 29: Pozicija Katara u IFDI indeksu za 2019. godinu

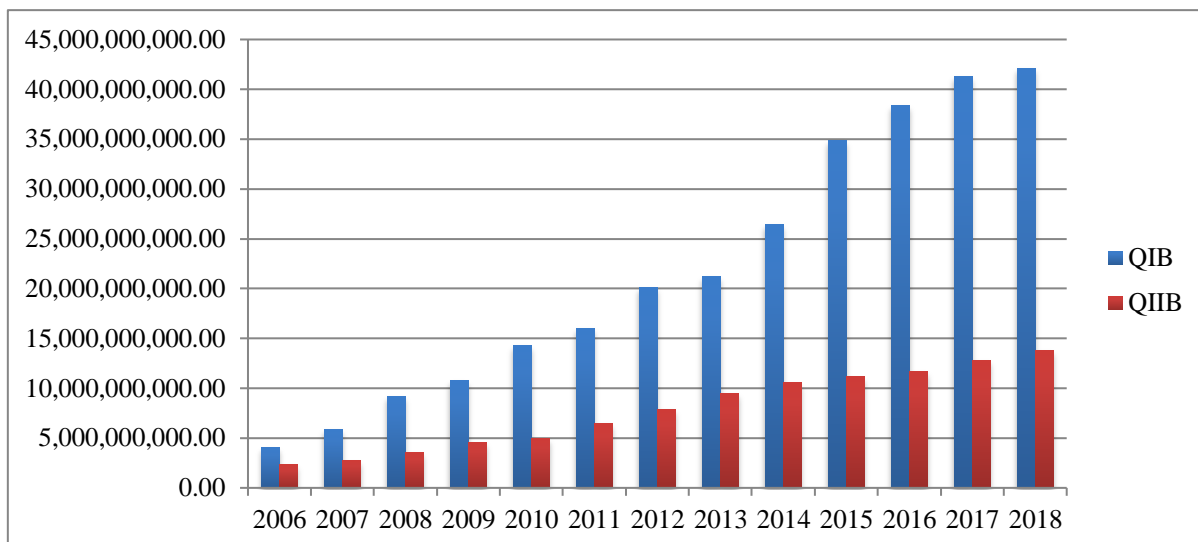
Indikator	Vrijednost indeksa
Kvantitativni stepen razvijenosti	23.82
Znanje	21.34
Upravljanje	47.14
Korporativna društvena odgovornost	59.27
Upoznatost	68.77

Izvor: <http://www.zawya.com/islamic-finance-development-indicator/#>

Kada govorimo o korporativnoj društvenoj odgovornosti kao društvenoj aktivnosti, ona je u Kataru nacionalno pitanje. Država je 2007. godine osnovala „Qatar CSR“, formalnu organizaciju koja ima za cilj da prati, procjenjuje i izvještava o društvenim aktivnostima organizacija koje djeluju u zemlji. Specifičnost izvještaja koji objelodanjuju jeste što su u njima sadržane i društvene aktivnosti vladinih tijela ili društvenih institucija poput Univerziteta. Neki od primjera takvog djelovanja jesu aktivnosti Ministarstva vanjskih poslova države Katar koja je osvijetlila svoju zgradu plavom bojom u cilju povećanja svijesti o autizmu čiji se dan obilježava 2. aprila ili aktivnosti Ministarstva ekonomije i trgovine da podržava domaću proizvodnju na način da u saradnji sa tržišnim i distributivnim centrima u zemlji promovišu kupovinu domaćih proizvoda pod sloganom „National product“ (CSR Report – Qatar, 2017). Thomson Reuters (2017) navodi da su islamske finansijske institucije u Kataru, od čega u ukupnom učešću najveći procenat zauzimaju islamske banke, u toku 2018. godine distribuirale 55 miliona USD za aktivnosti korporativne društvene odgovornosti koje uključuju Zekat, Qard-hasan kredite i druge dobrotovorne aktivnosti. Na osnovu toga, Katar zauzima 4 mjesto po rangiranju indikatora *Korporativna društvena odgovornost* (Thomson Reuters, 2019).

U načelu može se zaključiti da je Katar kao država okrenuta ka ispunjenju kako ekonomske tako i društvene uloge. U ostvarenju te uloge vrlo značajno mjesto zauzimaju islamske banke. U aprilu 2019. godine, dvije domaće banke Barwa banka i International Bank of Qatar (IBQ) su izvršile prvo spajanje (*engl. merger*) u historiji Katara sa ciljem kreiranja šerijatski jake finansijske institucije na lokalnom i regionalnom tržištu i jačanja sektora islamskog bankarstva. Pored toga, Qatar Financial Center je u toku 2019. godine pokrenuo proces osnivanja energetske islamske banke (*engl. Energy Bank*) sa kapitalom od 10 milijardi USD. Ova institucija će biti prva i najveća takva islamska banka na svijetu jer će nuditi finansiranje projekata vezanih za naftu i prirodni gas, petrohemijske proizvode i obnovljive izvore energije i to ne samo u Kataru već globalno.

U sprovedenom istraživanju u našem uzorku su uključene dvije banke: Qatar Islamic Bank (QIB) i Qatar International Islamic Bank (QIIB). U tom kontekstu na narednom grafikonu prikazana je vrijednost aktive analiziranih banaka za period 2006-2018.



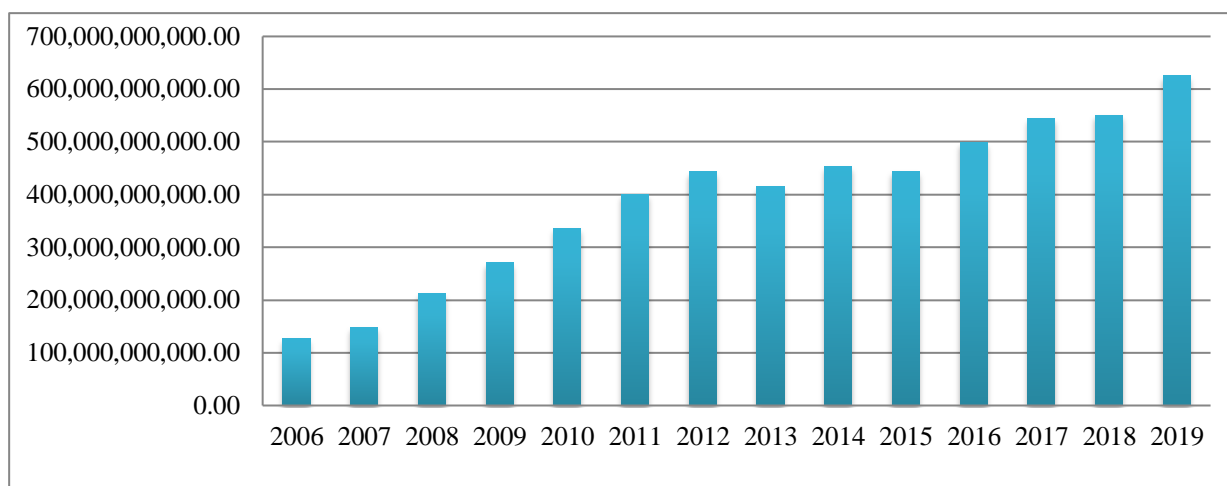
Izvor: Kakulacije autora na bazi godišnjih izvještaja analiziranih banaka

Grafikon 7: Vrijednost aktive QIB i QIIB za period 2006-2018 (u USD)

Iako posluju po principima islamskog bankarstva i podliježu istim regulatornim obavezama, društvena uloga ovih banaka je znatno različita. To se posebno odnosi na segmenat nefinansijskog izvještavanja odnosno stepena objelodanjivanja podataka ali i poduzetih aktivnosti u konceptu korporativne društvene odgovornosti. Ovaj aspekt će biti detaljno objašnjen u osmom poglavlju.

6.3.2 Karakteristike islamskog bankarstva u Indoneziji

Indonezija je otočna država u jugoistočnoj Aziji i po broju stanovnika četvrta najveća država na svijetu. Ova zemlja ujedno je i najmnogoljudnija islamska zemlja, najveća ekonomija jugoistočne Azije i jedina zemlja iz ovog regiona koja je članica G20. PWC (2015) prognoziraju da će Indonezija do 2030. godine postati peta ekonomska sila a do 2050. godine četvrta. Historijski, Indonezija je od 1511. godine bila pod kolonijalnom vlašću Portugala, Engleske i Holandije koja je i najduže vladala u ovoj zemlji sve do 1949. godine kada je Indonezija stekla punu nezavisnost. Ekonomski, Indonezija spada u grupu zemalja sa srednjim dohotkom sa velikim procentom smanjene stope siromaštva za više od pola od 1999. godine i to u iznosu od 10,9% u 2016. godini (Asean Business Guide, 2018). Indonezija ima i najveću stopu rasta na području jugoistočne Azije, oko 5% (Asean Business Guide, 2018). Ukupna aktiva indonežanskih banaka, konvencionalnih i islamskih, za period 2006-2019, predstavljena je na sljedećem grafikonu.



Izvor: <https://www.statista.com/statistics/421485/banks-assets-indonesia/>, OJK (2019)

Grafikon 8: Ukupna aktiva bankarskog sektora Indonezije za period 2006-2019 (u USD)

Bankarski sistem Indonezije ima dugu tradiciju i historiju što se posebno odnosi na period pod holandskom vlašću. Tako je još 1746. godine osnovana prva holandska banka u Indoneziji, Bank Van Leening a kasnije i druge banke poput Nederlansche Handel Maatschappij (1824), De Javasche Bank (1828), Escomptobank (1857) dok je prva lokalna banka pod imenom Bank Vereeniging Oey Tiong Ham osnovana 1906. godine (Bank Indonesia Museum, n.d.). Period nakon Drugog svjetskog rata obilježilo je stvaranje državnih banaka. Pored toga, ovaj period značajan je i zbog toga što se u njemu dešava process nacionalizacije holandskih banaka i donošenje Zakona o banakama (*engl. Indonesian Banking Act No 11*) 1953. godine kojim se osniva Centralna banka Indonezije (*engl. Bank Indonesia ili skraćeno BI*) i omogućava joj se supervizija bankarskog sektora i istovremeno jača pozicija domaćih banaka (Bank Indonesia Museum, n.d.).

Islamske finansije u Indoneziji su prisutne u vidu islamskog bankarstva, osiguranja i tržišta kapitala. Historijski, težnja za uspostavljanje islamskih finansijskih usluga datira iz perioda 1970-tih ali je ova ideja, usljed političkih dešavanja u zemlji, konkretizovana tek 1991. godine osnivanjem prve islamske banke u Indoneziji, Bank Muamalat Indonesia (BMI). U tom kontekstu iz slučaja Indonezije može se zaključiti da je uvođenje islamskog bankarstva ustvari rezultat želje javnosti da eliminiše kamatu iz svoje finansijske prakse (Diversification of Islamic Financial Instruments, 2017).

Sistem regulacije islamskog bankarstva u Indoneziji tekao je u fazama. Prvi zakonski okvir koji reguliše oblast islamskog bankarstva jeste onaj iz 1992. godine, Banking Act No.7, kojim se definiše uspostavljanje prve islamske banke u Indoneziji koja je počela sa radom u maju iste godine. Pored toga, ovim zakonom se prepoznaje postojanje dva bankarska sistema, konvencionalni i islamski, koji treba zajedno da služe ekonomiji (Abdullah, 2017). U zakonu iz 1999. godine, Central Bank Act No. 23, Centralna banka omogućava konvencionalnim bankama da pružaju usluge islamskog bankarstva. Nakon toga doneseni su i drugi zakoni i izmjene poput onog iz 2004. godine kada je izmjenjen Zakon o Centralnoj banci i uveden član (Act No.3) na osnovu kojeg je centralna banka dozvolila monetarnu kontrolu instrumentima koji se zasnivaju na islamskim principima. Novi zakon iz oblasti islamskog bankarstva, donesen je 2008. godine (Islamic banking Act, Act No.21) koji je, prema Lindsey (2012) imao cilj da objedini sve propise iz ove oblasti i otkloni postojeće nedosljednosti.

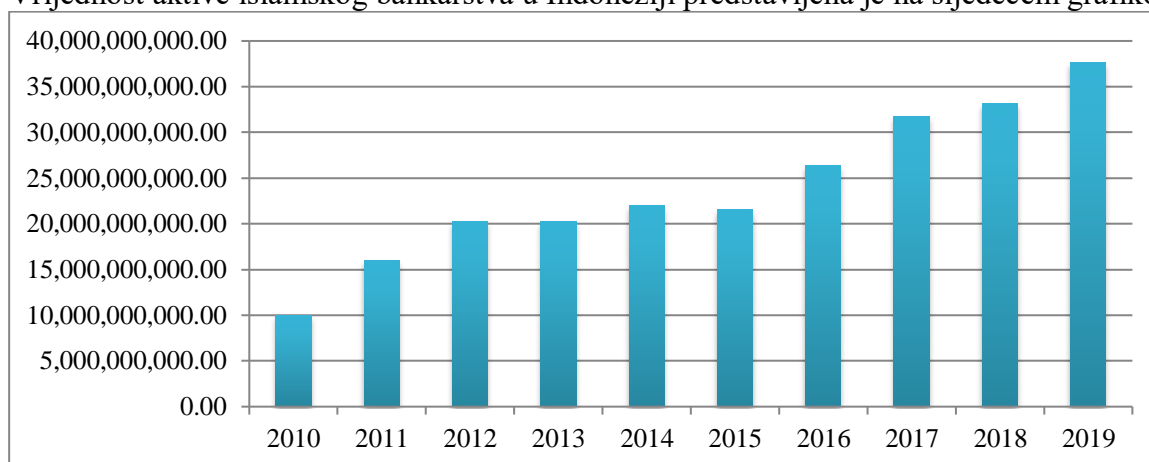
Supervizija islamskih finansijskih institucija odvija se od strane Uprave za finansijske usluge (engl. *Indonesian Authority of Financial Services* ili na indonežanskom *Otoritas Jasa Keuangan* skraćeno *OJK*) i Centralne banke. Specifičnost islamskog bankarstva u Indoneziji jeste što, pored islamskih banaka i konvencionalnih koje pružaju usluge islamskog bankarstva putem tzv. *Islamic windows*, jeste postojanje tzv. *ruralnih islamskih banaka* koje, u formi koje imaju mikrokreditne institucije, uveliko doprinose razvoju ove industrije u Indoneziji. Prema izvještaju OJK iz 2019. godine, ukupan broj institucija koje pružaju usluge islamskog bankarstva bio je 198 što je predstavljeno u narednoj tabeli.

Tabela 30: Broj finansijskih institucija koje pružaju usluge islamskog bankarstva u Indoneziji

Vrsta institucije	Broj
Islamska komercijalna banka	14
Islamska poslovna jedinica	20
Ruralna banka	164
Ukupno	198

Izvor: OJK Shariah Banking Statistic (2019)

Vrijednost aktive islamskog bankarstva u Indoneziji predstavljena je na sljedećem grafikonu.



Izvor: UFIKS (2012), OJK Sharia Banking Statistics (2018,2019)

Grafikon 9: Vrijednost aktive islamskog bankarstva u Indoneziji za period 2010-2019 (u USD)

U rangiranju IFCI indeksa Indonezija je, za 2019. godinu, od ukuno 44 zemalja pozicionirana na prvom mjestu, „*skinušvi s trona*“ Maleziju koja je bila na prvom mjestu od 2011. godine. Ukupna vrijednost IFCI indeksa za 2019. godinu iznosi 81.93 od čega pojedinačne komponente indeksa imaju vrijednost

- broj islamskih banaka (9%),
- broj islamskih finansijskih institucija (13%),
- režim Šerijatskog odbora (11%),
- aktiva islamskih finansija (14%),
- broj muslimanskog stanovništva (15%),
- sukuk (19%),
- edukacija i kultura (10%),
- islamski regulatorni okvir i zakon (9%),

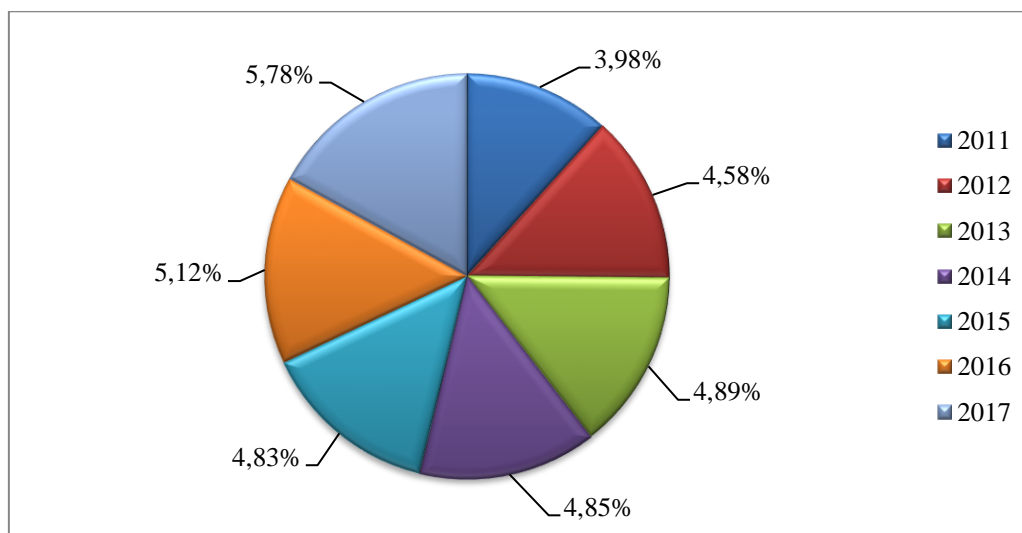
U kontekstu IFDI indeksa za 2019. godinu, od ukupnog broja analiziranih zemalja, Indonezija ima ukupnu vrijednost indeksa 68.35 i zauzima 4. mjesto. Pozicija Indonezije prema pojedinačnoj vrijednosti prethodno navedenih indikatora predstavljena je u narednoj tabeli.

Tabela 31: Pozicija Indonezije u IFDI indeksu za 2019. godinu

Indikator	Vrijednost indeksa
Kvantitativni stepena razvijenosti	31.11
Znanje	173.11
Upravljanje	65.15
Korporativna društvena odgovornost	40.13
Upoznatost	32.24

Izvor: <http://www.zawya.com/islamic-finance-development-indicator/#>

Međutim i pored svih impresivnih rezultata koje Indonezija ostvaruje kada je u pitanju islamsko bankarstvo, ova finansijska aktivnost je u zemlji zastupljena tek sa oko 5% što je u odnosu na druge zemlje skupine KISMUT-a znatno manje.



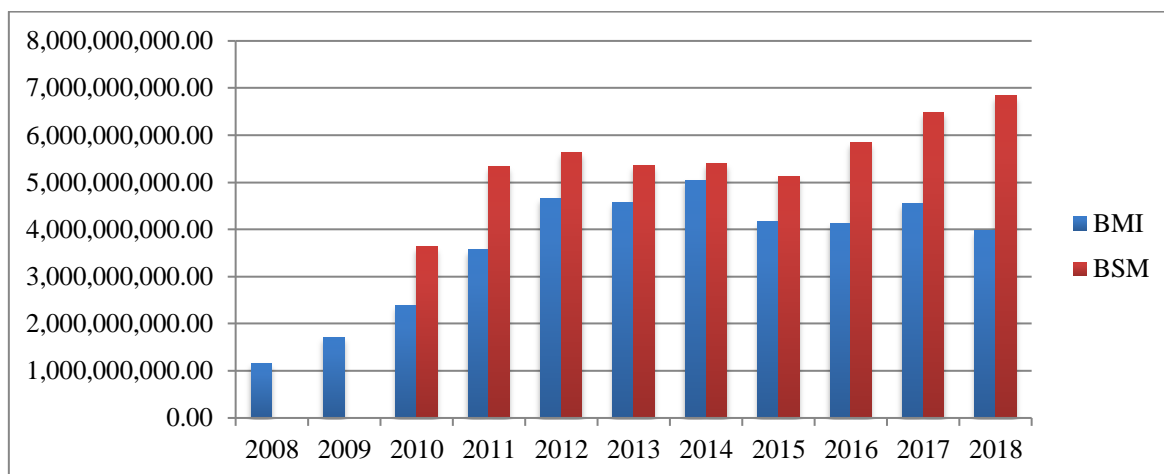
Izvor: OJK Statistic of Indonesian Islamic Banking Industry (2016),
OJK Snapshot of Indonesia islamic banking development (2017)

Grafikon 10: Tržišno učešće islamskog bankarstva u bankarskom sektoru Indonezije za period 2011-2017

Ipak ono što je važno istaći jesu buduće aktivnosti vlade Indonezije za daljni razvoj industrije islamskih finansija. Naime, u 2018. godini donesen je plan pod nazivom „Indonesia’s Masterplan of Sharia Economy 2019-2024“ sa ciljem razvoja okvira, strategija i akcionih planova za snažniji razvoj industrije islamskog bankarstva i finansija. Vizija koja se nastoji postići ovim planom jeste nezavisna, prosperitetna i civilizirana Indonezija kao središte islamske ekonomije svijeta“ (Indonesia Masterplan of Sharia Economy 2019-2024, 2018). Ono što je posebno važno istaći jeste da je najveći fokus stavljen na obrazovanje iz oblasti islamskih finansija u čemu je Indonezija i do sada prednjačila (Thomson Reuters, 2019). Isto tako, ova praksa uočava se i u izvještajima indonežanskih islamskih banaka.

U kontekstu istraživanja sprovedenog u ovoj disertaciji zastupljene su Bank Muamalat Indonesia (BMI) i Bank Syariah Mandiri (BSM). Na narednom grafikonu predstavljena je

vrijednost aktive ovih banaka za period 2008-2018. godina sa naznakom da predstavljeni podaci variraju ovisno o dostupnosti godišnjeg izvještaja date banke.



Izvor: Kakulacije autora na bazi godišnjih izvještaja analiziranih banaka

Grafikon 11: Vrijednost aktive BMI i BSM za period 2008-2018 (u USD)

Kada govorimo o konceptu korporativne društvene odgovornosti u Indoneziji, on datira iz perioda 1990-tih godina kada se prvi put javno nameću pitanja poštovanja prava radnika od strane svjetskih multinacionalnih kompanija. Vlada je prvi set zakona iz ove oblasti donijela 1998. godine koji su se najviše odnosili na državna preduzeća. Ipak vremenom je regulativa promjenjena pa je tako 2017. godine donesen novi zakon (*engl. Law No. 40*) koji se tiče poslovanja korporacija a koji navodi da sve kompanije koje posluju u segmentu prirodnih resursa ili koje se odnose na njih, moraju ispunjavati društvenu i ekološku odgovornost. Za razliku od prethodnih zakona i propisa ovaj se zakon odnosio na sva preduzeća, bilo državne, ili privatne domaće ili strane kompanije (Ridho, 2018).

Thomson Reuters (2017) navodi da su islamske finansijske institucije u Indoneziji, od čega u ukupnom učešću najveći procenat zauzimaju islamske banke, u toku 2016. godine distribuirale 14 miliona USD za aktivnosti korporativne društvene odgovornosti koje uključuju Zekat, Qard-hasan kredite i druge dobrotovorne aktivnosti.

6.3.3 Karakteristike islamskog bankarstva u Saudijskoj Arabiji

Saudijska Arabija, zvanično Kraljevina Saudijska Arabija je najveća država na Arapskom poluotoku u Jugozapadnoj Aziji. Kraljevstvo je formirao 1932. godine ujedinjavanjem četiri regiona. Zemlja je vodeći svjetski izvoznik nafte koja je u Saudijskoj Arabiji otkrivena 1938. godine i zahvaljujući kojoj je ekonomski i napredovala budući da je, geografski, većinski dio zemlje pustinja čime su njeni prirodni resursi ograničeni.

Razvoj bankarskog sektora zemlje također je vezan za razvoj naftne industrije jer sve do sredine 19 stoljeća, Arabija nije imala formalni novac niti bankarski sistem (Lone i Alshehri, 2015). Postojali su mjenjački poslovi radi obilaska svetih islamskih mjesta u ovoj zemlji.⁶⁵ U toku i nakon Drugog svjetskog rata, javlja se velika potražnja za naftom, na svjetskom nivou, što je dovelo do otvaranja prvih poslovnica stranih banaka. Konkretno, 1948. godine otvorene

⁶⁵ U islamskom svijetu, Saudijska Arabija se naziva još i zemljom „Čuvara dva Hrama“ što se misli na Kabu u Meki, koju muslimani pohode radi obavljanja Hadždža i džamije poslanika Muhameda u Medini.

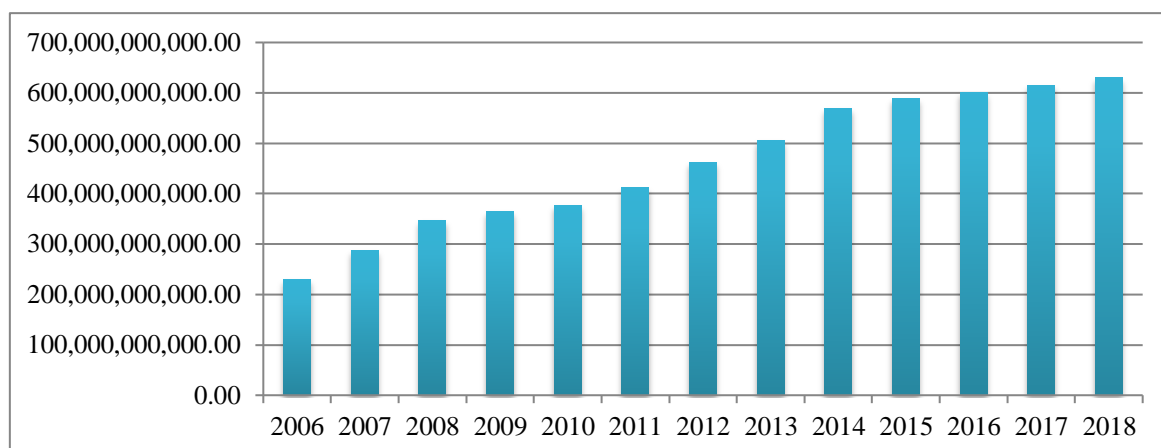
su francuske banake: Banque de L'Indochine i Arab Bank dok su 1950. godine otvorene British Bank of Middle East, National Bank of Pakistan i Bank Misr of Egypt (Saudi Arabian Monetary Agency, n.d.)

Sa ciljem adekvatne regulacije i postizanja stabilnosti valute, 1952. godine osnovana je Monetarna agencija Saudijske Arabije (*engl. Saudi Arabian Monetary Agency ili skraćeno SAMA*) kao vodeće regulatorno tijelo u zemlji. Već naredne godine, otvara se prva domaća komercijalna banka National Commercial Bank (skraćeno NCB). Budući da je NCB i najstarija a ujedno i najveća banka u Kraljevini, može se reći da ima centralnu ulogu u ekonomiji zemlje. Interesantno je da je tek 2014. godine postala potpuno islamska banka (*engl. fully fledged*) i ustvari jedina koja je izvršila konverziju iz konvencionalne u islamsku banku.

Odlika bankarskog sektora Saudijske Arabije jeste da je od 1986. godine, domaća valuta Saudijski Rijal (*engl. Saudi Arabian Riyal*) fiksno vezan za USD u iznosu od 3.75 (SAMA Financial Stability Report, 2019). Autori Lone i Alshehri (2015) ističu da je period nakon 1960-tih rezultirao kreiranjem posebnih institucija kao što su Agrobanka Saudijske Arabije (*engl. Saudi Arabian Agricultural Bank*) osnovana 1963. godine sa ciljem da osigura finansiranje razvoja i subvencije poljoprivrednom sektoru; Saudi Credit Bank osnovana 1971. godine sa ciljem odobravanja beskamatnih kredita onima koji zbog niskih prihoda nisu mogli dobiti kredit od komercijalnih banaka. Isti autori navode da su do 1980. godine uvedeni novi propisi, zasnovani na sistemu naknada za usluge umjesto kamate, što je u skladu sa islamom kao društvenim uređenjem same zemlje. U skladu sa time u zemlji ne postoje posebni zakoni u oblasti islamskog bankarstva niti su islamske banke posebno regulisane u odnosu na konvencionalne.

Još jedna vrlo bitna institucija koja postoji na nivou Kraljevine jeste oona koja reguliše pitanje Zekata odonso The General Authority of Zakat and Tax (GAZT) koje je osnovano 1936. godine. Važno je napomenuti da je u martu 2019. godine, GAZT izdao zakon kojim su precizirana pravila o Zekatu onih kompanija koje su licencirane od strane SAMA-e. Prema tom zakonu, visina obaveze koja podliježe Zekatu od 2,5% će biti između četiri i osam puta neto dobiti kompanije (Thomson Reuters, 2019). Time će biti riješeni sporovi između finansijskih institucija, najčešće islamskih banaka, i GAZT-a kada je u pitanju visina Zekata koju banka treba da plati. Ovo pitanje je bilo posebno naglašeno u izvještajima nekih islamskih banaka poput Albilad banke.

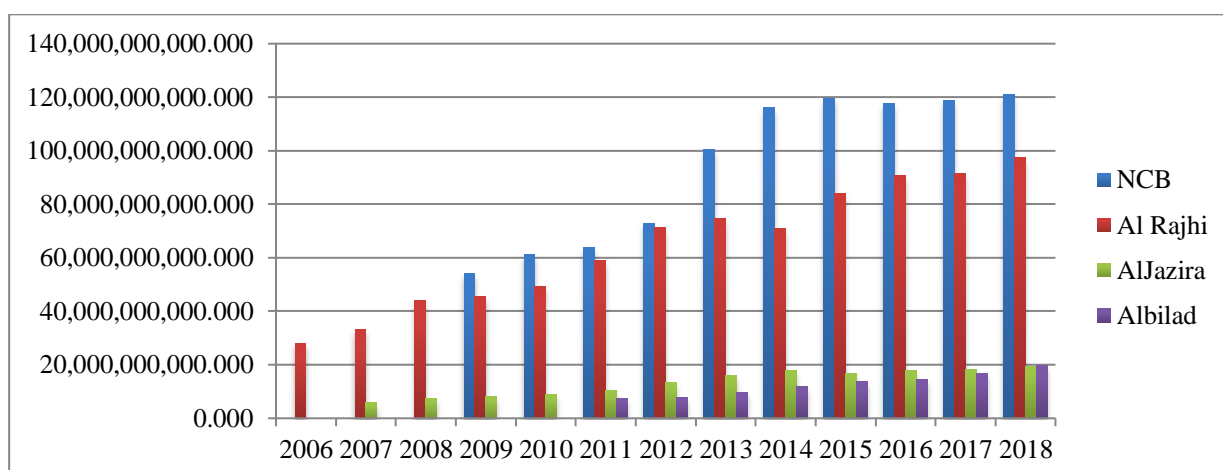
Zaključno sa prvim kvartalom 2020. godine, u Saudijskoj Arabiji trenutno posluje 13 komercijalnih banaka, listiranih na berzi, od čega su četiri potpuno islamske (Al Rajhi Bank, Alinma Bank, Bank Albilad i Bank AlJazira) i čine 27,9% aktive ukupnog sektora (AlJazira Capital, 2019). Najveća banka u zemlji je National Commercial Bank, poznata još i kao AlAhli, sa tržišnim učešćem oko 20% dok je najveća islamska banka Al Rajhi. Vrijednost aktive bankarskog sektora Saudijske Arabije, za period, 2006-2018, predstavljena je na narednom grafikonu.



Izvor: SAMA (2019)

Grafikon 12: Ukupna aktiva bankarskog sektora Saudijske Arabije za period 2006-2018 (u USD)

U ovoj disertaciji uključene su četiri banke iz Saudijske Arabije: Al Rajhi, National Commercial Bank (NCB), AlJazira i Albilad. Na narednom grafikonu predstavljena je vrijednost aktive analiziranih banaka za period 2006-2018 sa naznakom da predstavljeni podaci variraju ovisno o dostupnosti godišnjeg izvještaja date banke.



Izvor: Kakulacije autora na bazi godišnjih izvještaja analiziranih banaka

Grafikon 13: Vrijednost aktive NCB, Al Rajhi, AlJazira i Albilad za period 2006-2018 (u USD)

U rangiranju IFCI indeksa Saudijska Arabija je, za 2019. godinu pozicionirana na četvrtom mjestu sa ukupnom vrijednošću indeksa 60.65 od čega pojedinačne komponente indeksa iznose:

- broj islamskih banaka (15%),
- broj islamskih finansijskih institucija (17%),
- režim Šerijatskog odbora (4%),
- aktiva islamskih finansija (22%),
- broj muslimanskog stanovništva (11%),
- sukuk (14%),
- edukacija i kultura (10%),
- islamski regulatorni okvir i zakon (7%),

U kontekstu IFDI indeksa za 2019. godinu, od ukupnog broja analiziranih zemalja, Saudijska Arabija se ima ukupnu vrijednost indeksa 59.76 i zauzima 5 mjesto. Pozicija Indonezije prema pojedinačnoj vrijednosti prethodno navedenih indikatora predstavljena je u narednoj tabeli.

Tabela 32: Pozicija Saudijske Arabije u IFDI indeksu za 2019. godinu

Indikator	Vrijednost indeksa
Kvantitativni stepena razvijenosti	55,89
Znanje	46.76
Upravljanje	38.34
Korporativna društvena odgovornost	90.63
Upoznatost	67.20

Izvor: <http://www.zawya.com/islamic-finance-development-indicator/#>

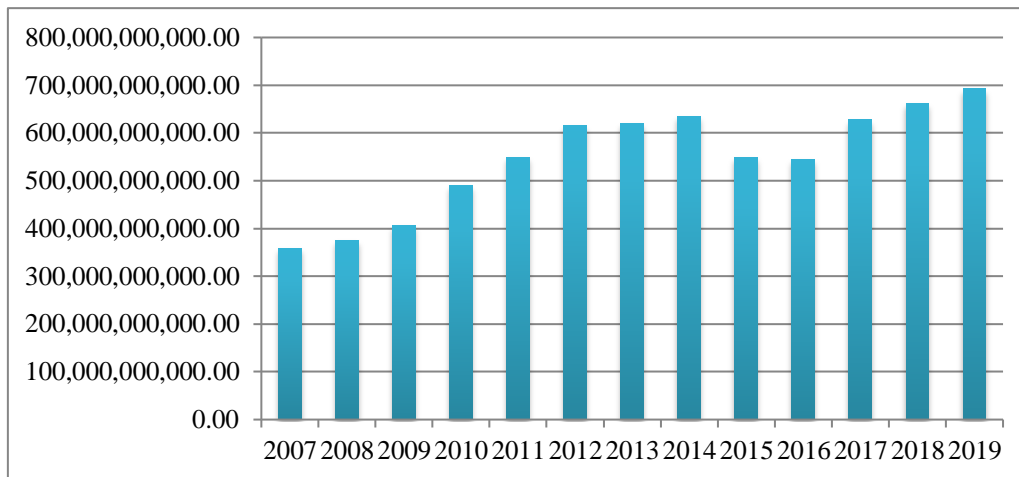
Kada govorimo o konceptu korporativne društvene odgovornosti u Saudijskoj Arabiji, važno je istaći ulogu religije jer je islam zvanična državna religija koja direktno utiče na svaki segmenat države. U tom aspektu, samo poimanje društvene odgovornosti već je sastavni dio islama pa pitanje korporativne društvene odgovornosti treba posmatrati u tom kontekstu. Prvi formalni tragovi razvoja ovog koncepta datiraju iz perioda 1980-tih odnosno kada je 1983. godine osnovana Komisija za zaštitu okoliša (*engl. Saudi Wildlife Commission*).

S druge strane, Ali i Al-Aali (2012) ističu i ranije poduzete aktivnosti poput one iz 1963. godine kada je saudijska naftna kompanija a ujedno i najveća svjetska kompanija za proizvodnju nafte, Aramco, usvojila prvu eksplicitnu politiku zaštite životne sredine zajedno sa dobrotvornim ciljevima. Isti autori naglašavaju da je koncept korporativne društvene odgovornosti u Kraljevini poprimio novu formu nakon Arapskog proljeća 2011. godine i da je evidentno da je sve veći broj kompanija koje posvećuju pažnju ovom pitanju. Prema izvještaju Thomson Reuters (2019), islamske finansijske institucije u Saudijskoj Arabiji, od čega u ukupnom učešću najveći procenat zauzimaju islamske banke, u toku 2018. godine distribuirale su 211 miliona USD za aktivnosti korporativne društvene odgovornosti koje uključuju Zekat, Qard-hasan kredite i druge dobrotovorne aktivnosti. Time je Saudijska Arabija zauzelo drugo mjesto kada je u pitanju distribucija CSR fondova.

6.3.4 Karakteristike islamskog bankarstva u Maleziji

Malezija je država u jugoistočnoj Aziji, federacija koja se sastoji od trinaest država i tri savezna teritorija⁶⁶. Ekonomski, prema podacima Svjetske banke, Malezija je zemlja sa godišnjom stopom rasta od 5,4%, jedna od najotvorenijih zemalja svijeta i vrijednošću GDP-a u 2018. godini od 354,35 milijardi USD. Bankarstvo kao poslovna aktivnost u Maleziji datira iz perioda britanskih trgovačkih zajednica u 19. stoljeću. Prva komercijalna banka u zemlji je Chartered Mercantile banka Indije, Londona i Kine, osnovana 1859. godine. Kasnije je, 1875. godine, Chartered Bank otvorila podružnicu u Penangu a 1888. godine u Kuala Lumpuru. Chartered Bank je danas poznata kao Standard Chartered. Za razliku od osnivanja prvih komercijalnih banaka, centralna banka Malezije osnovana je znatno kasnije, 1959. godine kao Bank Negara Malyasia – BNM. U Maleziji trenutno posluju 24 konvencionalne banke i 16 islamskih banaka. Vrijednost aktive cjelokupnog bankarskog sektora Malezije, za period 2007-2019, predstavljena je na sljedećem grafikonu.

⁶⁶ <https://bs.wikipedia.org/wiki/Malezija> (Pristupljeno: 20.6.2019).



Izvor: BNM

Grafikon 14: Ukupna aktiva bankarskog sektora Malezije za period 2007-2019 (u USD)

Kada je u pitanju razvoj islamskog bankarstva u Maleziji, autori poput Thani et al. (2003), mišljenja su da ono datira od 1963. godine osnivanjem već ranije spomenutog Tabung Hajji. Mokhtar et al. (2006) ističu da je na osnovu iskustva sa Tabung Hajji, vlada Malezije predstavila dobro formulisani, koordinisani i sistemski proces uvođenja i razvoja islamskog finansijskog sistema u ovoj zemlji. U tom kontekstu već 1980-tih javljaju se prve ideje i zahtjevi javnosti za osnivanjem islamske finansijske institucije što je, prema Thani et al. (2003), bilo posebno izraženo u okviru seminara održanom na Nacionalnom Univerzitetu u Maleziji. Učesnici su usvojili rezoluciju kojom se od vlade traži da donese poseban zakon o postavljanju.

Sljedeći korak bio je 1983. godine kada je donesen zakon o islamskom bankarstvu (*engl. Islamic Banking Act*), zakon kojim se i regulatorno definiše postojanje i uspostava islamskog finansijskog sistema i koji islamsku banku definiše kao „*bilo koju kompaniju koja obavlja islamsko bankarsko poslovanje i ima važeću licencu*“ (Islamic Banking Act, 1983). Isto tako, ovaj akt je odredio da BNM bude tijelo koje će regulisati i vršiti superviziju islamskog finansijskog sistema.

Prema BNM (2004), sistemski proces uspostavljanja islamskog finansijskog sistema u Maleziji može se predstaviti u tri faze:

- period „*upoznavanja*“ (1983-1992) kojeg karakteriše osnivanje prve islamske banke u Maleziji, Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB), 1991. godine. Ova banka punih 10 godina bila je jedina islamska banka u Maleziji;
- period stvaranja konkurentnog okruženja (1993-2003) kada je fokus bio edukacija javnosti o prednostima islamskog bankarstva ali i period kada je uvedena shema beskamatnog bankarstva (*engl. Interest-free Banking Scheme ili skraćeno IFBS*). Na osnovu IFBS, konvencionalnim bankama je dozvoljeno da otvaraju tzv. „*islamic windows*“ što je dovelo do stvaranja i jačanja konkurencije na ovom tržištu i omogućilo formiranje dualnog finansijskog sistema i
- period daljnje finansijske liberalizacije (2004-danas) kada su strane islamske banke i finansijske institucije počele da posluju na tržištu Malezije.

U kontekstu zakonske regulative nakon akta iz 1983. godine donesen je još niz drugih zakonskih rješenja i akata koji su se direktno odnosi na regulaciju islamskog finansijskog

sistema poput Zakona o bankarskim i finansijskim institucijama (BAFIA 1989.), Zakona o islamskom osiguranju iz 1984. godine, Zakona o Centralnoj banci Malezije (CBMA 1958.), Nacionalnog zakona o zemljišnim propisima iz 1965., Zakona o kupovini najma iz 1967., Zakona o carini 1949, Zakona o porezu na dobit od 1979. i posljednjeg donesenog iz 2013. godine, Islamskog zakona o finansijskim uslugama (*engl. Islamic Financial Services Act - IFSA*).

Generalno posmatrano, IFSA „osigurava veću jasnoću i transparentnost osnovnih zahtjeva Šerijata kojih se treba pridržavati u pripremi za planirano ubrzanje rasta i inovacija unutar islamske finansijske industrije. Ovim se unapređuje i povjerenje potrošača u upotrebu finansijskih usluga i proizvoda, jačaju odredbe za efikasnu i ranu intervenciju izvršenja i nadzora i pruža jasan pregled operativnih zahtjeva za efikasnu primjenu šerijatskih pravila i principa u postupanju islamskih finansijskih institucija. Sve ovo pogoduje razvoju snažnog regulatornog okvira koji je usklađen sa Šerijatom i koji će poslužiti kao model drugim zemljama“ (BIMB Annual Report, 2014).

U pogledu razvoja islamskog finansijskog sistema i njegovih odrednica, Malezija je okarakterisana kao apsolutni lider u ovoj oblasti. Industrija islamskih finansija u Maleziji sastoji se od islamskog bankarstva i osiguranja, islamskog tržišta novca i kapitala. Isto tako, Malezija je svjetski lider u emisiji islamskih obveznica (sukuk), sa tržišnim udjelom od 36.2%, posebno kada su u pitanju inovacije u ovoj oblasti, pa je tako u 2017. godini emitovana prva zelena obveznica (Islamic finance in Asia: Reaching new heights, 2018). Vrijednost islamskog bankarstva u Maleziji u 2017. godini bila je 204. 4 milijarde USD, što je čini trećom u svijetu, iza Irana i Saudijske Arabije (Islamic finance in Asia: Reaching new heights, 2018). Vrste i broj islamskih finansijskih institucija koje posluju u Maleziji predstavljeni su u narednoj tabeli.

Tabela 33: Finansijske institucije koje pružaju usluge islamskog bankarstva i finansija u Maleziji

Vrsta institucije	Broj
Islamska banka	16
Međunarodne islamske banke	2
Kompanije za upravljanje islamskim fondovima	20
Osiguravajuća društva	12
Reosiguranje	4
Šerijatske savjetodavne firme	12
Računovodstvene i revizorske kuće	4
Pravne firme	16
Kompanije za tehnološka rješenja	3
Robne platforme za trgovinu murabahah	3
Domaće rejting agencije	2
Institucije visokog obrazovanja koje vrše edukaciju iz oblasti islamskih finansija	59

Izvor: Islamic finance in Asia: Reaching new heights (2018).

Rezultati IFCI indeksa za 2019. godinu upućuju da je Malezija prvi put zauzela drugo mjesto u rangiranju od 48 zemlje sa ukupnom vrijednošću indeksa 81.05. Ipak, Malezija je prema IFCI okarakterisana kao „izuzetna“ zemlja u globalnoj strukturi industrije islamskih finansija. Kada govorimo o pojedinačnim komponentama indeksa one iznose:

- broj islamskih banaka (14%),
- broj islamskih finansijskih institucija (14%),
- režim Šerijatskog odbora (13%),
- aktiva islamskih finansija (18%),
- broj muslimanskog stanovništva (8%),
- sukuk (14%),
- edukacija i kultura (10%),
- islamski regulatorni okvir i zakon (9%),

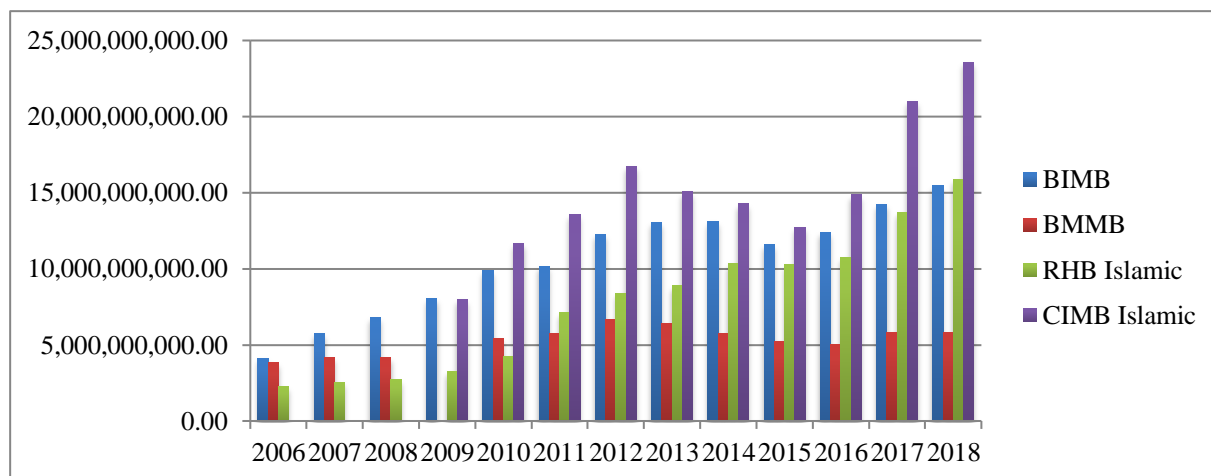
U kontekstu IFDI indeksa za 2019. godinu, od ukupnog broja analiziranih zemalja, Malezija zauzima prvo mjesto sa ukupnom vrijednošću indeksa 114.50. Pozicija Malezije prema pojedinačnoj vrijednosti prethodno navedenih indikatora predstavljena je u narednoj tabeli.

Tabela 34: Pozicija Malezije u IFDI indeksu za 2019. godinu

Indikator	Vrijednost indeksa
Kvantitativni stepen razvijenosti	96.39
Znanje	188.26
Upravljanje	93.89
Korporativna društvena odgovornost	43.41
Upoznatost	150.55

Izvor: <http://www.zawya.com/islamic-finance-development-indicator/#>

Kada je u pitanju Malezija, u ovoj disertaciji uključene su četiri banke odnosno Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB), Bank Muamalat Malaysia Berhad (BMMB), CIMB Islamic i RHB Islamic. Na narednom grafikonu prikazana je vrijednost aktive analiziranih banaka za period 2006-2018.



Izvor: Kakulacije autora na bazi godišnjih izvještaja analiziranih banaka

Grafikon 15: Vrijednost aktive BIMB, BMMB, CIMB Islamic i RHB Islamic za period 2006-2018 (u USD)

Odrednica islamskog bankarstva u Maleziji jeste koncept centralizovanog šerijatskog upravljanja (*engl. centralized Sharia governance*) koji se ogleda u tome da postoji Šerijatski odbor kao sastavni dio Centralne banke koje obavlja ulogu regulatornog tijela islamskih banaka u kontekstu njihovog poslovanja u skladu sa šerijatskim principima. Ovim se ne

isključuje postojanje internih Šerijatskih odbora unutar banke ali se od istog zahtijeva poštovanje propisa Centralnog Šerijatskog odbora. Hamza (2013) je upoređivao centralizovani pristup koji postoji u Maleziji u odnosu na decentralizovani koji je aktivan u većini GCC zemalja gdje su rezultati istraživanja pokazali da centralizovani pristup doprinosi razvoju industrije islamskih finansija u smislu efikasnosti i vjerodostojnosti islamskih banaka.

U pogledu korporativne društvene odgovornosti, Lu i Castka (2009) ističu da je ovo pitanje u Maleziji zastupljeno od 1974. godine, kada je donesen Zakon o kvaliteti okoliša (*engl. Environmental Quality Act*), Zakon o zabrani korupcije (1977), Zakon o ljudskim pravima (1999). U pogledu institucija koje doprinose razvoju ovoj oblasti, posebno se ističe aktivnost Malezijske berze (*engl. Bursa Malaysia*) i njenog okvira za korporativnu društvenu odgovornost (*engl. Bursa Malaysia Framework for CSR*). Evidentno je da je u Maleziji rađen veliki broj naučnih istraživanja na ovu temu, posebno u kontekstu objelodanjivanja podataka, što je već predstavljeno u petom poglavlju pa ovdje neće biti predmetom posebne analize.

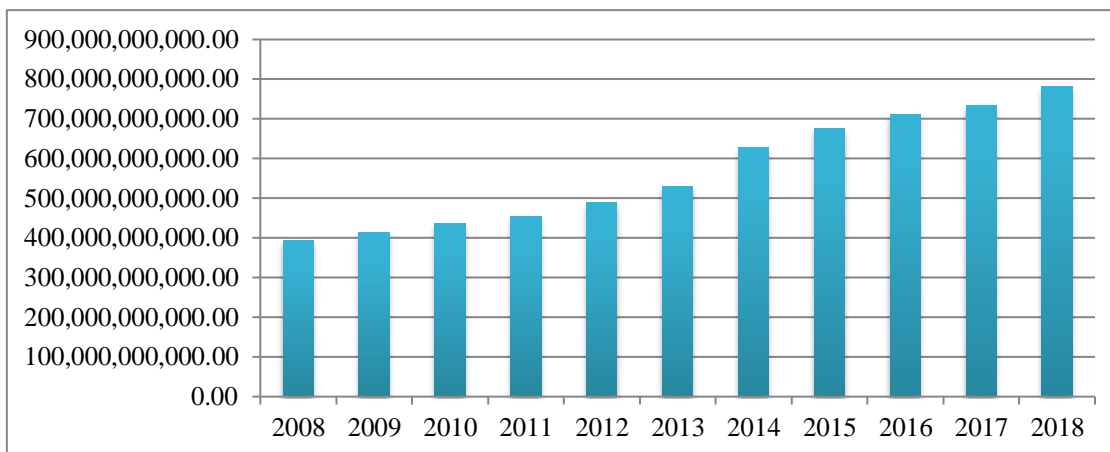
Prema Thomson Reuters (2017), islamske finansijske institucije u Maleziji, od čega u ukupnom učešću najveći procenat zauzimaju islamske banke, u toku 2016. godine distribuirale su 24 miliona USD za aktivnosti korporativne društvene odgovornosti koje uključuju Zekat, Qard-hasan kredite i druge dobrotovorne aktivnosti.

6.3.5 Karakteristike islamskog bankarstva u Ujedinjenim Arapskim Emiratima

Ujedinjeni Arapski Emirati (UAE) je država u Jugozapadnoj Aziji koja se sastoji od sedam emirata: Abu Dhabi, Ajman, Dubai, Fujairah, Ras al-Khaimah, Sharjah i Umm al-Qaiwain. Zemlja je bila britanska kolonija sve do 1971. godine kada su se emirati ujedinili. U modernoj eri, samo 25% stanovništva zemlje je lokalno dok su ostali stanovnici stranci. Ekonomski, UAE je u 2018. godini imao 414.18 milijardi vrijednosti GDP-a što predstavlja učešće od 0,67 u svjetskoj ekonomiji⁶⁷. Kao i u slučaju Saudijske Arabije, UAE ekonomija se zasniva na nafti koja je otkrivena 1958. godine. Zemlja posjeduje 10% svjetskih rezervi nafte i u kontekstu regionalne podjele, opšti je stav da je emirat Abu Dhabi orijentisan ka nafti dok je Dubai centar finansijskih aktivnosti (A Middle East Point of View, 2011).

Prema izvještaju Centralne banke UAE za 30.6.2019, bankarski sektor UAE čine 57 banaka od čega je 22 domaćih (*engl. national*), 8 islamskih i 27 stranih. Vrijednost aktive bankarskog sektora UAE, za period 2008-2018, predstavljena je na narednom grafikonu.

⁶⁷ <https://tradingeconomics.com/united-arab-emirates/gdp> (Pristupljeno 20.02.2020.)

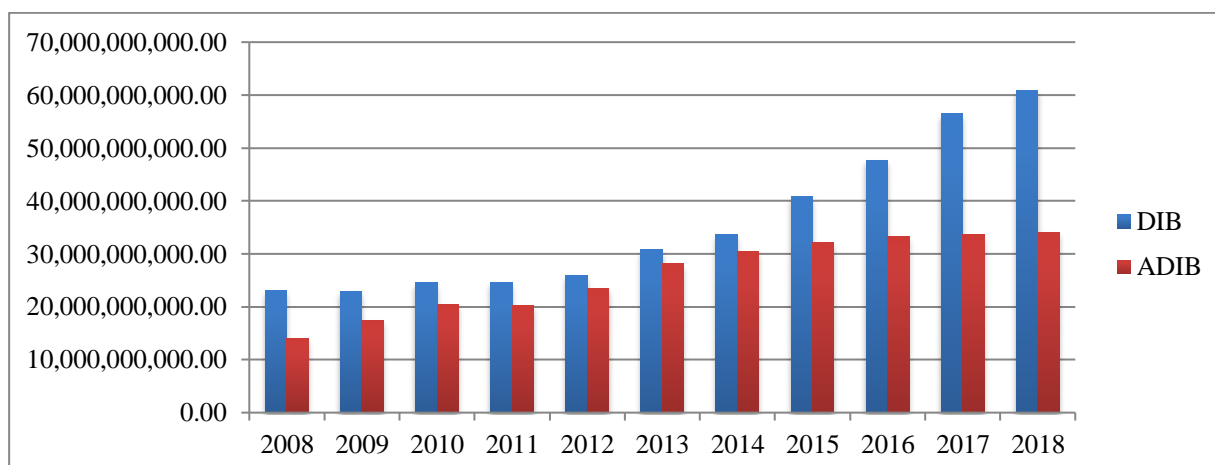


Izvor: Centralna banka UAE

Grafikon 16: Ukupna aktiva bankarskog sektora UAE za period 2008-2018 (u USD)

Centralna banka UAE osnovana je 1973. godine kao Currency board UAE da bi se 1980. godine donio novi zakon, Union Law No. (10), kojim se formira Centralna banka UAE. Kao i u slučaju Saudijske Arabije, lokalna valuta, dirhem (Arab Emirate Dirham – AED) je od 1997. godine fiksno vezana za USD u iznosu 3.6725 dirhema. Prva privatna banka otvorena u UAE je Mashreqbank koja je 1967. godine osnovana u Dubaiju kao Bank of Oman. Prva islamska banka u UAE jeste Dubai Islamic Bank (DIB) otvorena 1975. godine. Regulaciju islamskog bankarstva provodi Centralna banka na osnovu Federalnog zakona br. 6 koji je donesen 1985. godine.

Prema izvještaju Centralne banke UAE (2019), udio islamskih banaka u ukupnoj aktivi sektora na dan 31.12.2018. iznosio je 20,3%. U istraživačkom uzorku ove disertacije uključene su dvije banke iz UAE: Dubai Islamic Bank (DIB) i Abu Dhabi Islamic Bank (ADIB) čija je vrijednost aktive za period 2008-2018 prikazana na narednom grafikonu.



Izvor: Kakulacije autora na bazi godišnjih izvještaja analiziranih banaka

Grafikon 17: Vrijednost aktive DIB i ADIB za period 2008-2018 (u USD)

Kako bi se UAE pozicionirala kao vodeća zemlja islamskih finansija a Dubai „glavni grad“ islamske ekonomije, 2012. godine vlada je predstavila strateški plan za razvoj islamskog ekonomskog sektora. „Strateški plan se oslanja na sedam glavnih stubova koji se kreću u pravcu da Dubai postane globalna referentna tačka i hub islamskih finansija, glavni

centar halal industrije i pouzdano ime za akreditaciju takvih proizvoda, prvo odredište za porodični turizam, glavna svjetska platforma za islamsku e-trgovinu i islamsku digitalnu ekonomiju, svjetski kapital za islamski dizajn i inovacije, glavni centar i referenca za znanje, obrazovanje i istraživanje u svim područjima islamske ekonomije te najpouzdaniji centar za standarde islamske ekonomije i certifikaciju⁶⁸.

U cilju jačanja primjene šerijatskih standarda, koje izdaje AAOIFI, od strane islamskih finansijskih institucija u UAE, 2017. godine je osnovano Više šerijatsko tijelo (*engl. Higher Sharia Authority ili skraćeno HSA*) u okviru Centralne banke. Ova promjena sastavni je dio novog Zakona o bankama iz 2018. godine (UAE Federal Law No.14) koji je zamijenio Zakon iz 1980. godine (Federal Law No. 10).

Kada govorimo o rangiranju UAE u okviru IFCI indeksa za 2019. godinu, ova zemlja zauzima sedmo mjesto sa ukupnom vrijednošću indeksa 45.31. Samim tim UAE je, prema IFCI, okarakterisana kao „značajna“ zemlja u globalnoj strukturi industrije islamskih finansija. Kada govorimo o pojedinačnim komponentama indeksa one iznose:

- broj islamskih banaka (18%),
- broj islamskih finansijskih institucija (24%),
- režim Šerijatskog odbora (13%),
- aktiva islamskih finansija (13%),
- broj muslimanskog stanovništva (1%),
- sukuk (13%),
- edukacija i kultura (9%),
- islamski regulatorni okvir i zakon (9%),

U kontekstu IFDI indeksa za 2019. godinu, od ukupnog broja analiziranih zemalja, UAE ima ukupnu vrijednost indeksa 69.92 i zauzima treće mjesto. Pozicija UAE prema pojedinačnoj vrijednosti prethodno navedenih indikatora predstavljena je u narednoj tabeli.

Tabela 35: Pozicija UAE u IFDI indeksu z 2019. godinu

Indikator	Vrijednost indeksa
Kvantitativni stepen razvijenosti	31.25
Znanje	59.23
Upravljanje	72.26
Korporativna društvena odgovornost	57.15
Upoznatost	129.70

Izvor: <http://www.zawya.com/islamic-finance-development-indicator/#>

Primjena koncepta korporativne društvene odgovornosti u UAE poprima novu dimenziju. Prema web stranici, www.csruae.ae, kreiranoj posebno za promociju koncepta korporativne društvene odgovornosti u ovoj zemlji, misija vlade UAE jeste uspostaviti UAE kao najviše filantropsku zemlju na svijetu. Ako bismo se ovdje kratko osvrnuli na rangiranje World Giving Index (2018), koji analizira stepen filantropije zemalja na osnovu tri kategorije: pomoć strancu, doniranje novca u dobrotvorne svrhe i volontiranje, UAE zauzima 12 mjesto od ukupno 144 analizirane zemlje. Po toj klasifikaciji, ova misija ima utemeljenje.

⁶⁸ <https://government.ae/en/information-and-services/finance-and-investment/banking> (Pristupljeno: 10.5. 2019)

Ovome u prilog ide i izvještaj Thomson Reuters (2019) prema kojem su islamske finansijske institucije u UAE, od čega u ukupnom učešću najveći procenat zauzimaju islamske banke, u toku 2018. godine distribuirale 88 miliona USD za aktivnosti korporativne društvene odgovornosti koje uključuju Zekat, Qard-hasan kredite i druge dobrotovorne aktivnosti

6.3.6 Karakteristike islamskog bankarstva u Turskoj

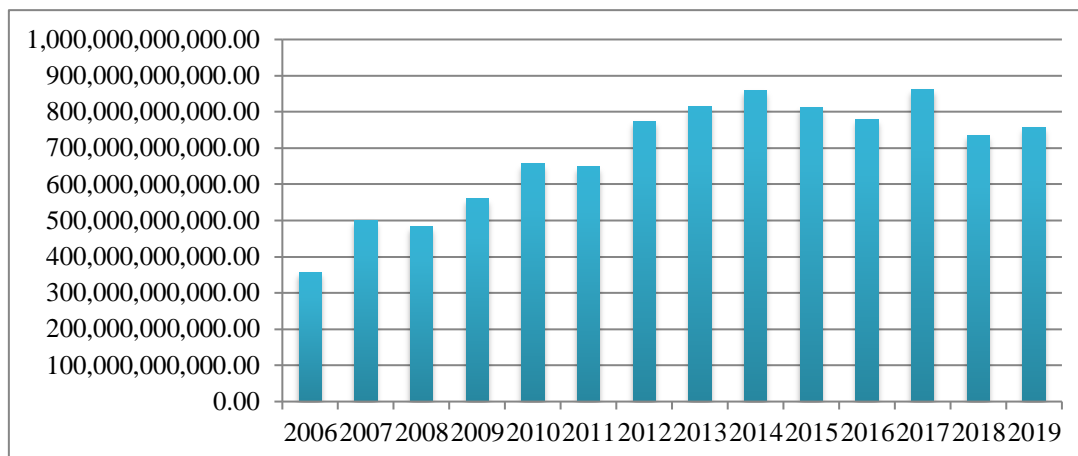
Turska je evroazijska država koja je status Republike dobila 1923. godine nakon propasti Osmanskog carstva poslije Prvog svjetskog rata. Ekonomski, Turska je u 2018. godini imala 766.51 milijardi vrijednosti GDP-a što predstavlja doprinos od 1,24% svjetskoj ekonomiji⁶⁹. U trećem kvartalu 2017. godine, Turska je ostvarila rekordan rast od 11,3 % (Participation banks, 2018). Radi svog geografskog položaja, Turska ima karakter kao strateški važne zemlje pa je samim tim i članica ekonomskih organizacija poput G20, NATO itd.

Razvoj finansijskog sistema u Turskoj tekao je sporo. Jedan od razloga svakako jeste što u toku Osmanskog carstva, koje je postojalo 623 godine, kamata nije bila dozvoljena. U skladu sa time, Gormez (2008) ističe da je prva banka u Osmanskom carstvu pod nazivom Banque de Constantinople, osnovana 1845. godine ali da zakonski akt koji reguliše oblast bankarstva nikad nije postojao u Carstvu izuzev Murabaha sporazuma iz 1887. godine.

Era sistemskog razvoja bankarskog sistema počela je nakon osnivanja Republike koja je imala sekularni karakter i gdje je kamata bila dozvoljena. Gormez (2008) navodi da je do 1930. godine u Turskoj poslovalo oko 22 malih domaćih banaka i 13 velikih stranih banaka ali da je znatan broj malih banaka zatvoren radi efekata Velike depresije. Ovaj period karakteriše i formiranje sektorskih banaka poput Ziraat Bank (za poljoprivredu) ili Halkbankasi (za podršku malim i srednjim preduzećima). Centralna banka Turske osnovana je 1931. godine a udruženje banaka 1958. godine.

Bankarski sektor Turske sastoji se od depozitnih banaka kojih je u 2019. godini bilo 34, razvojnih i investicijskih banaka kojih ima 13, participirajućih banaka kojih ima 6 i 2 institucije koje su u nadležnosti turskog Fonda za osiguranje štednih uloga (*engl. Savings Deposit Insurance Fund of Turkey ili skraćeno SDIF*). Prema podacima Agencije za regulaciju i nadzor bankarstva (*engl. Banking Regulation and Supervision Agency ili skraćeno BDDK*), u 2019. godini tržištu participirajućih banaka pridružila se i Emlak banka. Važno je napomenuti da su dvije banke, Vakif i Ziraat, participirajuće banke u državnom vlasništvu. Vrijednost aktive bankarskog sektora Turske, za period 2006-2019, predstavljena je na narednom grafikonu.

⁶⁹ <https://tradingeconomics.com/turkey/gdp> (Pristupljeno: 15.7.2019).



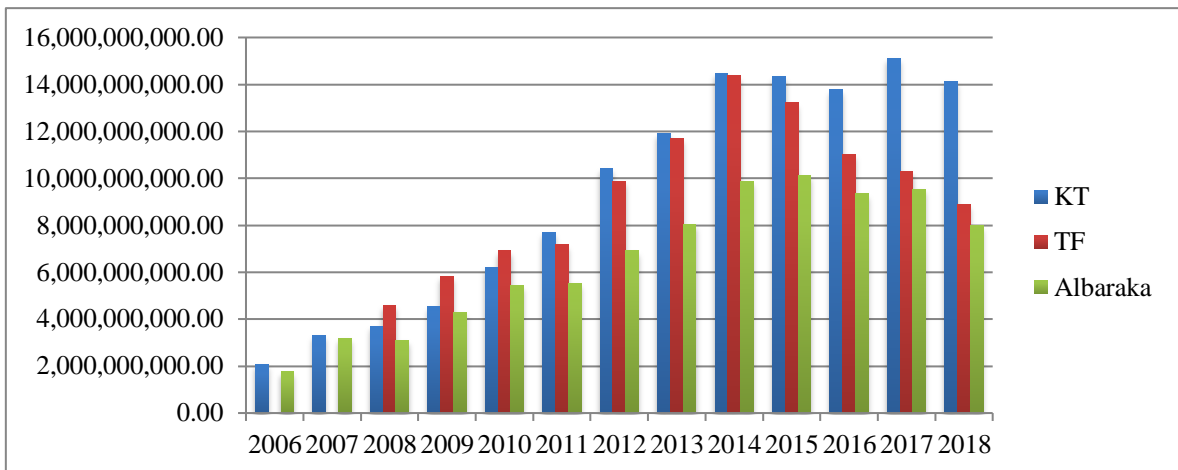
Izvor: BDDK (2020)

Grafikon 18: Vrijednost aktive bankarskog sektora Turske za period 2006-2019 (u USD)

Razvoj islamskog bankarstva u Turskoj datira iz perioda 1980-tih godina, konkretnije 1983. godine, kada je u cilju privlačenja investitora sa područja Srednjeg istoka, vlada kreirala regulatorni okvir za uspostavljanje islamskih banaka pod nazivom „Specijalne finansijske kuće“ (engl. *Special Finance Houses*). Ovim nazivom zadržao se sekularni pristup koji je uveden u Ustav zemlje, budući da se islamski karakter ne ispoljava u njihovom nazivu. Ipak, Egresi i Belge (2015) ističu da Specijalne finansijske kuće nisu imale jednak status kao i konvencionalne banke jer im nije bilo dozvoljeno da ulažu u obveznice vlade čime su dovedene u lošiji položaj u odnosu na konvencionalne banke. Ova situacija se mijenja novom bankarskom regulativom iz 1999. i 2001. da bi u Zakonu o Bankama br. 5411 iz 2005. godine termin Specijalne finansijske kuće bio ukinut i uveden novi – participirajuće banke. Jedna od odrednica participirajućih banaka u Turskoj jeste način funkcionisanja Šerijatskog odbora u okviru banke. Naime, Šerijatski odbor ne nosi takav naziv nego se zove Savjetodavni odbor (engl. *Advisory board*) i, prema Gun (2016), djeluje nezvanično.

„Participirajuće banke doprinose ekonomskoj sferi na različite načine. Bilansi stanja banaka koje učestvuju u njima, njihov broj poslovnica, broj osoblja, napredak u količini prikupljenih i isplaćenih sredstava direktno se odražavaju na rast i razvoj u bankarskom sektoru. Ukupan nekonsolidovani obim aktive participirajućih banaka u Turskoj u 2018. godini porastao je za 29,1% u odnosu na 2017 godinu“ (Participation banking in Turkey, 2018). Prema izvještaju *World Bank Islamic finance bulletin* (2020), tržišni udio ovih finansijskih institucija u 2018. godini u bankarskom sektoru zemlje bio je 5,3 % sa vrijednošću aktive od 38,9 milijardi USD. U istom izvještaju se naglašava i težnja vlade Turske da do 2025. godine poveća učešće participirajućih banaka u bankarskom sektoru na 15%

U okviru ovog istraživanja, uzorak su činile tri banke odnosno Kuveyt Turk (KT), Turkiye Finans Katılım Bankası (TF) i Albaraka Turk čija je vrijednost aktive, za period 2006-2018, prikazana na narednom grafikonu.



Izvor: Kakulacije autora na bazi godišnjih izvještaja analiziranih banaka

Grafikon 19: Vrijednost aktive KT, TF i Albaraka Turk za period 2006-2018 (u USD)

Prema rezultatima IFCI indeksa za 2019. godinu, Turska zauzima 13 mjesto sa ukupnom vrijednošću indeksa 20.77. Samim tim Turska je, prema IFCI, okarakterisana kao „skromna“ zemlja u globalnoj strukturi industrije islamskih finansija. Kada govorimo o pojedinačnim komponentama indeksa one iznose:

- broj islamskih banaka (23%),
- broj islamskih finansijskih institucija (26%),
- režim Šerijatskog odbora (5%),
- aktiva islamskih finansija (13%),
- broj muslimanskog stanovništva (12%),
- sukuk (9%),
- edukacija i kultura (7%),
- islamski regulatorni okvir i zakon (5%),

U kontekstu IFDI indeksa za 2019. godinu, od ukupnog broja analiziranih zemalja, Turska ima ukupnu vrijednost indeksa 25.82. Pozicija Turske prema pojedinačnoj vrijednosti prethodno navedenih indikatora predstavljena je u narednoj tabeli.

Tabela 36: Pozicija Turske u IFDI indeksu za 2019. godinu

Indikator	Vrijednost indeksa
Kvantitativni stepen razvijenosti	11.00
Znanje	23.81
Upravljanje	34.92
Korporativna društvena odgovornost	37.97
Upoznatost	20.41

Izvor: <http://www.zawya.com/islamic-finance-development-indicator/#>

Kada govorimo o konceptu korporativne društvene odgovornosti u Turskoj, može se reći da on datira još iz 13 stoljeća osnivanjem organizacije „Ahilik“, solidarne organizacija obrtnika i zanatlija (CSR for all: Turkey, 2013). U modernoj eri poslovanja, u zemlji radi nekoliko nevladinih institucija sa ciljem promocije korporativne društvene odgovornosti poput Asocijacije korporativne društvene odgovornosti Turske (engl. Corporate Social Responsibility Association of Turkey ili skraćeno CSR Turkey). U izvještaju Turkey Corporate

Social Responsibility Baseline Report (2013) navodi se da su na razvoj i primjenu korporativne društvene odgovornosti u Turskoj uticali i bogati pojedinci putem svojih filantropskih aktivnosti kao i aktivnom uključenju u rješavanje društvenih pitanja.

„Racionalnim ili naučnim metodama ne možemo predvidjeti budući rast našeg naučnog znanja“

(Karl Popper)

7 METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Osnovni cilj istraživanja ove disertacije jeste da se na bazi rezultata dosadašnjih teorijsko-metodoloških i empirijskih istraživanja i proučavanja prakse poslovanja islamskih banaka iz KISMUT zemalja i Bosne i Hercegovine, za period 2006-2016., istraži uticaj korporativne društvene odgovornosti na finansijske performanse islamskih banaka kroz prizmu koncepta objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti (CSR).

Realizovanje postavljenog cilja zahtjevalo je kreiranje istraživačkog plana koji uključuje:

- izbor banaka kao jedinica uzorkovanja, određivanje njihovog broja i dužine vremenskog perioda posmatranja vrijednosti individualnih i grupnih indikatora odnosno vrijednosti zavisnih i eksplanatnih varijabli kao i kvalitativnih varijabli čije se uticaj ispituje preko vještačkih varijabli (izbor strategije uzorkovanja);
- prikupljanje godišnjih izvještaja islamskih banaka, što je podrazumijevalo korištenje metoda pretraživanja internet baza podataka;
- konstrukciju indeksa objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti koji se sastoji od više dimenzija koji ga konstituišu kao višedimenzionalnu pojavu;
- izbor odgovarajućih deskriptivnih statistika za mjerenje centralne tendencije CSR, za mjerenje varijacije pojedinačnih elemenata od jedne banke do druge i tokom vremena i indeksa CSR u cjelini, za mjerenje korelacije odnosno stepena kvantitativnog slaganja varijabliteta posmatranih pojava vremena, nezavisno od smjera uticaja jedne varijable na drugu;
- specifikaciju regresionog modela, što podrazumijeva izbor funkcionalne forme, eksplanatnih (objašnjavajućih) varijabli, testiranje hipoteza o signifikantnosti uticaja pojedinačnih objašnjavajućih varijabli i objašnjavajućoj moći ocjenjenog modela u cjelini, što podrazumijeva korištenje t-testa, F-testa i drugih statističkih testova;
- izbor regresionog modela ocjenjivanja stepena CSR na finansijske performanse banke, tj. izbor između modela zasnovanog na podacima vremenskih serija, modela zasnovanog na unakrsnim podacima (podacima o vrijednostima varijabli po bankama odnosno zemljama) i modela zasnovanog na panel podacima koji kombinuje podatke o bankama odnosno zemljama i vrijeme tako da se dobiju vremenske serije unakrsnih podataka.

Nakon kreiranja istraživačkog plana, pristupljeno je prikupljanju podataka što je predstavljeno u narednom dijelu.

7.1 Izvori podataka i strategija uzorkovanja

Podaci koji su korišteni u empirijskoj analizi potiču gotovo isključivo iz sekundarnih izvora koje čine interni izvještaji, uzorkom obuhvaćenih banaka, a koje su analizirane banke objavile na svojim web stranicama; publikacije magazina poput časopisa „*Global Finance*“, koji dodjeljuje nagradu „*Best Islamic Financial Institution*“; raznih publikacija koje objavljuju svjetski poznate revizorske kuće koje su specijalizovane za oblast bankarstva, kao što je kuća Ernst & Young, relevantni časopisi iz oblasti bankarstva koji su dostupni u elektronskom zapisu, poput *The Banker*, *The Economist* itd.

Navedeni izvori su korišteni prilikom utvrđivanja plana uzorkovanja koji se odnosio na dvostepeni izbor banaka kao osnovnih jedinica uzorkovanja. Najprije su odabrane zemlje, a potom banke iz čijih su godišnjih izvještaja preuzimani podaci za pojedine godine

analiziranog perioda i definisane vrijednosti varijabli koje sadrže multivarijacioni regresioni model koji sadrži dvije zavisne varijable a koje predstavljaju dvije osnovne dimenzije finansijskih performansi svake banke, s jedne strane, i grupe nezavisnih varijabli, uključujući varijable – indikatore korporativne društvene odgovornosti, koje prema polaznoj istraživačkoj hipotezi predstavljaju osnovni izvor varijabiliteta finansijske uspješnosti islamskih banaka. Potpuniji uvid u značaj izvora podataka i njihovog uticaja na plan uzorkovanja najbolje se može sagledati kroz proces definisanja konačnog sastava jedinica uzorka te opservacija na osnovu kojih su sprovedena empirijska istraživanja.

Prilikom definisanja uzorka, korišteni su sljedeći kriterijumi:

- a) *regionalni kriterijum*; prema ovom kriterijumu odabrane su islamske banke iz zemalja KISMUT-a, koje predstavljaju zemlje sa najvećom stopom rasta islamskog bankarstva u kojima je skoncentrisano oko 80% vrijednosti aktive islamskog bankarstva (EY, 2016).
- b) *kriterijumu uspješnosti islamskih banaka*; za utvrđivanje uspješnosti islamskih banaka korištena je rang lista koju objavljuje magazin „*Global Finance*“. Magazin je osnovan 1987. godine i dodjeljuje nagradu „*Best Islamic Financial Institution*“. Prilikom odabira najuspješnijih finansijskih institucija, razmatrani su faktori koji imaju kvantitativni i subjektivni karakter. Kvantitativni kriterijumi uključivali su porast aktive, profitabilnost, geografsku rasprostranjenost, strateške odnose, razvoj novih poslovnih aktivnosti i inovacije u proizvodima. Subjektivni kriterijumimi odnosili su se na reputaciju, zadovoljstvo kupaca te mišljenja analitičara i drugih uključenih u datu industriju. Kombinacija ovih faktora rezultira da titulu najuspješnije institucije ponese ona koja možda i nije najveća, najstarija ili sa najvećim stepenom diverzifikacije u datoj zemlji, regionu ili proizvodu, već jednostavno najbolja odnosno ona sa kojima bi kupci širom svijeta najvjerovatnije željeli da posluju (GF, 2016). U cilju adekvatnog utvrđivanja uzorka, analizirane su banke koje su ponijele titulu najuspješnijih islamskih finansijskih institucija za period od 2008-2016. godine.⁷⁰ Prema kriterijumu uspješnosti islamskih banaka, a vodeći se evidencijom godine osnivanja⁷¹, odabrano je 11 islamskih banaka iz KISMUT zemalja a to su:
 - 1) Katar (Qatar Islamic Bank),
 - 2) Indonezija (Bank Syariah Mandiri, Bank Muamalat Indonesia),
 - 3) Saudijska Arabija (Al Rajhi, National Commercial Bank),
 - 4) Malezija (CIMB Islamic Bank),
 - 5) UAE (Abu Dhabi Islamic Bank, Dubai Islamic Bank),
 - 6) Turska (Turkiye Finans, Kuveyt Turk, Albaraka Turk Participation Bank).
- c) *kriterijumu članstva u okviru Generalnog vijeće za islamske banke i finansijske institucije* (General Council for Islamic Banks and Financial Institutions ili skraćeno CIBAFI⁷²) sa preko 120 članova iz više od 30 različitih pravnih sistema. CIBAFI se smatra „*globalnim kišobranom*“ islamskih finansijskih institucija i predstavlja industriju islamskih finansijskih usluga, na svjetskom nivou, zalažući se za razvoj islamskih finansijskih institucija kao i promovisanje uloge islamskih

⁷⁰ Na internet stranici časopisa <https://www.gfmag.com/awards-rankings/best-banks-and-financial-rankings/>, nismo uspjeli pronaći rangiranje za 2006. i 2007. godinu.

⁷¹ Podaci o godini osnivanja banke preuzeti su sa stranice <https://www.bloomberg.com/europe>.

⁷² CIBAFI je međunarodna organizacija osnovana 2001. godine, sa sjedištem u kraljevini Bahrein. Za više informacija o samoj organizaciji: www.cibafi.org

finansija.⁷³ Prema ovom kriterijumu, a vodeći se evidencijom godine osnivanja, odabrano je 7 islamskih banaka iz zemalja KISMUT-a⁷⁴ odnosno:

- 1) Katar (Qatar International Islamic Bank),
- 2) Indonezija (nijedna banka nije članica),
- 3) Saudijska Arabija (Bank AlBilad, Bank AlJazira),
- 4) Malezija (Bank Islam Malaysia Berhad, Bank Muamalat Malaysia Berhad, RHB Islamic Bank Berhad),
- 5) UAE (Sharjah Islamic Bank).

Na osnovu ova tri kriterijuma prvobitno je odabrano ukupno 19 banaka odnosno:

- Katar (Qatar Islamic Bank, Qatar International Islamic bank),
- Indonezija (Bank Syariah Mandiri, Bank Muamalat Indonesia),
- Saudijska Arabija (Al Rajhi, National Commercial Bank, Bank Albilad, Al Jazira),
- Malezija (CIMB Islamic Bank, Bank Islam Malaysia Berhad, Bank Muamalat Malaysia Berhad, RHB Islamic Bank Berhad),
- Ujedinjeni Arapski Emirati (Abu Dhabi Islamic Bank, Dubai Islamic Bank, Sharjah Islamic Bank)
- Turska (Turkiye Finans, Kuveyt Turk, Albaraka Turk Participation Bank).
- Bosna i Hercegovina (Bosna Bank International).

Međutim, u toku procesa prikupljanja godišnjih izvještaja banaka, koji se odvijao u periodu 30.6.2018. – 30.6.2019, pojavili su se određeni problemi koji su uticali na uzorak i konačan broj opservacija. Naime, konstatovano je da nemaju sve islamske banke dostupne godišnje izvještaje na svojim web stranicama iako naglašavaju da su vrlo transparentni. U tom kontekstu posebno su izraženi sljedeći problemi:

- neke islamske banke nemaju dostupne godišnje izvještaje za period prije 2010. godine,
- u okviru sekcije „*godišnji izvještaj*“ (*engl. Annual Report*) neke banke, poput Sharjah Islamic Bank iz UAE, objavljuju finansijski izvještaj umjesto godišnjeg,
- neke islamske banke, poput Bank Syariah Mandiri iz Indonezije, ima dostupne godišnje izvještaje na zvaničnoj web stranici ali samo na lokalnom jeziku, bez odgovarajućeg prevoda na engleski,
- iako su sve banke iz uzorka islamske, neke su, kao u slučaju National Commercial Bank (NCB) iz Saudijske Arabije, tek od 2014. godine i zvanično postale u potpunosti islamske banke,
- CIMB Islamic banka dio je CIMB Grupacije (Holding) što je uveliko uticalo na dostupnost izvještaja zato što su izvještaji CIMB Islamic ustvari dijelom jednog godišnjeg izvještaja Grupe i to od 2010. godine.

U cilju rješavanja nastale situacije uloženi su posebni angažman na direktnoj komunikaciji sa PR odjelom analiziranih banaka, poput Sharjah Islamic Bank, međutim konstatovali smo da osobe zadužene za ovaj odjel nisu svjesni razlike između godišnjeg i finansijskog izvještaja budući da je, i pored nekoliko upućenih mail-ova i detaljnog objašnjenja o kakvom se istraživanju radi, odgovor i dalje upućivao na finansijske izvještaje. Isto tako, uložili smo

⁷³ <http://www.worldbank.org/en/news/press-release/2015/07/09/cibafi-and-the-world-bank-sign-memorandum-of-understanding-to-foster-cooperation-on-islamic-finance> (Pristupljeno: 04.4.2018.)

⁷⁴ Abu Dhabi Islamic Bank i Dubai Islamic Bank iz Katara kao i Albaraka Türk Participation Bank iz Turske, nalaze se i u okviru kriterijuma uspješnosti banaka tako da te banke nisu ponovo evidentirane i unutar kriterijuma članstva u CIBAFI-ju iako jesu članice ove organizacije.

dotadni napor na kontaktiranju predstavnika web stranica koji se bave finansijskom analizom poslovnih institucija što je rezultiralo time da su:

- ustupljeni godišnji izvještaji nekoliko islamskih banaka (Bank Albilad i National Commercial Bank) putem web stranice www.economena.com;
- ustupljeni godišnji izvještaji nekoliko islamskih banaka (Kuveyt Turk i Albaraka Turk) putem web stranice www.morningstar.com; i
- komunikacija putem web stranice www.researchgate.com sa autorima koji su radili slična istraživanja radi ustupanja izvještaja.

Ipak i pored navedenih poduzetih aktivnosti, nismo uspjeli doći do planiranog i željenog broja godišnjih izvještaja što je pak na kraju rezultiralo da se Sharjah Islamic Bank isključi iz analize budući da se na osnovu finansijskih izvještaja ne može, u potpunosti, izračunati indeks objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti. Ovdje je bitno napomenuti da godišnji izvještaj nije bio dostupan ni za jednu analiziranu godinu. Isto tako, i u slučaju nekih drugih islamskih banaka iz našega uzorka, godišnji izvještaji nisu često bili dostupni za analizirani period što je pak imalo uticaja na konačan broj opservacija.

Kada je u pitanju NCB banka, iako su izvještaji bili dostupni za period i prije 2014. godine, u analizu su uključeni izvještaji banke tek od 2014. godine iz razloga što je banka, na svojoj zvaničnoj web stranici, navela da je „prva banka na svijetu koja se transformirala iz tradicionalnog u islamsko bankarstvo“⁷⁵ a da je taj proces zvanično počeo sa 2014. godinom, po osnovu stava Šerijatskog odbora banke navedenog u godišnjem izvještaju iz 2015. godine gdje se navodi da je: „Odbor NCB u 2014. godini odobrio strateški plan za naredne četiri godine a koje uključuju postepenu transformaciju banke u islamsku“ (NCB Annual Report, 2015).

U slučaju CIMB Islamic banke korišteni su izvještaji Grupe i to za period 2010-2016. godina sa napomenom da su u svrhu računanja indeksa objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti korištene objelodanjene informacije koje su vezane za CIMB Islamic u kontekstu onoga što jednu islamsku banku čini specifičnom (Šerijatski odbor, Zekat, vizija i misija, broj zaposlenih i proizvodi u skladu sa Šerijatom) dok je za utvrđivanje drugih dimenzija, posebno u pogledu odnosa prema društvu, kreditne politike i zaposlenih, zasnovan na informacijama koje je Grupa objelodanila u dostupnim izvještajima.

U konačnici, u narednoj tabeli dat je prikaz banaka uključenih u uzorak sa naznakom + za koji je period bio dostupan godišnji izvještaj.

Tabela 37: Dostupnost godišnjih izvještaja islamskih banaka iz uzorka

Banka	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Qatar Islamic Bank (QIB)	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Qatar International Islamic Bank (QIIB)	-	-	-	-	+	+	+	+	+	+	+

⁷⁵ Za više posjetiti: <https://www.alahli.com/en-us/about-us/Pages/Sharia-Committee.aspx#IslamicInnovation>

Bank Muamalat Indonesia (BMI)	-	-	+	-	+	+	+	+	-	+	+
Bank Syariah Mandiri (BSM)	-	-	-	-	-	+	-	-	+	+	+
Al Rajhi	+	-	+	+	+	+	+	+	-	+	+
NCB									+	+	+
Bank Albilad	-	-	-	-	-	-	+	+	+	+	+
Al Jazira	-	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB)	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Bank Muamalat Malaysia Berhad (BMMB)	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
RHB Islamic	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
CIMB Islamic	-	-	-	-	+	+	+	+	+	+	+
Abu Dhabi Islamic Bank (ADIB)	-	-	-	-	-	-	-	+	+	+	+
Dubai Islamic Bank (DIB)	-	-	-	+	-	+	+	-	-	-	-
Kuveyt Turk (KT)	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Turkiye Finans (TF)	-	-	+	+	+	-	+	+	+	+	+
Albaraka Turk	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Bosna Bank International	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

Izvor: Autor

U nastavku su kratko navedene određene odlike svake od analiziranih banaka iz KISMUT zemalja budući da je BBI banka ranije detaljno predstavljena;

Qatar Islamic Bank je prva i najveća islamska banka u Kataru, osnovana 1982. godine sa tržišnim učešćem od 43% u sektoru islamskog bankarstva. Rejting kuća Moody's Investors Service (Moody's), u 2016. godini banci je dodijelila rejting A1 sa stabilnim izgledom. Prema kriterijumu časopisa The Asian Banker, za 2019. godinu QIB drži petu poziciju u okviru *The 100 largest Islamic banks*. Pored toga, QIB je dobitnik i više priznanja pa tako u 2016. godini banaka je proglašena za:

- najbolju banku na Srednjem istoku (The Banker),

- najbolju islamsku banku u Kataru (Global Finance i World Islamic Banking Conference),
- najbolju banku u Kataru (Euromoney Awards for Excellence).

Qatar International Islamic Bank osnovana je 1991. godine kao privatna islamska banka. U godišnjem izvještaju banke iz 2016. godine navodi se da je „*QIIB u prošloj godini bio u stanju ostvariti rast u najvažnijim finansijskim pokazateljima, poput investicija, depozita i portfelja imovine, čime je banci pomogao da sačuva visoke ocjene koje su joj dodijelile globalne agencije za kreditni rejting*“ (QIIB Annual Report, 2016). Naime, banci su 2016. godine dodjeljeni A2 rejting od strane Moody's i A+ od strane Fitch sa stabilnim izgledom. U okviru već spomenutog kriterijuma *The 100 largest Islamic banks*, QIIB je za 2019. godinu rangirana na 21 mjestu. Za razliku od QIB, godišnji izvještaji QIIB su bili dostupni samo za period od 2010. godine.

Bank Muamalat Indonesia je prva i najstarija islamska banka u Indoneziji koja je osnovana 1991. godine. U 2014. godini, Moody's rejting agencija dodjelila je banci rejting Aa3 dok ju je Global Finance rangirao među 50 najsigurnijih banaka na svijetu. Isto tako u 2019. godini banka je ostvarila 47 mjesto u okviru *The 100 largest Islamic banks* časopisa *The Asian Banker*.

Bank Syariah Mandiri osnovana je 1999. godine kao banka „*koja se uvijek brine da služi interesima kupaca i poboljšava ekonomiju indonežanskog društva kroz najnoviji sistem tehnoloških usluga, uspješno održavajući svoje postojanje kao izvrsna i moderna šerijatska banka*“ (BSM Annual Report, 2016). Banci je 2014. godine rejting kuća Fitch dodjelila A+ rejting što korespondira i sa priznanjima koja su dodjeljena banci poput nagrade za korporativno upravljanje (2010), za najbolju islamsku banku u Indoneziji (2015) kao i za najefikasniju banci u kategoriji islamskih banka sa vrijednošću aktive preko 10 triliona rupija (2015). I ova banka se našla među *The 100 largest Islamic banks* zauzevši 33 mjesto u rangiranju za 2019. godinu.

Al Rajhi bank osnovana je 1957. godine i drži poziciju najveće islamske banke, po vrijednosti aktive, na svijetu. Ovo je također potvrđeno i u rangiranju za 2019. godinu časopisa *The Asian Banker*. Banka je 2016. godine dobila rejting A1, u dugom roku, od strane Moody's rejting kuće. Isto tako banka navodi da je „*postigla plemeniti cilj igrajući ključnu i glavnu ulogu u premošćivanju jaza između modernih bankarskih potreba i islamskih vrijednosti kroz uspostavljanje profesionalnih standarda koje treba slijediti*“ (Al Rajhi Annual Report, 2016). Banka je osvojila i određena priznanja poput onog za najboljeg poslodavca (GCC Best Employer Brand, 2016) kao i najbolju tehnološku inovaciju (Best Technological Innovation Award For Collaboratively-Developed Self-Service Solution, 2016).

Bank AlJazira osnovana je 1976. godine i u 2016. godini drugi put zaredom proglašena je za najbolju privatnu banku u Saudijskoj Arabiji (Global Banking and Finance Review). U 2018. godini, banka je povećala svoj kapital sa 1.386.668.400,00 USD na 2.186.669.400,00 USD dok je u 2019. godini zauzela 14 mjesto u rangiranju *The 100 largest Islamic banks*.

National Commercial Bank poznata i kao AlAhli, osnovana je 1953. godine kao prva banka u Saudijskoj Arabiji. Danas je to jedna od najvećih arapskih banaka u svijetu i najveća banka u Kraljevini sa preko 5 miliona klijenata. Banka je dobila nekoliko priznanja i nagrada a

posebno u oblasti digitalnog bankarstva (Najbolja korporativna digitalna banka u Saudijskoj Arabiji - Global Finance).

Bank Islam Malaysia Berhad osnovana je 1983. godine i predstavlja pionira u razvoju islamskog bankarstva u Maleziji. Pored Malezije, to je prva šerijatska poslovna organizacija osnovana na području cijele Jugoistočne Azije: „*Kao snažni zagovornik etičnog i odgovornog finansiranja, pionirski status BIMB daje banci prednost tako što ima snažan brend i franšizu koja je značajno razlikuje od konkurencije stvarajući sliku najčišće islamske banke koja je privlačila i nastavlja privlačiti sve veću i lojalniju bazu klijenata*“ (BIMB Annual Report, 2016). Banka je dobitnik mnogih nagrada i priznanja među kojima je i za najbolju društvenu inicijativu (Cards & Electronic Payments International, Asia Awards, 2016) dok je u 2019. godini rangirana na 17 mjestu u okviru *The 100 largest Islamic banks*.

Bank Muamalat Malaysia Berhad osnovana je 1999. godine i bitno je napomenuti da se radi o banci koja u svojim izvještajima ima izuzetnu naglašenost da se radi o islamskoj banci. Izvještaji banke počinju sa odlomcima iz Kur'ana dok je i logo banke u duhu islamske arhitekture i vrijednosti: „*Kupola je osnovni dizajnerski element islamske arhitekture. Koristi se za označavanje mjesta za molitve i utočište. Ovo predstavlja proizvode i usluge koje banka može ponuditi svojim klijentima. Pet kupola predstavljaju pet stubova islama jer se muslimani pet puta pozivaju na molitvu. Povezanost pet kupola s jednom linijom označava umrežavanje banke i odnos između BMBM, klijenata i vanjskog okruženja. To umrežavanje i zajedništvo prevodi samo značenje samog Muamalata, a to je "odnos čovječanstva"* (BMMB Annual Report, 2016). Prema kriterijumu časopisa *The Asian Banker*, za 2019. godinu BIMB se pozicionirala na 38 mjesto u okviru *The 100 largest Islamic banks*.

CIMB Islamic osnovana je 2003. godine kao dijelom CIMB Grupe. Općenito, počeci grupe sežu od 1924. godine kada je osnovana Bian Chiang Bank. Trenutno posluje u 18 zemalja i ima preko 40.000 zaposlenih sa sjedištem u Maleziji i jedna je od najvećih na području Azije. CIMB Islamic je u 2016. godini rangirana od strane Moody's rejting agencije sa A3 – stabilni izgledi dok je u 2019. godini zauzela 12 mjesto u rangiranju časopisa *The Asian Banker*.

RHB Islamic osnovana je 2005. godine kao dio Grupacije RHB koja pod ovim imenom posluje od 1995. godine. Banka je u 2016. godini za kreditni kvalitet finansijske aktive dobila rejting AAA do Aa3 a u 2019. godini rangirana je kao 16 najveća islamska banka u okviru *The 100 largest Islamic banks* časopisa *The Asian Banker*.

Dubai Islamic Bank osnovana je 1975. godine kao prva moderna komercijalna islamska banka u svijetu: „*Fokus na inovacije i izvrsnost uticali su da DIB pređe put od pionira islamskih finansija do sticanja statusa najveće islamske banke u UAE*“ (DIB Annual Report, 2011). U 2019. godini zauzela je drugo mjesto kao najveća islamska banka u rangiranju časopisa *The Asian Banker*.

Abu Dhabi Islamic Bank osnovana je 1997. godine i trenutno je „*vodeća regionalna islamska grupa za finansijske usluge*“ (ADIB Annual Report, 2013), dobitnik priznanja za najbolju islamsku banku u UAE u 2016. godini (*The Banker*) i sa rejtingom A+, u dugom roku, od strane Fitch rejting agencije. U 2019. godini zauzela je šesto mjesto u rangiranju časopisa *The Asian Banker* i postala dijelom top 10 najbolje pozicioniranih banaka u rangiranju *The 100 largest Islamic banks*.

Albaraka Turk osnovana je 1985. godine kao prva participirajuća banka u Turskoj. Albaraka je dijelom Albaraka Banking Grup (ABG) koja posluje u 17 zemalja. Historijat osnivanja Albaraka Banking Grup usko je povezan sa cjelokupnom industrijom islamskih finansija, prije svega kroz rad i djelovanje osnivača grupe šeika Saleh Abdullah Kamel. ABG ima dodjeljen rejting BB u dugom roku od strane agencije Standard & Poor's. Kada je u pitanju Albaraka banka u Turskoj, banka ima vrlo izražajan odnos prema kulturi i slikarstvu što je vrlo detaljno objelodanjeno u izvještajima banke.

Kuveyt Turk osnovana je 1989. godine kao privatna finansijska institucija koja svoje poslovanje zasniva na beskamatnom principu. Većinski vlasnik banke (62%) jeste islamska banka iz Kuvajta, Kuwait Finance House. Banka je dobitnik brojnih priznanja i nagrada poput one za najbolju islamsku finansijsku instituciju u Turskoj (Global Finance, 2016).

Turkiye Finans osnovana je 2005. godine spajanjem Anadolu Finans i Family Finans. Većinski vlasnik banke (60%) je National Commercial Bank iz Saudijske Arabije. Banka je dobitnik mnogih nagrada i priznanja poput one za najbolju islamsku banku u Turskoj (World Islamic Banking Conference Performance, 2015).

Kako bi se u potpunosti ispoštovao princip jednoobraznosti u istraživanju, nacionalne valute su konvertovane u američki dolar (USD) budući da su valute nekih zemalja iz uzorka, poput UAE, Katara i Saudijske Arabije fiksno vezane za USD. U slučaju Malezije, Indonezije i BiH korištene su kursne liste nacionalnih centralnih banaka tih zemalja, zaključno sa 31.12., za svaku analiziranu godinu. Kada je u pitanju Turska, korišteni su podaci o aktivni bankarskog sektora, već izraženi u USD, Agencije za regulaciju i nadzor bankarstva Turske (*engl. Banking Regulation and Supervision Agency ili skraćeno BDDK*) zaključno sa 31.12. za svaku analiziranu godinu.

7.2 Metoda analize sadržaja i proces kodiranja

Proces kvantifikacije korporativne društvene odgovornosti prati sam tok razvoja ovog koncepta. Ehsan et al. (2018) navode da, iako je prisutan veliki broj mjera koje se koriste kada je u pitanju korporativna društvena odgovornost, najčešće korištene su: reputacijski indeksi, metoda analize sadržaja, anketna istraživanja i analiza pojedinačnih elemenata korporativne društvene odgovornosti. Pregled literature navodi na zaključak da je metoda analize sadržaja široko rasprostranjena kada su u pitanju istraživanja društvenih tema (Milne i Adler, 1999; Guthrie i Parker, 1990; Parker, 2005; Kamla, 2007). Historijski, razvila se tokom 1950-tih a naučni diskurs o ovoj metodi datira od kada je Berelson (1952) predstavio prvu knjigu iz ove oblasti pod nazivom: „*Content Analysis in Communication Research*“.

Autori Abbot i Monsen (1979) definišu analizu sadržaja kao „*tehniku prikupljanja podataka koja se sastoji od kodifikacije kvalitativnih informacija u književnom obliku u kategorije radi dobivanja kvantitativnih skala različitih nivoa složenosti*“. Prema Krippendorff (2004), ova metoda predstavlja „*tehniku istraživanja kojom se omogućava da se informacije iz teksta mogu upotrijebiti u kontekstu njihove upotrebe*“. Krippendorff (2004) navodi da u svakoj analizi sadržaja treba obratiti pažnju na to: a) koji podaci su analizirani, b) kako su definisani, c) koji je uzorak populacije iz koje su oni izvučeni, d) u kojem su kontekstu analizirani ti podaci, e) koje su granice analize i f) koji je cilj zaključaka? Postavljena pitanja usko su povezana i sa elementima društvene komunikacije koje ističe Milić (1996) a to su odašiljač poruke, sadržaj poruke i primalac poruke.

Primjena ove metode u istraživanjima tematike društvenih performansi, podrazumijeva da se mjeri obim izvještavanja o aktivnostima korporativne društvene odgovornosti na osnovu podataka dostupnih u izvještajima koje objavljuju kompanije. Godišnji izvještaji su najčešći izvor podataka za analizu jer kako ističe Unerman (2000), kompanije, naročito velike, mogu objelodaniti veliki broj dokumenata što može dovesti da istraživač bude pretrpan dokumentima i da svi izvori podataka, koji trebaju biti analizirani, ne budu dostupni. U tom aspektu, godišnji izvještaj predstavlja objedinjen izvor podataka potrebnih za analizu u domenu objelodanjivanja.

Metoda analize sadržaja funkcionira po principu „brojanja“ gdje se utvrđuje da li se tražena stavka spominje u izvještajima, kvalitativno ili numerički. Njenom upotrebom istraživači mogu sistemski da obrade veliku količinu podataka i utvrde potrebne informacije. U praksi, to je sistemska, replicirajuća tehnika sužavanja mnogih riječi teksta u manje sadržajne kategorije zasnovane na eksplicitnim pravilima kodiranja (Stemler, 2001). Autori Guthrie i Abeysekera (2006) navode da je težište analize sadržaja usko, uglavnom povezano sa godišnjim izvještajima kompanija. To znači da je analiza sadržaja godišnjih izvještaja kompanija tehnika za prikupljanje podataka. Da bi se prikupili potrebni podaci potrebno je izvršiti kodiranje kvalitativnih i kvantitativnih informacija u unaprijed definisane kategorije. U ovom istraživanju radi se o prikupljanju informacija koje će biti sastavni dio indeksa objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti (CSRDI).

Da bi upotreba analize sadržaja bila efektivna, Guthrie i Abeysekera (2006) ističu da taj proces mora ispuniti određene tehničke uslove odnosno da:

- jedinice analize moraju biti jasno definisane,
- prikupljanje podataka mora biti sistemsko, u smislu da se jasno zna da li određena stavka pripada datoj kategoriji analize ili ne i
- analiza sadržaja mora pokazati neke karakteristike pouzdanosti i valjanosti.

Kada govorimo o ovim uslovima, Holsti (1969) jedinicu analize definiše kao specifični segment sadržaja kojeg je potrebno uvrstiti u zadanu kategoriju dok Weber (1990) ističe da je kategorija grupa riječi sa sličnim značenjem ili konotacijama. U ovom kontekstu, postoje tri pristupa koja se koriste u okviru metode analize sadržaja a to je upotreba riječi kao metod kvantifikacije (Deegan i Gordon, 1996), rečenice (Milne i Adler, 1999) i strana (Unerman, 2000). Gray et al. (1995a) smatraju da se rečenice preferiraju u pisanoj komunikaciji što potvrđuju i Milne i Adler (1999) ističući da će korištenje rečenica i za kodiranje i za mjerenje vjerovatno pružiti kompletne, pouzdane i smislene podatke za daljnju analizu.

Drugi uslov jeste jasno određivanje kategorije kojoj specifična stavka pripada. Prema Guthrie i Abeysekera (2006) to znači da se svaka stavka šifrira u skladu sa odjeljkom pod kojim se pojavljuje na određenom dijelu sadržaja. U slučaju analize godišnjih izvještaja, analiza se vrši po određenim odjeljcima u okviru samog izvještaja poput misije i vizije, članova Uprave, odjela ljudskih resursa itd. Treći uslov zahtijeva ispunjenje kriterijuma pouzdanosti. Generalno, primjena analize sadržaja kao metode mjerenja korporativne društvene odgovornosti jeste objektivna procedura (Cochran i Wood, 1984) dok Karagiorgos (2010) ističe da se ova metoda može koristiti i na većem uzorku u cilju postizanja veće pouzdanosti u rezultatima. Kada govorimo o samom procesu kodiranja onda se ta pouzdanost ogleda u tome da je u analizu uključeno više koda istovremeno ili da se tačno specifikuje šta se kodira i koji uslovi trebaju biti zadovoljeni (Milne i Adler, 1999).

Specifičnost metode analize sadržaja jeste, kako ističe Vourvachis (2007), što se dugo vodi polemika da li je ova metoda kvantitativnog ili kvalitativnog karaktera. Franzosi (2007) ističe da su „očevi“ ove metode Harold D. Lasswell, Lerner, i de Sola Pool (1953) stava da „*nema razloga za analizu sadržaja, osim ako je pitanje na koje se želi odgovoriti kvantitativno*“. U skladu sa time Neuendorf (2002) ističe da je to sistemska i objektivna metoda gdje je kvantifikacija ključna i gdje se ne ulazi u „*dubinu*“ analize. S druge strane, Unerman (2003) smatra da su kvalitativno orijentisani pristupi validniji, jer se time mogu izvući smisleniji zaključci. U ovoj disertaciji, akcentat je na kvaliteti i prirodi objelodanjenih podataka i njihovog značenja, što je u skladu sa Unerman (2003), a ne kvantitativnim dimenzijama u smislu brojanja riječi ili paragrafa.

Osnovno pitanje koje se postavlja prilikom primjene metode analize sadržaja jeste njena pouzdanost i validnost. Cochran i Wood (1984) ističu dva nedostatka ove metode: subjektivnost u smislu odabira varijabli za mjerenje i istinitost onoga što kompanije objelodanjuju jer kompanije mogu da odaberu ono što će objelodaniti u izvještajima dok realnost može biti potpuno drugačija. Ipak, široka primjena u istraživanjima društvenog karaktera govori o tome da je ova metoda vjerovatno i najbolji izbor za takvu analizu. Sličnog stava su i autori Duriau et al. (2007) ističući najveću prednost ove metode, prije svega u kontekstu kombinacije kvantitativnog pristupa sa izražajnom kvalitativnom analizom. To se posebno odnosi na mogućnost utvrđivanja korporativnih vrijednosti, stavova i spoznaja.

Duriau et al. (2007) navode i fleksibilnost kao jednu od karakteristika analize sadržaja te mogućnost primjene u longitudinalnim istraživanjima zbog dostupnosti uporedivih korporativnih informacija kroz vrijeme, kao što su godišnji izvještaji. Ovaj stav potvrđuje se i u slučaju njene primjene u bankarstvu na osnovu istraživanja autora Sapkauskiene i Leitoniene (2014) koji su analizirali studije sprovedene među bankama za period 2008-2013. i ustanovili da je metod analize sadržaja najviše korišten kada je u pitanju kvantificiranje korporativne društvene odgovornosti u ovom sektoru.

Najveći broj sprovedenih istraživanja na ovu temu u oblasti islamskog bankarstva također se zasniva na primjeni metode analize sadržaja poput Maali et al., 2006; Haniffa i Hudaib, 2007; Hassan i Harahap, 2010; Aribi i Gao, 2010; Farook et al., 2011; Aribi i Arun, 2015; Belal et al., 2014; Platonova et al., 2016 i drugi. Ovdje je bitno istaći i da se u tim istraživanjima koristi indeks kao forma ove metode. U meta studiji koju su sprovveli autori Vourvachis i Woodward (2015), na uzorku od 251 analizirane studije, njih 60% se zasnivalo na principu indeksa koristeći binarni sistem kodiranja u kome vrijednost 1 označava da je jedinica analize prisutna a 0 suprotno. Isto tako, Sapkauskiene i Leitoniene (2014) ističu da ukoliko se želi ustanoviti stepen kvaliteta objelodanjivanja podataka u studiji onda se najviše koristi indeksni metod. U tom kontekstu, i u ovoj disertaciji je upotrebljena metoda analize sadržaja zasnovana na indeksu koristeći sistem analize rečenica što je u skladu sa Milne i Adler (1999).

Sam proces upotrebe analize sadržaja u ovom istraživanju sastojao se od sljedećih koraka:

- identifikacija relevantnih podataka,
- kodiranje godišnjih izvještaja islamskih banaka,
- generisanje utvrđenih podataka u cilju njihovog objedinjavanja i
- upotreba dobivenih informacija za analiziranje predmeta istraživanja.

Kada govorimo o procesu kodiranja, on se zasnivao na stavu kojeg su iskazali Milne i Adler (1999). Naime, da bi se minimizirala greška utvrđivanja indeksa objelodanjivanja podataka o

korporativnoj društvenoj odgovornosti, proces kodiranja odvijao se u dvije faze. Prva faza uključivala je da se određeni broj izvještaja, iz različitih vremenskih perioda, dostavio nezavisnim licima (2 studenta završne godine doktorskih studija). Nakon što je prezentovan i objašnjen sistem kodiranja, studenti su nakon određenog vremena dostavili vrijednost indeksa. Druga faza odnosila se na provjeru i korekcije u pogledu pojedinih dimenzija indeksa, posebno kada su pitanju dimenzije Izjave o misiji i viziji i Kreditori.

7.3 Metod mjerenja finansijskih performansi i definisanje zavisnih varijabli

Kada je u pitanju mjerenje finansijskih performansi, Wang et al. (2016) navode da je u literaturi prisutna podjela na tri grupe finansijskih parametara koji se koriste u ovakvim vrstama istraživanja a to su: računovodstvene (povrat na aktivu odnosno ROA i povrat na kapital ili ROE), tržišne (Tobin's Q) i perceptivne mjere (istraživanja tržišnog udjela na bazi procjene, rasta, profitabilnosti ili veličine u poređenju sa drugim organizacijama). Prema pregledu literature i analiziranim člancima od strane Margolis i Walsh (2001), citiran u Karagiorgos (2010), 49 studija su koristile računovodstvene mjere, 12 su koristile tržišne a ostatak je koristio kombinaciju navedenih. McGuire et al. (1988) ističu da su knjigovodstvene mjere više korelirane sa društvenim performansama što potvrđuju i Orlitzky et al. (2003) dok Perrini et al. (2011) zastupaju stav da se mjere mogu kombinovati kao u nekim istraživanjima poput Cochran i Wood (1984) ili McGuire et al. (1988).

Whittington (1980) je ustanovio normativni i pozitivni razlog upotrebe finansijskih parametara. Normativna upotreba uključuje mjerenje omjera kompanije u odnosu na standard kao što je npr. prosjek u okviru određene industrije, a pozitivna procjenu finansijskih varijabli poput prinosa, marže profita, poluge i cijene dionica. U skladu sa time, Jewell i Mankin (2011) navode da normativna uloga uključuje finansijsku analizu i poslovnu edukaciju dok se pozitivna uloga fokusira na procjenu određenih finansijskih varijabli ili predviđanje budućih ishoda poput stečaja ili bankrota.

Prema Simpson i Kohers (2002), finansijski parametri ROA i ROE su najreprezentativniji pokazatelji finansijskih performansi banaka i da se kao takvi najčešće koriste u analizi bankarskog sektora. Wang i Wang (2015) definišu ROA kao varijablu koja daje sliku o tome koliko efikasno menadžment banke koristi aktivu u cilju generisanja profita dok ROE predstavlja varijablu koja govori o tome koliko je menadžment banke kompetentan da generiše povrat za vlasnike dionica. U praksi, za kompaniju je bolje što je veći ROA jer to znači da ostvaruje veći povrat sa manje investiranih sredstava.

U slučaju ROA, Reger *et al.* (1992) navode da je ovaj parameter najznačajniji finansijski pokazatelj u bankarskoj industriji. Historijski, Jewell i Mankin (2011) ističu da je ROA kao parametar u upotrebi još od 1919. godine i da je to jedan od najviše korištenih u analizi poslovanja kompanija. Isti autori su ustanovili da se ovaj parametar pojavljuje u 70 od 77 analiziranih poslovnih priručnika. Jewell i Mankin (2011) su u spomenutom istraživanju uočili čak 11 različitih načina izračunavanja ROA. S druge strane, ROE se može koristiti kao metod za utvrđivanje prošlih performansi u pogledu utvrđivanja budućih kretanja (Wilcox, 1984) dok Hopkins *et al.* (1997) smatraju da je ROE konačna mjera snage bilo koje finansijske institucije. Kada govorimo o upotrebi ROA i ROE parametara u istraživanjima iz oblasti korporativne društvene odgovornosti, posebno u bankarskom sektoru, ova dva parametra su prisutni u velikom broju istraživanja (Simpson i Kohers, 2002; Wu i Shen, 2013; Taskin, 2015 i drugi). Pregledom literature uočen je isti trend i kada je u pitanju islamsko bankarstvo (Mosaid i Boutti, 2012; Mallin et al., 2014; Belal et al., 2014; Khan i Tariq, 2017 i

drugi). Na osnovu toga, i u ovoj disertaciji su, kao finansijski parametri, korišteni ROA i ROE.

Da bi se izbjegla mogućnost greške u izračunu, u analizi su korišteni podaci koji su ustupljeni od strane časopisa The Banker, za period 2006-2016. Iako su podaci ustupljeni za većinu islamskih banaka i godina istraživanja, za neke islamske banke podaci su nedostajali za određene godine poput Bank Muamalat Indonesia (2006-2010; 2015,2016), Bank Syariah Mandiri (2006-2008; 2012-2016), Bank Islam Malaysia Berhad (2006,2007), CIMB Islamic (2006-2009), RHB Islamic Bank (2006-2009), Albaraka Bank (2006-2008), Kuvajt Turk Katilim Bankasi (2006-2009), Turkye Finans (2008, 2009, 2010). Nedostajući podaci za ROA i ROE računati su na bazi podataka iz godišnjih izvještaja datih banaka.

Prilikom izračuna nedostajućih podataka, ROA i ROE su definisani kao omjer dobiti prije poreza i ukupne aktive odnosno u slučaju ROE kao omjer dobiti prije poreza i ukupnog kapitala. Ova formula je upotrebljena iz razloga što su ustupljeni podaci iz The Banker baze izračunati na osnovu iste. U istraživačkom kontekstu, ovakva formulacija ima svoje uporište u literaturi (Jewell i Mankin, 2011; Sari i Tjen, 2016; Ramadan et al., 2011). Isto tako i neke banke u svojim godišnjim izvještajima također koriste ovu formulu za prikazivanje vrijednosti parametra ROA i ROE. Definicija ovih parametara data je u tabeli ispod.

Tabela 38: Finansijski parametri korišteni u istraživanju

Parametar	Definicija	Formula	Reference
Povrat na aktivu (ROA)	Pokazatelj efikasnosti menadžmenta firme u upravljanju aktivom	$\frac{\text{Dobit prije poreza}}{\text{Ukupna imovina}}$	Sari i Tjen (2016)
Povrat na kapital (ROE)	Pokazatelj zarađivačke moći kompanije angažovanjem uložених sredstava dioničara	$\frac{\text{Dobit prije poreza}}{\text{Ukupni kapital}}$	Ramadan et al. (2011)

Izvor: Autor

7.4 Konstrukcija indeksa objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti (CSRDI) i definisanje objašnjavajućih varijabli

Da bi se ispitao uticaj korporativne društvene odgovornosti na finansijske performanse islamskih banaka iz uzorka, definisane su hipoteze:

H1: Korporativna društvena odgovornost (CSR) pozitivno utiče na finansijske performanse islamskih banaka;

H2: Intenzitet uticaja korporativne društvene odgovornosti na finansijske performanse će biti jači kod većih banaka u odnosu na manje banke.

U cilju dokazivanja navedenih hipoteza, proces istraživanja odvija se u tri koraka:

1. utvrđivanje indeksa objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti (skraćeno CSRDI) odabranih islamskih banaka prema metodologiji koju su razvili autori Haniffa i Hudaib (2007),

2. ispitivanje uticaja korporativne društvene odgovornosti na finansijske performanse (izraženih preko parametara ROA i ROE islamskih banaka kroz prizmu koncepta objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti) i
3. utvrđivanju razlika u stepenu primjene koncepta korporativne društvene odgovornosti između banaka u uzorku odabranih islamskih banaka.

Indeks objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti (CSRDI) može se formulisati na sljedeći način:

$$CSRDI_{jt} = \frac{\sum_{i=1}^n x_{ijt}}{N}$$

gdje je:

$CSRDI_{jt}$ – indeks objelodanjivanja podataka j-te banke u vremenu t,

N – broj individualnih elementa koji konstituišu osnovne dimenzije indeksa, pri čemu je $N \leq 78$

x_{ijt} – binarna varijabla koja uzima vrijednost 1 ukoliko je dati podatak u okviru određene dimenzije objavljen i 0 ukoliko podatak nije objavljen od strane banke.

Indeks se izračunava na osnovu 78 varijabli koje su grupisane u osam dimenzija: a) izjave o viziji i misiji banke, b) Upravni odbor banke odnosno top menadžment, c) proizvodi i usluge banke, d) Zekat, sadaka (donacije), krediti dobročinstva (Qard-hasan krediti), e) obaveze prema zaposlenima, f) kreditori, g) obaveze prema društvu i h) Šerijatski odbor. Maksimalna vrijednost svake dimenzije iznosi 1 što znači da je ona 100% objelodanjena u izvještajima dok je najmanja vrijednost 0. Svaka dimenzija sastoji se od različitog broja varijabli, pa tako na primjer dimenzija „Kreditori“ ima četiri varijable dok dimenzija „Zaposleni“ ima devet.

Autori poput Hassan i Harahap (2010); Mallin et al., (2014); Platonova et al.,(2016) i drugi označavali u indeks skladu sa tematikom korporativne društvene odgovornosti i prakse objelodanjivanja sa oznakom CSRDI indeks ili CSRDI pa će ova skraćenica biti korištena i u ovoj disertaciji, kada je u pitanju objašnjenje modela istraživanja i stepen objelodanjivanja podataka među analiziranim bankama. Indeks je u izvornom ili modifikovanom obliku korišten u većini istraživanja u kontekstu korporativne društvene odgovornosti islamskih (Hassan i Harahap, 2010; Aribi i Gao, 2010; Rahman i Bukair, 2013; Platonova et al., 2016. i drugi). U tom aspektu, njegova upotreba u ovom istraživanju ima teorijsku podlogu a čije dimenzije su predstavljene u narednoj tabeli.

Tabela 39: Dimenzije CSRDI indeksa

Dimenzije indeksa
A. Izjave o misiji i viziji
1. Predanost u obavljanju poslovne aktivnosti u skladu sa šerijatskim principima
2. Predanost u obezbjeđivanju povrata u skladu sa šerijatskim principima
3. Fokus na maksimizaciji povrata za dioničare
4. Trenutne aktivnosti u cilju zadovoljavanja potreba islamske društvene zajednice
5. Buduće aktivnosti u cilju zadovoljavanja potreba islamske društvene zajednice
6. Stepenn predanosti za obezbjeđivanje isključivo dozvoljenih investicijskih aktivnosti
7. Stepenn predanosti za obezbjeđivanje isključivo dozvoljenih finansijskih aktivnosti
8. Stepenn predanosti u izvršavanju ugovornih obaveza
9. Zahvalnost dioničarima i klijentima

<p>B. Uprava banke (<i>engl. Board of Directors</i>) i top menadžment</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Imena članova Upravnog odbora banke 2. Pozicije članova Upravnog odbora banke 3. Fotografije članova Upravnog odbora banke 4. Profili članova Upravnog odbora banke 5. Udjeli članova Upravnog odbora banke 6. Članstvo u nekim drugim organizacijama 7. Članovi odbora za reviziju 8. Sastav članova Izvršnog odbora banke 9. Dvojaka uloga: CEO i kao predsjednik Upravnog odbora 10. Imena članova menadžmenta 11. Pozicije članova menadžmenta 12. Fotografije članova menadžmenta 13. Profili članova menadžmenta
<p>C. Proizvodi</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Neučestvovanje u nedozvoljenim aktivnostima 2. Uključenost u nedozvoljene aktivnosti - % učešća u profitu 3. Razlozi za uključivanje u nedozvoljene aktivnosti 4. Postupanje prema nedozvoljenim aktivnostima 5. Uvođenje novih proizvoda 6. Odobrenje novih proizvoda ex ante od strane Šerijatskog odbora 7. Osnova za odobrenje proizvoda od strane Šerijatskog odbora 8. Rječnik pojmova/definicija proizvoda 9. Informacije o investicijskim aktivnostima – općenito 10. Informacije o finansiranju projekata – općenito
<p>D. Zekat, donacije i Qard-hasan krediti</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Banka odgovorna za Zekat 2. Iznos plaćen za Zekat 3. Izvori Zekata 4. Korisnici Zekata 5. Upravljanje sa dijelom Zekata koji nije distribuiran – iznos 6. Razlozi za balansiranje Zekata 7. Potvrda Šerijatskog odbora da je izvor i upotreba Zekata u skladu sa Šerijatom 8. Potvrda Šerijatskog odbora da je Zekat izračunat u skladu sa Šerijatom 9. Pojedinačni iznosi Zekata 10. Izvori za dobrotvorne svrhe (sadaka) 11. Upotreba sadake 12. Izvori za Qard-hasan kredit 13. Upotreba Qard-hasan kredita 14. Politika obezbjeđenja Qard-hasan kredita 15. Politika za neplaćanje Qard-hasan kredita
<p>E. Zaposleni</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Iskazivanje zahvalnosti zaposlenim 2. Broj zaposlenih 3. Politika jednakih mogućnosti 4. Podrška zaposlenima

<ol style="list-style-type: none"> 5. Trening: upoznatost sa Šerijatom 6. Trening: ostale aktivnosti 7. Trening: shema zapošljavanja posebno studenata 8. Trening: upoznatost sa monetarnim tokovima 9. Nagrade za zaposlene
F. Kreditori
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kreditna politika 2. Iznos otpisanih dugova 3. Vrste kreditnih aktivnosti – općenito 4. Vrste kreditnih aktivnosti – detaljno
G. Društvena zajednica
<ol style="list-style-type: none"> 1. Specijalizovana poslovnicu za žene – ladies branch 2. Mogućnosti zapošljavanja 3. Podupiranje organizacija koje podržavaju društvene aktivnosti 4. Učešće u vladinim socijalnim aktivnostima 5. Sponzorstvo društvenih aktivnosti 6. Predanost u obavljanju društvene uloge banke 7. Konferencije o islamskom bankarstvu
H. Šerijatski odbor
<ol style="list-style-type: none"> 1. Imena članova Šerijatskog odbora 2. Fotografije članova Šerijatskog odbora 3. Naknade članovima Šerijatskog odbora 4. Izvještaj potpisan od strane svih članova odbora 5. Broj održanih sastanaka 6. Ispitivanje svih poslovnih transakcija <i>ex ante</i> i <i>ex post</i> 7. Ispitivanje uzorka poslovnih transakcija <i>ex ante</i> i <i>ex post</i> 8. Izvještaj o nedostacima proizvoda: općenito i detaljno napisan 9. Mjere preduzete od strane menadžmenta u cilju otklanjanja nedostataka proizvoda 10. Distribucija profita i gubitka u skladu sa Šerijatom

Izvor: Haniffa i Hudaib (2007). *Exploring the ethical identity of Islamic banks. Journal of Business Ethics.*

Teorija islamskog bankarstva naglašava da je glavni cilj islamske ekonomije ostvarenje društvenog interesa pa smo vođeni tom premisom, izvršili blagu korekciju indeksa u okviru dimenzije ***Izjave o misiji i viziji*** i dodali varijablu „*Ostvarenje društvenog interesa (masleha)*“ kako bi ustanovili koliko islamske banke naglašavaju posvećenost napretku cijelog društva. Razlog tome jeste što, kako ističe Al – Mograbi (1996), citiran u Maali et. al (2006), islamske banke imaju dvojaku poziciju u društvenoj zajednici: religijsku i finansijsku. Religijska se odnosi na ispunjenje šerijatskih uslova poslovanja dok se finansijska fokusira na raspoloživa sredstva banke. Time ova dimenzija umjesto 9, kao u slučaju Haniffa i Hudaib (2007) sada ima 10 varijabli koje je sačinjavaju.

Isto tako, varijabla „*Dvojaka uloga: CEO i kao predsjednik upravnog odbora*“ u dimenziji ***Uprava banke i top menadžment***, zamijenjena je sa „*CEO poruka*“ u smislu da li godišnji izvještaj sadrži pismo CEO dioničarima i drugim stakeholderima. Izmjena je izvršena jer je CEO poruka koncizna, dolazi sa vrha, pruža uvid u pristup kompanije prema društvenoj odgovornosti i odnos prema svim stakeholderima. U tom kontekstu, Hyland (1998) ističe da je upravo CEO poruka jedna od najviše čitanih od strane korisnika godišnjih izvještaja. S druge strane, Dragsted (2014) navodi da CEO poruka sadrži različitu tematiku ovisno o

eksternim faktorima koji utiču na poslovanje banke kao što je bio slučaj sa svjetskom finansijskom krizom. Broj varijabli je ostao isti kao u izvornom obliku koji su dali Haniffa i Hudaib (2007).

Još jedna izmjena urađena je u okviru dimenzije **Zaposleni**, pa je tako varijabla „*Trening: upoznatost sa monetarnim tokovima*“ zamijenjena je sa „*Specijalizovani trening: sprečavanje pranja novca*“. Ova izmjena nastala je iz razloga što CIBAFI (2017) tretira borbu protiv pranja novca i finansiranja terorizma kao „*veoma važnu*“ u okviru klasifikacije globalnih izazova islamskog bankarstva (*engl. Global Islamic Banking Top Concerns*) pa je potrebno naglasiti koliko islamske banke posvećuju pažnje treningu svojih zaposlenih po ovom pitanju. Kao i u prethodno navedenom slučaju, broj varijabli ove dimenzije ostao je isti kao u izvornom obliku koji su dali Haniffa i Hudaib (2007). Navedene izmjene dimenzija indeksa, predstavljene su u narednoj tabeli.

Tabela 40: Korigovana dimenzija indeksa CSR

Dimenzije indeksa
I. Izjave o misiji i viziji
<ol style="list-style-type: none"> 1. Predanost u obavljanju poslovne aktivnosti u skladu sa šerijatskim principima 2. Poslovanje sa ciljem ostvarenja društvenog interesa (masleha) 3. Predanost u obezbjeđivanju povrata u skladu sa šerijatskim principima 4. Fokus na maksimizaciji povrata za dioničare 5. Trenutne aktivnosti u cilju zadovoljavanja potreba islamske društvene zajednice (islamic) 6. Buduće aktivnosti u cilju zadovoljavanja potreba islamske društvene zajednice 7. Stepenn predanosti za obezbjeđivanje isključivo dozvoljenih investicijskih aktivnosti 8. Stepenn predanosti za obezbjeđivanje isključivo dozvoljenih finansijskih aktivnosti 9. Stepenn predanosti u izvršavanju ugovornih obaveza 10. Zahvalnost dioničarima i klijentima
II. Uprava banke (<i>engl. Board of Directors</i>) i top menadžment
<ol style="list-style-type: none"> 1. Imena članova Upravnog odbora banke 2. Pozicije članova Upravnog odbora banke 3. Fotografije članova Upravnog odbora banke 4. Profili članova Upravnog odbora banke 5. Udjeli članova Upravnog odbora banke 6. Članstvo u nekim drugim organizacijama 7. Članovi odbora za reviziju 8. Sastav članova Izvršnog odbora banke 9. CEO poruka 10. Imena članova menadžmenta 11. Pozicije članova menadžmenta 12. Fotografije članova menadžmenta 13. Profili članova menadžmenta
III. Proizvodi
<ol style="list-style-type: none"> 1. Neučestvovanje u nedozvoljenim aktivnostima 2. Uključenost u nedozvoljene aktivnosti - % učešća u profitu 3. Razlozi za uključivanje u nedozvoljene aktivnosti 4. Postupanje prema nedozvoljenim aktivnostima 5. Uvođenje novih proizvoda 6. Odobrenje novih proizvoda ex ante od strane Šerijatskog odbora

<ul style="list-style-type: none"> 7. Osnova za odobrenje proizvoda od strane Šerijatskog odbora 8. Rječnik pojmova/definicija proizvoda 9. Informacije o investicijskim aktivnostima – općenito 10. Informacije o finansiranju projekata – općenito
<p>IV. Zekat, donacije i Qard-hasan krediti</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Banka odgovorna za Zekat 2. Iznos plaćen za Zekat 3. Izvori Zekata 4. Korisnici Zekata 5. Upravljanje sa dijelom Zekata koji nije distribuiran – iznos 6. Razlozi za balansiranje Zekata 7. Potvrda Šerijatskog odbora da je izvor i upotreba Zekata u skladu sa Šerijatom 8. Potvrda Šerijatskog odbora da je Zekat izračunat u skladu sa Šerijatom 9. Pojedinačni iznosi Zekata 10. Izvori za dobrotvorne svrhe (sadaka) 11. Upotreba sadake 12. Izvori za Qard-hasan kredit 13. Upotreba Qard-hasan kredita 14. Politika obezbjeđenja Qard-hasan kredita 15. Politika za neplaćanje Qard-hasan kredita
<p>V. Zaposleni</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Iskazivanje zahvalnosti zaposlenim 2. Broj zaposlenih 3. Politika jednakih mogućnosti 4. Podrška zaposlenima 5. Trening: upoznatost sa Šerijatom 6. Trening: ostale aktivnosti 7. Trening: shema zapošljavanja posebno studenata 8. Specijalizovani treninzi: sprečavanje pranja novca 9. Nagrade za zaposlene
<p>VI. Kreditori</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Kreditna politika 2. Iznos otpisanih dugova 3. Vrste kreditnih aktivnosti – općenito 4. Vrste kreditnih aktivnosti – detaljno
<p>VII. Društvena zajednica</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Specijalizovana poslovnicu za žene – ladies branch 2. Mogućnosti zapošljavanja 3. Podupiranje organizacija koje podržavaju društvene aktivnosti 4. Učešće u vladinim društvenim aktivnostima 5. Sponzorstvo društvenih aktivnosti 6. Predanost u obavljanju društvene uloge banke 7. Konferencije o islamskom bankarstvu

VIII. Šerijatski odbor

1. Imena članova Šerijatskog odbora
2. Fotografije članova Šerijatskog odbora
3. Naknade članovima Šerijatskog odbora
4. Izvještaj potpisan od strane svih članova odbora
5. Broj održanih sastanaka
6. Ispitivanje svih poslovnih transakcija *ex ante* i *ex post*
7. Ispitivanje uzorka poslovnih transakcija *ex ante* i *ex post*
8. Izvještaj o nedostacima proizvoda: općenito i detaljno napisan
9. Mjere preduzete od strane menadžmenta u cilju otklanjanja nedostataka proizvoda
10. Distribucija profita i gubitka u skladu sa Šerijatom

Izvor: Autor

Jedan od ciljeva konstrukcije indeksa jeste ustanoviti stepen razlike između onoga što naglašava teorija islamskog bankarstva u odnosu na praksu islamskih banaka. Bitno je istaći da je prilikom analiziranja izvještaja islamskih banaka, fokus bio na detaljnom objelodanjivanju podataka. Konkretno, to znači da:

- ako banka u izvještaju navede da je u proteklom periodu organizovala konferencije i slične događaje, takvoj izjavi je dodjeljena vrijednost 0 jer nije eksplicitno navedeno o kojoj konferenciji ili događaju se radi;
- ako banka navede da je predstavila nove proizvode bez objašnjenja istih ili barem navođenja broja novih proizvoda ili usluga koje je uvela u analiziranoj godini, takva izjava dobiva vrijednost 0;
- ako banka objelodani da su samo članovi Uprave ili nekog od postojećih Odbora banke imali ili prisustvovali treningu ili konferenciji iz oblasti islamskog bankarstva ili srodnoj temi, takvoj izjavi je dodjeljena vrijednost 0 u okviru treninga zaposlenih jer se zahtijeva odnos prema svim zaposlenima a ne samo članovima top menadžmenta;
- ako je banka kao misiju ili vrijednost banke navela da teži ka ostvarenju povrata za dioničare u skladu sa principom održivog razvoja takvoj izjavi je dodjeljena vrijednost 0 jer, iako Šerijat, u svojoj osnovi teži ka održivom razvoju, bitno je istaći da se ipak radi o ostvarenju povrata u skladu sa šerijatskim principima budući da banke u svojim izvještajima ne poistovjećuju ova dva koncepta;
- ako banka objelodani naknade samo za predsjednika Šerijatskog odbora i takvoj izjavi se dodjeljuje vrijednost 0 jer je potrebno objelodaniti naknade za sve članove Odbora;
- ako banka navede da Šerijatski odbor provjerava primjenu određenog proizvoda ili usluge, to se smatra samo tehničkim objašnjenjem procedure i procesa koji se podrazumijeva i dodjeljuje mu se vrijednost 0. Ovaj podatak mora biti posebno objelodanjen u okviru izvještaja Šerijatskog odbora u kojem se navodi da je Odbor određeni proizvod ili uslugu potvrdio kao islamski vjerodostojnu za finansiranje;
- ako banka objelodani podatak o Zekatu koji se odnosi na to da Šerijatski odbor ima ulogu da potvrdi da je Zekat obračunat ili distribuiran u skladu sa propisima, takva izjava ima vrijednost 0 jer, kao i u prethodnom slučaju, taj podatak treba biti objelodanjen od strane Šerijatskog odbora i potpisan od strane svih članova;
- ako banka objelodani da se zaposlenicima, prilikom penzionisanja, isplaćuju veće naknade u njegovu korist, ovakva izjava se ne smatra kao nagradom za zaposlene u okviru dimenzije *Zaposleni*. Bitno je da banka objelodani da li dodjeljuje svojim zaposlenima nagrade ili isplaćuju određene beneficije ili ima određeni fond za nagrađivanje dok su u radnom odnosu;

- ako banka objelodani broj zaposlenih na nivou Grupe (ovo se posebno odnosi na slučaj CIMB Islamic) takvoj varijabli se dodjeljuje vrijednost 0 jer nije iskazan tačan broj zaposlenih angažovanih u okviru isključivo islamske banke;
- ako banka objelodani da je organizovala treninge iz etičkog bankarstva takvoj varijabli se dodjeljuje vrijednost 0 jer etičko bankarstvo nije isto što i islamsko posebno ukoliko banka ne objelodani definiciju etičkog bankarstva kako bi se uvidjele sličnosti odnosno razlike.

Ovakvim pristupom nastoji se ustanoviti koliko su islamske banke otvorene za sprovođenje takvih aktivnosti, razloge zbog kojih ih i poduzimaju te na koji način ih sprovode a da bi se mogao utvrditi koliki je stepen objelodanjivanja potrebno je detaljno i jasno objelodaniti predviđene dimenzije. U nastavku je objašnjenja pojedinačno svaka dimenzija naglašavajući koji je cilj kojim se njenim utvrđivanjem nastoji prikazati u ovom istraživanju.

U okviru *Izjave o misiji i viziji* analizira se stepen predanosti banke da svoje poslovanje obavlja u skladu sa šerijatskim principima što bi trebalo biti izraženo kroz adekvatnu izjavu o misiji i viziji. Isto tako, jako je važno uočiti da li banka svojim poslovanjem teži ka ostvarenju društvenog interesa kao jednim od osnovnih ciljeva islamskog bankarstva jer se time naglašava koliko banka svojim djelovanjem nastoji da doprinese razvoju cjelokupne zemlje a ne samo sopstvenog ekonomskog položaja. Pored ova dva elementa analizirane su i trenutne i buduće aktivnosti banke u cilju zadovoljavanja potreba islamske društvene zajednice što se ogleda kroz sprovedene aktivnosti banke poput posvećenosti razvoju islamskog bankarstva u društvu, poduzimanja aktivnosti zaštite životne sredine ili učestvovanja u obnovi i razvoju islamskog društva. Elementi zahvalnosti dioničarima i klijentima kao i izjava o tome da li je banka fokusirana da ostvari maksimalni ili održivi povrat za svoje dioničare u skladu sa Šerijatom i koliko je predana u izvršavanju ugovornih obaveza, su također uključene u ovu dimenziju.

Dimenzija *Uprava banke i top menadžment* daje sliku o rukovodstvu banke. Pored tehničkih elemenata kao što su fotografije Uprave i menadžmenta, akcenat je stavljen i na biografije članova Uprave kao i stepen vlasništva u drugim kompanijama ili javnim institucijama. Karakteristika ove dimenzije svakako je i učešće žena u Upravi što je usko povezano sa politikom jednakih mogućnosti. Ovo pitanje posebno je izraženo kada su u pitanju islamske banke jer veliki broj islamskih banaka dolazi iz zemalja gdje je nizak udio žena na rukovodećim pozicijama.

Banke su finansijske institucije koje nude širok spektar proizvoda i usluga klijentima sa različitim finansijskim potrebama, stepenom obrazovanja i upućenosti. U tom kontekstu, dimenzija *Proizvodi* naglašava šerijatsku osnovu neučestvovanja u nedozvoljenim aktivnostima. Isto tako, za korisnike godišnjih izvještaja bitno je da li su određeni pojmovi koji se koriste u izvještajima a koji su isključivo vezani za islamsko bankarstvo, poput vrste ugovora koje banka odobrava, objašnjeni u smislu da su navedene njihove definicije odnosno rječnik pojmova. Time se ostvaruje mogućnost boljeg razumijevanja izvještaja banke a posebno ukoliko korisnik izvještaja nema predznanje iz oblasti islamskog bankarstva. Ova dimenzija ima za cilj i da objelodani koliko su islamske banke inovativne u smislu broja novih proizvoda ili usluga koje su uvedene kao i da li su ti proizvodi odobreni od strane Šerijatskog odbora.

Pitanje *Zekata, dobrotvornih aktivnosti (sadaka) i Qard-hasan kredita* je temelj islamskog bankarstva i ekonomije. Ova dimenzija naglašava da li je banka ta koja je odgovorna da plati

Zekat (2,5%) ili to čini u ime svojih dioničara. Isto tako, Zekat u izvještajima islamskih banaka ima tri vrste uloge: predstavlja se kao obaveza banke, kao dio poduzetih društvenih aktivnosti, posebno u dijelu koji se tiče korporativne društvene odgovornosti, i kao aktivnost Šerijatskog odbora u smislu da li je raspodjela Zekata urađena u skladu sa Šerijatom. Banka u okviru ove dimenzije objelodanjuje i to da li postoji posebna institucija, na nivou države, koja prikuplja Zekat ili je banka Zekat platila pojedinačno određenim institucijama. Politika obezbjeđenja i stepen odobrenja Qard-hasan kredita kao i način za rješavanje situacije neplaćanja ove vrste zajma su također varijable koje čine ovu dimenziju.

Zaposleni kao stakeholderi imaju značajnu ulogu u poslovanju svake poslovne organizacije. Kao dimenzija indeksa, akcentat se stavlja na odnos banke prema svojim zaposlenima; iskazivanju zahvalnosti za doprinos u razvoju banke, mogućnostima koje im poslovna organizacija pruža i nagrade za rad. Veliku ulogu ima trening zaposlenih, posebno specijalizovani treninzi, poput upoznatosti zaposlenih sa Šerijatom, aktivnostima pranja novca i finansiranja terorizma. U okviru ove dimenzije analizira se i da li banka podržava zapošljavanje studenata na osnovu saradnje sa obrazovnim institucijama i vladinim programima.

Odnos islamske banke prema kreditorima zasniva se na povjerenju. U skladu sa time, dimenzija **Kreditori** ističe kakva je kreditna politika banke što direktno utiče i na iznos otpisanih dugova. Objelodanjivanje ovog podatka značajno je jer govori o tome kakav je odnos banke prema dužnicima i na koji način banka pristupa rješavanju takvih slučajeva. Pored toga, u okviru ove dimenzije ispituje se da li banka svojim kreditnim aktivnostima doprinosi razvoju cjelokupne društvene zajednice.

Pitanje društvenog angažmana islamske banke u dimenziji **Društvena zajednica** ispoljava se kroz njenu predanost u obavljanju društvene uloge. Pošto je istraživanje usmjereno na zemlje sa većinski muslimanskim stanovništvom, analizirano je i pitanje da li banke imaju specijalizovane poslovne samo za žene kao i da li i u kom obimu podupiru organizacije koje podržavaju društvene aktivnosti. Isto tako, u ovoj dimenziji dolazi do izražaja koliko je banka aktivna kada je u pitanju promocija islamskog bankarstva javnosti u smislu organizovanja konferencija na tu temu ili sličnih tema iz ugla islamske ekonomije. Pored ovih društvenih aktivnosti koje banka sama organizuje, ovu dimenziju čini i stepen angažovanja banka u društvenim aktivnostima koje organizuje vlada analizirane države.

Šerijatski odbor je jedna od odlika na osnovu kojih se islamska banka razlikuje od konvencionalne. Njegova uloga je izuzetno značajna i vrlo izražajna. U okviru dimenzije **Šerijatski odbor** analizira se da li je objelodanjen izvještaj Šerijatskog odbora koji treba da sadrži podatke o tome da li je raspodjela profita ili gubitka izvršena u skladu sa šerijatskim pravilima, da li su otklonjeni eventualni nedostaci proizvoda, novih ili starih, kakva je struktura Odbora u smislu članova i njihovih kompetencija, da li je Zekat plaćen u skladu sa propisima, koliki je iznos prihoda banka ostvarila kao rezultat nedozvoljenih aktivnosti i na koji način su ta sredstva iskorištena te da li je vršena revizija poslovnih aktivnosti. Noordin i Kassim (2019) ističu da je objelodanjivanje izvještaja Šerijatskog odbora ključno radi sticanja povjerenja javnosti u ispravnost i etičnost poslovnih operacija koju data islamska poslovna institucija sprovodi u zemlji.

7.5 Empirijski modeli i analiza

Centralni dio empirijskog istraživanja zasniva se na ekonometrijskom ocjenjivanju panel regresija u kojima indikatori finansijskih performansi banaka predstavljaju zavisne varijable, a indeks korporativne društvene odgovornosti predstavlja ključnu eksplanatornu varijablu. Osnovna verzija modela je specifikovana na sljedeći način (parametar i se odnosi na banku a t na godinu):

$$y_{i,t} = \alpha + \beta x_{i,t} + Z_{i,t}\gamma + u_{i,t}, \quad i = 1, \dots, N; t = 1, \dots, T, \quad (1)$$

gdje je:

- $y_{i,t}$ indikator finansijskih performansi, $y_{i,t} = \{roa_{i,t}, roe_{i,t}\}$;
- $x_{i,t}$ ključna eksplanatorna varijabla – indeks korporativne društvene odgovornosti CSRDI ili neke od njegovih dimenzija;
- $Z_{i,t}$ vektor kontrolnih varijabli $Z_{i,t} = \{vb_{i,t}, rk_{i,t}, tu_{i,t}, mr_i, d_sb_{i,t}, gdp_{i,t}, d_{i,j}\}$;
- $u_{i,t}$ slučajna greška;
- N broj jedinica posmatranja (banaka) u uzorku;
- T vremenski period pokriven opservacijama u uzorku.

Specifikacija modela (1) se smatra statičkom specifikacijom panel regresionog modela, s obzirom da u modelu na strani regresora ne figurišu docnje. Alternativno, model se može specifikovati i u dinamičkoj formi. Dinamička specifikacija uključuje minimum prvu docnju kao zavisne varijable u skup regresora (moguće je i uključiti i docnje viših redova). U slučaju samo prve docnje, dinamička specifikacija data je izrazom:

$$y_{i,t} = \alpha + \beta_y y_{i,t-1} + \beta x_{i,t} + Z_{i,t}\gamma + u_{i,t}, \quad (2).$$

Za potrebe ocjenjivanja regresije korištena su dva indikatora finansijskih performansi u svojstvu zavisnih varijabli: prinos na aktivu $roa_{i,t}$ i prinos na sopstveni kapital $roe_{i,t}$. U funkciji kontrolnih varijabli, razmotrena su dva seta. Prvi set čine varijable koje se odnose na individualne karakteristike banaka, kao što su poslovne performanse banaka u okviru svojih nacionalnih ekonomija. Drugi set čine varijable koje opisuju karakteristike zemlje u kojoj posluje posmatrana banka.

U kontekstu prirode ovog istraživanja i analize postojeće literature, kao kontrolne varijable prvog seta odabrane su sljedeće performanse poslovanja banaka:

- $vb_{i,t}$ veličina banke, definisana kao prirodni logaritam ukupne aktive;
- $rk_{i,t}$ racio kapitala, definisan kao odnos između kapitala i aktive banke;
- $tu_{i,t}$ tržišni udio, definisan kao odnos između aktive banke i aktive sektora. Bitno je napomenuti da se pod aktivom sektora podrazumijeva aktiva i islamskih i konvencionalnih banaka;
- $d_sb_{i,t}$ veličina Šerijatskog odbora, definisana kao vještačka varijabla koja ima vrijednost 0 u slučaju da Šerijatski odbor ima 3 ili manje članova, odnosno 1 ukoliko ima više od tri člana.

Ullman (1985) ističe da na finansijske i društvene performanse kompanije utiče vrsta industrije, profil rizika i veličina. Autori poput Waddock i Graves (1997), McWilliams i Siegel (2001), Surroca et al. (2010) i drugi posebno naglašavaju uticaj veličine kompanije. U praksi, veličina kompanije utiče na mogućnosti kompanije da poduzme aktivnosti korporativne društvene odgovornosti. Isto tako, kako kompanija raste ona postaje više

prisutna u društvenim tokovima i samim tim njena odgovornost prema stakeholderima se povećava. U slučaju bankarskog sektora, Goddard et al. (2004) navode da bi veličina banke mogla biti jedna od determinanti profitabilnosti banka. S druge strane, Dietrich i Wanzenried (2011) ističu da velike banke imaju veću diverzifikaciju proizvoda u odnosu na manje banke čime se postiže ekonomija obima. Vodeći se tom premisom „*ne stavljate sva jaja u jednu košaru*“, banka se diverzifikacijom izlaže manjem riziku što može dovesti do toga da se, posebno kod investitora koji prihvate manji povrat, smanje troškovi finansiranja banke. U kontekstu korporativne društvene odgovornosti i objelodanjivanja podataka, Fry i Hock (1976) smatraju da su varijable povezane sa veličinom najvažnije kada se istražuje količina objelodanjivanja podataka o društvenim aktivnostima.

Postoji više načina za mjerenje veličine banke. Općenito, ističe se da je upotreba ukupne aktive, kao mjera banke, indikator kojeg regulatori i istraživači najviše preferiraju (Deutsche Bank, 2017). Kilic et al., (2015) veličinu banke mjerili su na osnovu broja poslovnica dok su Demirguc-Kunt i Huizinga (2012) koristili mjeru logaritama ukupne aktive a Mallin et al. (2014) mjeru prirodni logaritama ukupne aktive. U ovom istraživanju korišten je pristup autora Mallin et al. (2014) jer je cilj bio izmjeriti ukupne resurse banke koji bi se mogli koristiti za ostvarivanje profita i finansiranje aktivnosti korporativne društvene odgovornosti. Pored toga, prema Dang et al. (2018), mjerenje veličine kompanije kao prirodni logaritama ukupne aktive je jedna od tri najpopularnije mjere iz oblasti korporativnih finansija.

Pored veličine banke, racio kapitala je drugi ključni interni faktor koji utiče na profitabilnost banke (Platonova et al., 2016). Istraživanja autora Bourke (1989), Demirguc-Kunt i Huizinga (2000), Pasiouras i Kosmidou (2007) navode da su najuspješnije banke one koje održavaju relativno visok nivo odnosa kapitala u odnosu na aktivu. To znači da su banke sa većim koeficijentima kapitala suočene sa nižim troškovima finansiranja. U ovom istraživanju racio kapitala definisan je kao omjer kapitala i aktive banke što je također korišteno i u istraživanju Dietrich i Wanzenried (2011) kao i Chih et al. (2010). Autori Dietrich i Wanzenried (2011) ističu da su banke sa većim omjerom kapitala prema aktivu sigurnije u odnosu na one kojima je ovaj racio niži. Varijabla tržišnog udjela mjerena je kao omjer aktive banke i cjelokupnog sektora što prati metodologiju Berger (1995). Prema Clark (1999), tržišni udio se koristi jer se pokazalo da je vrlo jak prediktor profitabilnosti kompanije.

Varijabla veličina Šerijatskog odbora uključena je u analizu prije svega zbog važnosti uloge koju ovaj odbor ima u poslovanju islamske banke a što je detaljnije objašnjeno u drugom poglavlju. Isto tako, istraživanja autora poput Mollah i Zaman (2015) potvrdila su da veličina Šerijatskog odbora ima znatan uticaj na profitabilnost islamske banke dok su Nomran et al. (2018) pokazali da veličina Šerijatskog odbora, kvalifikacije članova (stepen obrazovanja na nivou doktora nauka) i promjene u sastavu Šerijatskog odbora imaju snažan uticaj na performanse islamske banke. Kada govorimo o broju članova odbora, on se obično kreće od tri do sedam dok Rahman i Bukair (2013) ističu da je AAOIFI standard tri člana a Zoair (1996), citiran u Hakimi et al. (2018), navodi da je potrebno da se odbor sastoji od minimum deset članova. U ovom radu, korištena je metodologija autora Mergaliyev et al. (2019) na način da je veličina Šerijatskog odbora definisana kao vještačka varijabla koja ima vrijednost 0 u slučaju da Šerijatski odbor ima 3 ili manje članova, odnosno 1 ukoliko ima više od tri člana.

Drugi set uključuje sljedeće varijable koje opisuju karakteristike zemlje u kojoj posluje posmatrana banka:

- mr_i udio muslimanskog stanovništva (*engl. muslim ratio*), definisan kao procenat muslimanskog stanovništva u ukupnom stanovništvu;

- $gdp_{i,t}$ veličina nacionalne ekonomije u kojoj određena banka i posluje, mjerena kao logaritmovana vrijednost bruto domaćeg proizvoda (GDP) per capita;
- $d_{i,j}$ vještačka varijabla za zemlju j , definisana tako da ima vrijednost 1 u slučaju da je banka i iz posmatrane zemlje j , odnosno 0 u slučaju da nije iz posmatrane zemlje.

Bitno je napomenuti i da, za razliku od varijable $gdp_{i,t}$ koja varira i u vremenu i po jedinicama posmatranja, varijable mr_i i $d_{i,j}$ su vremenski invarijantne, tj. variraju samo u odnosu na jedinice posmatranja. Vremenska invarijantnost vještačkih varijabli proizilazi iz načina na koji se definišu, dok je kod mr_i vremenska invarijantnost posljedica karakteristika podataka, odnosno stabilnog udjela muslimanskog stanovništva u ukupnom u relativno kratkom vremenskom periodu koji je obuhvaćen ovom analizom. Prisustvo vještačkih i vremenski invarijantnih varijabli ima određenih implikacija na ocjenjivanje, što je detaljnije obrazloženo u narednom dijelu.

Varijabla udio muslimanskog stanovništva uključena je u model u kontekstu objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti jer stepen objelodanjivanja finansijskih institucija, u ovom konkretnom slučaju islamske banke, ovisi o dva faktora koji uključuju: šire društveno i političko okruženje u kojem institucija posluje i udjelom muslimanskog stanovništva (Newson i Deegan, 2002, citiran u Farook et al. (2011)). Naime, udio muslimanskog stanovništva proizilazi iz koncepta teorije legitimiteta i zasniva se na pretpostavci tzv. „*relevantne javnosti*“ prema kojoj data poslovna organizacija ima određeni stepen odgovornosti.

Pored toga, očekuje se da što je veći udio muslimanskog stanovništva da će i primjena šerijatskih principa biti veća jer će pritisak muslimanske zajednice biti veći u smislu da islamska banka mora da primjenjuje veći stepen etičkih, društvenih i ekoloških aktivnosti (Mergaliyev et al., 2019). Isto tako ova varijabla govori i o stepenu razvoja islamskog bankarstva u određenoj zemlji potvrđujući ranije navedenu tvrdnju da islamsko bankarstvo nije namijenjeno isključivo muslimanima već svima koji teže ka etičkom bankarskom modelu. U tom pogledu korišten je udio muslimanskog stanovništva izražen u %, koristeći podatke iz CIA World Factbook a prateći metodologiju Mergaliyev et al. (2019).

Istraživanja autora Baughn, et al. (2007) naglašavaju da postoji veza između stepena ekonomskog razvoja zemlje, najčešće mjereno putem GDP per capita, i korporativne društvene odgovornosti. Autor pojašnjava da je razlog tome što veći stepen bogatstva omogućava građanima da budu zainteresovani i za neekonomska pitanja kao što je društvena aktivnost kompanija. Do sličnog zaključka došli su i autori Gallen i Peraita (2017) na uzorku od 44 zemlje. Isto tako, Fetscherin et al. (2010) su na primjeru zemalja u razvoju ustanovili da GDP per capita pozitivno i značajno utiče na intenzitet komunikacije u domenu korporativne društvene odgovornosti. U tom aspektu, prateći metodologiju Fetscherin et al. (2010) kao makroekonomska varijabla odabrana je GDP per capita koja se računa kao prirodni logaritam GDP per capita. Podaci Svjetske banke su korišteni kao izvor za ovu varijablu.

7.5.1 Ocjenjivanje statičkih modela

Da bi se model (1) ocjenio adekvatno, sa stanovišta ekonometrijskog ocjenjivanja potrebno je uzeti u obzir dva značajna aspekta. Prvi aspekt se odnosi na uvođenje pretpostavke o karakteristikama ponašanja slučajne greške $u_{i,t}$, a drugi aspekt se odnosi na izbor adekvatnog metoda ocjenjivanja. Bazični pristup u ocjenjivanju panel regresija se zasniva na sljedećim pretpostavkama o karakteristikama slučajne greške;

1. slučajna greška $u_{i,t}$ je normalno, indentično i nezavisno distribuirana, sa nultom srednjom vrijednošću i konstantnom varijansom, $u_{i,t} \sim IIDN(0, \sigma_u^2)$;
2. slučajna greška $u_{i,t}$ nije korelisana sa nezavisnim (eksplanatornom i kontrolnim) varijablama, $E(xu) = 0$, and $E(Z'u) = 0$.

Ispunjenost prve pretpostavke implicira svrstavanje modela (1) u klasu takozvanih združenih panel regresionih modela (*pooled regression*). Osnovna karakteristika ovih modela je zanemarivanje vremenskih i uporednih dimenzija panel podataka, odnosno svaka opservacija se tretira nezavisno od jedinice posmatranja kojoj pripada, a što predstavlja direktnu implikaciju pretpostavke $u_{i,t} \sim IIDN(0, \sigma_u^2)$. U slučaju da je ispunjena i druga pretpostavka da slučajne greške nisu korelisane sa nezavisnim varijablama, model se može nepristrasno i pouzdano ocijeniti korištenjem združenog estimatora običnih najmanjih kvadrata (POLs – *Pooled Ordinary Least Squares*). Ukoliko se ključna eksplanatorna varijabla i vektor kontrolnih varijabli objedine u zajednički vektor regresora dimenzije k , $X_{i,t}, X_{i,t} = [x_{it} \quad Z_{i,t}]$, POLs estimator se u matricnoj formi može predstaviti sljedećim izrazom:

$$\hat{\beta}_{POLs} = (X'X)^{-1}X'y \quad (3)$$

gdje je X matrica dimenzija $NT \times k$, $X = \begin{bmatrix} X_{1T} \\ \dots \\ X_{NT} \end{bmatrix}$ a y vektor dimenzija $NT \times 1$, $y = \begin{bmatrix} y_{1T} \\ \dots \\ y_{NT} \end{bmatrix}$.

Uprkos teorijskim pogodnostima u samom postupku ocjenjivanja, ocjene združenim OLS estimatorom mogu biti pristrasne i nepouzdana u slučaju da jedna ili obje gore pomenute pretpostavke nisu ispunjene. Neispunjenost druge pretpostavke o nekorelisanosti nezavisnih varijabli i slučajne greške je u ekonometrijskoj literaturi poznat kao problem endogenosti. Kao direktna posljedica postojanja endogenosti u modelu, estimator združenih najmanjih kvadrata nije nepristrasan niti efikasan. Posmatrano u širem kontekstu, endogenost proizilazi iz ne-eksperimentalne prirode empirijskih istraživanja u društvenim naukama, odnosno predstavlja posledicu nedostataka podataka prikupljenih ne-eksperimentalnim metodama istraživanja (Bruderl, 2005):

- neopažene heterogenosti,
- simultanosti i
- grešaka u mjerenju.

Sa stanovišta istraživanja u ovom radu, neopažena heterogenost predstavlja najbitniju opciju nedostataka podataka koja može dovesti do prisustva endogenosti u modelu. Problem neopažene heterogenosti je suštinski sličan problemu izostavljanja nezavisne varijable koja ima značajan sistematski uticaj na zavisnu varijablu (Murray, 2005). Polazeći od pristupa analize neopažene heterogenosti u kontekstu izostavljanja značajne eksplanatorne varijable, relevantna specifikacija regresionog modela je data izrazom:

$$y_{i,t} = \alpha + \beta x_{i,t} + Z_{i,t}\gamma + \varepsilon_{i,t} + v_{i,t}, \quad (4)$$

gdje je $v_{i,t}$ slučajna greška koja ispunjava pretpostavku broj 1, dok $\varepsilon_{i,t}$ predstavlja varijablu čije varijacije imaju značajan udio u objašnavanju varijacija finansijskih performansi banaka, npr. vlasnička struktura banke. U slučaju da je ovo ispravna specifikacija regresionog modela, a umjesto nje se pogrešno ocjenjuje model (1), izostavljena varijabla $\varepsilon_{i,t}$ će postati komponenta slučajne greške $u_{i,t}$. Ako je izostavljena varijabla korelisana sa jednim ili više

regresora u modelu, što je čest slučaj u ekonometriji panel podataka, onda će pretpostavka broj dva biti narušena. Na primjer, ako je izostavljena varijabla $\varepsilon_{i,t}$ korelisana sa ključnom eksplanatornom varijablom $x_{i,t}$, onda će ocjena regresionog koeficijenta β metodom najmanjih kvadrata u modelu (1) biti pristrasna, $E(\hat{\beta}_{POLS}) = \beta + (X'X)^{-1}X'u$ jer je $E(X'u) \neq 0$, čak i u asimptotskom slučaju koji je primjenljiv na velike uzorke.

Kako bi se posljedice neopažene heterogenosti otklonile, u ekonometriji panel podataka se uobičajeno uvodi pretpostavka da izostavljena varijabla ne varira u odnosu na uporednu dimenziju, ili što je mnogo češći slučaj, ne varira u odnosu na vrijeme (vremenski invarijantna). Na primjer, ako je izostavljena varijabla vlasnička struktura banke, može se prepostaviti da se ona ne mijenja kroz vrijeme ili da se barem u srednjoročnom vremenskom periodu ne mijenja značajno. Ako pretpostavimo da izostavljena varijabla ne varira sa protokom vremena onda se slučajna greška u modelu (1) može dekomponovati u dvije komponente: “pravu” slučajnu grešku $v_{i,t}$ (koja ispunjava pretpostavku broj 1) i vremenski invarijantnu komponentu ε_i , $u_{i,t} = \varepsilon_i + v_{i,t}$.

U zavisnosti od pretpostavke o prirodi vremenske invarijantne komponente ε_i , u ekonometrijskoj analizi se koriste dvije vrste modela koja inkorporiraju neopaženu heterogenost (Gujarati, 2004):

Modeli fiksnih efekata (*engl. Fixed effects model ili skraćeno FE*) koji se izvode iz pretpostavke da je izostavljena varijabla ε_i , koja sumira sve vremenski invarijantne karakteristike jedinice posmatranja (u našem slučaju banke), fiksnog karaktera. Termin “fiksni” u kontekstu ekonometrijske analize implicira da varijabla ε_i nije slučajna varijabla, odnosno da varijabla koja opisuje neopaženu heterogenost nije nasumično distribuirana po jedinicama posmatranja. U slučaju da je model fiksnih efekata validna ekonometrijska specifikacija modela (3), ocjenjivanje se može sprovesti na dva načina:

- Korištenjem estimatora najmanjih kvadrata na bazi vještačkih varijabli (LSDV - Least Squares Dummy Variables); ovaj pristup se zasniva na uključivanju vještačkih varijabli, posebno definisanih za svaku jedinicu posmatranja, u regresionu specifikaciju
- Primjenom metoda običnih kvadrata na transformisanim podacima; transformacija podataka podrazumijeva izračunavanje aritmetičke sredine vremenske serije podataka za svaku jedinicu posmatranja, a zatim oduzimanje date sredine od svakog podatka u vremenskoj seriji ponaosob. Ukoliko se transformisane varijable obilježe sa \tilde{X} i \tilde{y} , onda se estimator fiksnih efekata može predstaviti izrazom $\hat{\beta}_{FE} = (\tilde{X}'\tilde{X})^{-1}\tilde{X}'\tilde{y}$

Modeli slučajnih efekata (*engl. Random effects model ili skraćeno RE*), koji se izvode iz pretpostavke da je izostavljena varijabla ε_i slučajna varijabla, odnosno da je neopažena heterogenost nasumično distribuirana po jedinicama posmatranja u skladu sa nekom distribucijom vjerovatnoća, $\varepsilon_i \sim D(\theta)$. Regresioni modeli slučajnih efekata se ocjenjuju korištenjem estimatora generalizovane metode najmanjih kvadrata (*GLS - Generalized Least Squares*). Također se pretpostavlja i da varijabla ε_i nije korelisana sa regresorima; u slučaju da ova pretpostavka nije ispunjena, GLS ocjene regresionih parametara su pristrasne. Estimator slučajnih efekata je definisan izrazom $\hat{\beta}_{RE} = (X'\hat{\Omega}_u^{-1}X)^{-1}X'\hat{\Omega}_u^{-1}y$, gdje je $\hat{\Omega}_u$ blok dijagonalna matrica čije dijagonalne elemente čine ocjene varijansno-kovarijansnih matrica slučajne greške i regresora dimenzija $T \times T$, $\hat{\Omega}_u = \hat{E}[u_i|X_i]$.

Obje grupe modela imaju svoje prednosti i nedostatke. Najveća prednost modela fiksnih efekata je da ne zahtijevaju ispunjenost pretpostavke o nekorelisanosti varijable ε_i sa regresorima kako bi se regresioni parametri nepristrasno ocjenili. S druge strane, osnovni nedostatak modela fiksnih efekata je značajan gubitak stepeni slobode prilikom ocjenjivanja, posebno u situacijama gdje je uporedna dimenzija veća u odnosu na vremensku dimenziju panel podataka (Gujarati, 2004). Prednost modela slučajnih efekata se ogleda u mogućnosti eksplicitnog ocjenjivanja efekata vremenski invarijantne varijable ε_i , a nedostatak u nerealističnosti pretpostavke o nekorelisanosti ε_i sa regresorima (Bruderl, 2005). Adekvatnost modela fiksnih i slučajnih efekata se prilikom specifikacije regresione jednačine može provjeriti i Hausman testom.

7.5.2 Ocjenjivanje dinamičkih modela

Panel regresioni modeli koji uključuju docnje zavisne varijable u svojstvu regresora se u literaturi uobičajeno nazivaju dinamičkim panel modelima. Osnovna motivacija za uključivanje prve docnje u model proizilazi iz potrebe da se u modelu eliminiše autokorelacija slučajnih grešaka. Uključivanje docnji zavisne varijable u panel regresioni model sa kompozitnom greškom za posljedicu ima narušavanje egzogenosti u modelu, na koju je ukazao Nickell (1981) i koja je poznata kao pristrasnot dinamičkih panela. U ovom slučaju narušavanje egzogenosti nastaje jer je individualni efekat v_i vremenski invarijantan, pa će u dinamičkom modelu sa kompozitnom greškom biti istovremeno prisutan i u tekućoj grešci $u_{i,t}$ i u docnjama zavisne varijable $\{y_{i,t-l}\}$, što dovodi do nastanka pozitivne korelacije između $\{y_{i,t-l}\}$ i $u_{i,t}$.

Modeli dinamičkih panela sa kompozitnom greškom se ne mogu pouzdano ocjeniti POLS, FE ili RE estimatorima. Kao metodolški superiornije rješenje, za ocjenjivanje dinamičkih panela koristi se metod instrumentalnih varijabli (*engl. method of instrumental variables - IV*), i uopšteni metod momenata (*engl. GMM – Generalized Method of Moments*). Kod ovih metoda ocjenjivanje regresionog koeficijenta za endogeni regresor se vrši posredno, tako što se on “*instrumentalizuje*”, gdje instrumentalizacija podrazumijeva inkorporiranje jedne ili više instrumentalnih varijabli u konstrukciju estimatora tako da se asimptotski obezbjedi nepristrasnost ocjene. Pri tom, da bi se jedna ili više odabranih varijabli mogle smatrati adekvatnim instrumentima, potrebno je da ispune sljedeće uslove:

1. uslov relevantnosti instrumenata, što znači da skup L instrumentalnih varijabli $q_{l,i,t}$ bude korelisan sa endogenom varijablom u modelu, odnosno da je moguće postaviti regresioni model $x_{i,t} = \sum_{l=1}^L \zeta_l q_{l,i,t} + \eta_{i,t}$ koji ima zadovoljavajuću eksplanatornu moć;
2. uslov egzogenosti instrumenata, što znači da skup L instrumentalnih varijabli $q_{l,i,t}$ nije korelisan sa slučajnom greškom modela, $Cov(x_{i,t}, q_{l,i,t}) = 0, \forall l$.

Najveći praktični problem u primjeni IV-GMM pristupa jeste odabir instrumenata koji zadovoljavaju uslove adekvatnosti. Kako je teško pronaći jednu ili više varijabli za koje bi se teorijski moglo argumentovati ispunjenost ovih uslova, u praksi se često koriste sljedeće alternative:

- korištenje prvih docnji endogene i/ili kontrolnih varijabli. Ovaj pristup se često koristi u makroekonomskim ekonometrijskim analizama, jer se može pokazati da je $X_{i,t-1}$ nekorelisan sa slučajnom greškom modela $u_{i,t}$ pod pretpostavkom $u_{i,t} \sim N(0, \sigma_u^2)$, a realno je pretpostaviti da zbog inertnosti varijabli postoji visok nivo autokorelacije između $X_{i,t}$ i $X_{i,t-1}$ (Wooldridge, 2009).

- korištenje dinamičke specifikacije regresionog modela (2) i upotreba Arellano-Bond GMM estimatora (AB-GMM). Dinamička specifikacija panel regresionog modela uključuje minimum prvu dočnju kao regresor (moguće je i uključiti i dočnje viših redova), što ima svoje ekonomsko opravdanje zbog gore pomenutog postojanja autokorelacije.

Arellano i Bond (1991) su predložili kompleksni sistem instrumentalizacije za ocjenjivanje dinamičkog panel modela specifikovanog u prvim diferencama. U osnovnoj varijanti sistem instrumentalizacije tretira dočnje višeg reda zavisne varijable kao uključene instrumente i prve difference egzogenih varijabli kao isključene instrumente, tako da formirana matrica instrumenata teorijski zadovoljava uslov egzogenosti, odnosno nekorelisanosti instrumenata i prve difference slučajnih grešaka, a koji se u kontekstu GMM estimacije također naziva i uslov momenata.

Kao što je prethodno objašnjeno, bilo da se koriste prve dočnje ili AB-GMM estimator, a priori nije moguće utvrditi da li su instrumenti adekvatni. Zbog toga se nakon IV-GMM estimacija uobičajeno primjenjuju testovi adekvatnosti instrumenata.

7.5.3 Empirijski modeli, metodološke napomene i strategija ocjenjivanja

Imajući u vidu kompletan set regresora, empirijski model (1) se može u razvijenom obliku predstaviti u statičkoj specifikaciji:

$$y_{i,t} = \alpha + \beta csrd_{i,t} + \gamma_1 vb_{i,t} + \gamma_2 rk_{i,t} + \gamma_3 tu_{i,t} + \gamma_4 mr_i + \gamma_5 sb_{i,t} + \gamma_6 gdp_{i,t} + D_i \gamma^D + u_{i,t},$$

gde D_i predstavlja vektor vještačkih varijabli za zemlje.

Značajno je napomenuti da prisustvo vremenski invarijantnih varijabli u modelu kreira problem perfektne multikolinearnosti, što predstavlja narušavanje neophodnih pretpostavki za ocjenjivanje regresionog modela, i to u ovom konkretnom slučaju na dva načina:

1. Ako se u uzorku nalazi N banaka iz L zemalja, vještačka varijabla za jednu zemlju se može prikazati kao linearna kombinacija ostalih $L-1$ vještačkih varijabli. Ako se vještačke varijable po zemljama obilježe troslovnim ISO kodom, vještačka varijabla na primjeru Turske se može prikazati kao:

$$D_TUR(i) = 1 - [D_BIH(i) + D_QAT(i) + D_IDN(i) + D_SAU(i) + D_MYS(i) + D_ARE(i)],$$

Zbog toga je uobičajeno da se u slučaju uzoraka koji sadrže opservacije za L jedinica posmatranja u model uključuje $L-1$ vještačkih varijabli kako bi se izbjegla savršena multikolinearnost (osim kada konstantni član ne figuriše u modelu).

2. S obzirom da je i Varijabla udio muslimanskog stanovništva (MR) u ovom konkretnom slučaju vremenski invarijantna, onda se i ona može predstaviti kao linearna kombinacija vještačkih varijabli za pojedinačne zemlje. Drugačije rečeno, MR se može prikazati kao ponderisani zbir D_BIH , D_QAT , D_IDN , D_SAU , D_MYS , D_ARE , i D_TUR odnosno:

$$MR(i) = a * D_BIH(i) + b * D_QAT(i) + c * D_IDN(i) + d * D_SAU(i) + e * D_MYS(i) + f * D_ARE(i) + g * D_TUR(i),$$

gdje su ponderi od a do g vrijednosti MR za svaku pojedinačnu zemlju. Kako je u slučaju pod 1) već pokazano da se D_TUR može prikazati kao linearna kombinacija vještačkih varijabli za preostalih $L-1$ zemalja, iz toga proizilazi da se i MR efektivno može prikazati kao linearna kombinacija $L-1$ vještačkih varijabli za pojedinačne zemlje. To dalje implicira da uključivanje varijable MR u model zahtijeva dodatnu eliminaciju još jedne vještačke varijable kako bi se izbjeglo prisustvo savršene multikolinearnosti u modelu, odnosno da ukupno $L-2$ vještačkih varijabli za pojedinačne zemlje može figurisati u modelu.

Uzimajući u obzir multikolinearnost, model se može dodatno precizirati kao

$$y_{i,t} = \alpha + \beta csrdi_{i,t} + \gamma_1 vb_{i,t} + \gamma_2 rk_{i,t} + \gamma_3 tu_{i,t} + \gamma_4 mr_i + \gamma_5 d_sb_{i,t} + \gamma_6 gdp_{i,t} + \sum_{j=1}^{L-2} \delta_j d_iso_{i,j} + u_{i,t}, (xy)$$

gdje je $d_iso_{i,j}$ vještačka varijabla za zemlju j .

Pored savršene multikolinearnosti, prisustvo vremenski invarijantnih varijabli ima značajan uticaj i sa stanovišta matematike ocjenjivanja panel modela, s obzirom da određeni postupci estimacije matematički eliminišu vremenski invarijantne efekte, pa respektivni estimatori nisu u mogućnosti da eksplicitno ocijene uticaj vremenski invarijantnih varijabli na zavisnu varijablu. To se prevashodno odnosi na postupak estimacije modela sa fiksnim efektima i dinamičkih panela Arellano-Bond postupkom estimacije:

1. Estimacija modela sa fiksnim efektima: kao što je ranije napomenuto, estimacija modela sa fiksnim efektima je bazirana na primjeni metoda običnih najmanjih kvadrata na transformisanim podacima, $\hat{\beta}_{FE} = (\dot{X}'\dot{X})^{-1}\dot{X}'\dot{y}$. Odgovarajuća transformacija podataka, u literaturi poznata kao i “*time-demeaning*” ili “*within*” transformacija, se sprovodi u 2 koraka:

a) u prvom koraku se računa aritmetička sredina podataka po vremenskoj dimenziji za svaku jedinicu posmatranja odnosno;

$$\bar{x}_i = \frac{1}{T} \sum_{t=1}^T x_{i,t};$$

b) u drugom koraku se aritmetička sredina po vremenskoj dimenziji oduzima od svakog pojedinačnog podatka;

$$\ddot{x}_{i,t} = x_{i,t} - \bar{x}_i.$$

U slučaju kada je varijabla x vremenski invarijantna, onda je $\bar{x}_i = \frac{1}{T} \sum_{t=1}^T x_i = \frac{1}{T} T x_i = x_i$. Samim tim, oduzimanje aritmetičkih sredina u drugom koraku transformacije rezultira anuliranjem vremenski invarijantnih varijabli, $\ddot{x}_i = x_i - \bar{x}_i = 0$. Posljedično, model fisknih efekata u formi transformisanih podataka se može predstaviti kao;

$$\ddot{y}_{i,t} = \alpha + \beta cs\ddot{r}di_{i,t} + \gamma_1 v\ddot{b}_{i,t} + \gamma_2 r\ddot{k}_{i,t} + \gamma_3 t\ddot{u}_{i,t} + \gamma_5 d_s\ddot{b}_{i,t} + \gamma_6 g\ddot{d}p_{i,t} + \ddot{u}_{i,t},$$

odnosno u njemu ne figurišu vremenski invarijantne varijable.

2. Estimacija dinamičkih modela Arellano-Bond postupkom estimacije. Arellano Bond sistem estimacije je baziran na estimaciji modela u prvim diferencama:

$$\Delta y_{i,t} = \alpha + \beta_y \Delta y_{i,t-1} + \beta \Delta csrdi_{i,t} + \gamma_1 \Delta vb_{i,t} + \gamma_2 \Delta rk_{i,t} + \gamma_3 \Delta tu_{i,t} + \gamma_4 \Delta mr_i + \gamma_5 \Delta d_sb_{i,t} + \gamma_6 \Delta gdp_{i,t} + \sum_{j=1}^{L-2} \delta_j \Delta d_iso_{i,j} + \Delta u_{i,t},$$

gdje je Δ je operator prve difference, $\Delta x_{i,t} = x_{i,t} - x_{i,t-1}$. Kako je u slučaju vremenski invarijantnih varijabli $\Delta x_{i,t} = 0$, onda se i model definisan u prvim diferencama svodi na

$$\Delta y_{i,t} = \alpha + \beta_y \Delta y_{i,t-1} + \beta \Delta csrdi_{i,t} + \gamma_1 \Delta vb_{i,t} + \gamma_2 \Delta rk_{i,t} + \gamma_3 \Delta tu_{i,t} + \gamma_5 \Delta d_sb_{i,t} + \gamma_6 \Delta gdp_{i,t} + \Delta u_{i,t},$$

i također ne sadrži vremenski invarijantne varijable. Matematičko eliminisanje vremenski invarijantnih varijabli prilikom estimacije metodom FE i AB-GMM implicira da ocjene uticaja udjela muslimanskog stanovništva i vještačkih varijabli za zemlje eksplicitno figuriše jedino u POLS i RE estimaciji.

Iz prethodne diskusije proizilazi da se opšti model pod (1) može precizirati na više načina, u zavisnosti od pretpostavke o slučajnoj grešci i statičkom vs. dinamičkom karakteru:

1. Združeni model (statički). Kako statički model ne uzima u obzir neopaženu heterogenost, u specifikaciju modela potrebno je uključiti vještačke varijable za zemlje. Specifikacija združenog modela data je izrazom (xy)

2. Model sa kompozitnom greškom (statički), koji je formulisan kao proširenje združenog modela (xy),

$$y_{i,t} = \alpha + \beta csrdi_{i,t} + \gamma_1 vb_{i,t} + \gamma_2 rk_{i,t} + \gamma_3 tu_{i,t} + \gamma_4 mr_i + \gamma_5 d_sb_{i,t} + \gamma_6 gdp_{i,t} + \sum_{j=1}^{L-2} \delta_j d_iso_{i,j} + \varepsilon_i + v_{i,t},$$

a koji se u zavisnosti od pretpostavke o prirodi individualnih efekata, odnosno rezultata Hausman testa, može ocijeniti FE ili RE estimatorom.

3. Dinamički panel model. Pod opštom pretpostavkom da i dinamički model sadrži kompozitnu grešku i da je broj uključenih docnji ograničen na prvu docnju, dinamički model se može predstaviti kao proširenje osnovnog modela sa kompozitnom greškom,

$$y_{i,t} = \alpha + \beta_y y_{i,t-1} + \beta csrdi_{i,t} + \gamma_1 vb_{i,t} + \gamma_2 rk_{i,t} + \gamma_3 tu_{i,t} + \gamma_4 mr_i + \gamma_5 d_sb_{i,t} + \gamma_6 gdp_{i,t} + \sum_{j=1}^{L-2} \delta_j d_iso_{i,j} + \varepsilon_i + v_{i,t}.$$

Imajući u vidu ove tri moguće specifikacije opšteg modela, te prednosti i nedostatke svakog od njih, u ovom radu je primjenjena sljedeća strategija empirijske analize:

- postupna ocjena združenog modela POLS estimatorom za oba indikatora finansijskih performansi. Postupnost ocjenjivanja u ovom slučaju znači da se polazi od vrlo uske specifikacije združenog panel modela koji sadrži samo vještačke varijable i jednu kontrolnu varijablu po izboru. Zatim se u model korak po korak dodaju i ostale kontrolne varijable i na kraju ključna eksplanatorna varijabla (CSRDI), kako bi se pratile promjene eksplanatorne moći modela (mjerene koeficijentom determinacije) i robustnost ocjenjenih koeficijenata;
- implementacija Hausman testa posebno za ROA i ROE model sa kompozitnom greškom kako bi se utvrdio adekvatan izbor estimatora, tj. da li model treba ocijeniti FE ili RE estimatorom;
- ocjena modela sa kompozitnom greškom, korištenjem estimatora fiksnih ili slučajnih efekata, u zavisnosti od rezultata Hausman testa;
- ocjena dinamičkog modela sa pretpostavkom o kompozitnoj grešci, korištenjem Arellano-Bond GMM estimatora;
- poređenje dobijenih rezultata u cilju provjere robustnosti zaključaka.

Bitno je napomenuti i da je u literaturi empirijske panel ekonometrije najčešće zastupljeno ocjenjivanje metodom FE i RE, s obzirom na teorijske prednosti modela sa kompozitnom greškom u odnosu na združeni model, kao i metodolšku jednostavnost FE i RE estimatora u odnosu na IV-GMM estimatore (problem izbora adekvatnih instrumenata). Zbog toga je i ovom radu FE i RE estimatorima dat prioritet prilikom dodatnih estimacija i testiranja (hipoteza 2, analiza uticaja pojedinačnih komponenti na ROA i ROE), kao i u izvođenju zaključaka.

S obzirom da se validnost ocjenjivanja modela u velikoj mjeri zasniva na ispunjenosti pretpostavke $u_{i,t} \sim IIDN(0, \sigma_u^2)$, gdje god je to bilo moguće u cilju pouzdanijeg statističkog zaključivanja korištene su korekcije varijansno-kovarijansnih matrica ocjenjenih reziduala koje su robustne na narušenost pretpostavki o homoskedastičnoj varijansi i nekorelisanim slučajnim greškama.

*„Znanje koje mi smatramo znanjem se dokazuje u akciji. Ono što sada podrazumjevamo
znajem je informacija u akciji, informacija fokusirana na rezultate“*

(Peter Drucker)

8 REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Rezultati istraživanja mogu se podijeliti na dva seta:

- prvi set koji analizira stepen objelodanjivanja podataka islamskih banaka uključenih u uzorak i
- drugi set koji predstavlja rezultate istraživanja o uticaju korporativne društvene odgovornosti na finansijske performanse.

U nastavku je data ukupna vrijednost indeksa objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti (CSRDI) gdje je predstavljen trend kretanja koncepta objelodanjivanja podataka za analizirani vremenski period, za svaku banku, dok je detaljnija analiza indeksa data po dimenzijama. Drugi dio rezultata uključuje predstavljanje dobivenih rezultata testiranja hipoteza.

8.1 Ukupna vrijednost CSRDI za analizirane islamske banke

Specifičnost izvještaja islamskih banaka, u većini analiziranih zemalja, jeste iskazivanje zahvalnosti vladi ili kralju. U slučaju Qatar Islamic Bank (QIB), u pitanju je iskazivanje emiru Katara, Tamimu bin Hamad al Thani-ju. U pogledu vrijednosti dimenzija indeksa objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti (u nastavku indeks), u većini analiziranih godina indeks ima tendenciju rasta tokom vremena, što znači da je QIB vremenom objelodanjivala veći broj podataka o svom društvenom angažmanu, poslovanju i vrijednostima kojima teži. Ovaj segment se spominje i u izvještajima banke: „Transparentnost i potpuno objelodanjivanje su temeljni kamen komunikacijskih napora kojima banka teži“ (QIB Annual Report, 2010). Ukupna vrijednost indeksa predstavljena je u narednoj tabeli.

Tabela 41: Vrijednost CSRDI za Qatar Islamic Bank (2006-2016)

2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
0,44	0,49	0,55	0,59	0,62	0,69	0,70	0,70	0,69	0,71	0,70

Izvor: Kalkulacije autora na bazi godišnjih izvještaja banke

Druga analizirana banka iz Katara, Qatar International Islamic Bank (QIIB), ima veoma specifične izvještaje. Naime, svaki godišnji izvještaj predstavlja određena prirodna i nacionalna dobra Katara pa je tako izvještaj iz 2014. godine u znaku Sidr drveta iz čijeg nektara pčele prave najskuplji med na svijetu, sidr med. S druge strane, u pogledu prakse objelodanjivanja podataka, QIIB ima nizak stepen objelodanjivanja podataka za cjelokupni analizirani period i znatno veći stepen nekonzistentnosti u vrijednosti indeksa u odnosu na QIB. Izvještaji su sastavljeni u skladu sa lokalnim i međunarodnim propisima ali je stepen nefinansijskog izvještavanja nizak. Ukupna vrijednost indeksa za period 2010-2016., data je u tabeli ispod.

Tabela 42: Vrijednost CSRDI za Qatar International Islamic Bank (2010-2016)

2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
0,37	0,36	0,42	0,41	0,38	0,46	0,42

Izvor: Kalkulacije autora na bazi godišnjih izvještaja banke

Za razliku od islamskih banaka iz Katara, izvještaji indonežanskih islamskih banaka pisani su na maternjem (indonežanskom) sa uporednim prevodom na engleski jezik a karakteriše ih veliki broj stranica. Konkretno, u slučaju Bank Mumamalt Indonesia (BMI) u 2016. godini

izvještaj se sastoji od čak 662 stranice. Isto tako, banka u izvještajima izražava odnos prema konceptu društvenog angažmana koji korespondira sa islamskim društvenim ciljevima: „U pogledu operativnog aspekta, poslovanje BMI se odnosi na primjenu dva principa: karakter i ponašanje Poslanika u obavljanju poslovnih aktivnosti i transparentnost, odgovornost, profesionalizam, korektnost, jednakost i osjećaj za društvo“ (BMI Annual Report, 2016). Akcenat je također stavljen na posvećenost ka ispunjenju religijskih postulata: „Banka je osnovana sa ciljem ispunjenja Božijih propisa koji se odnose na zabranu zelenaštva i pružanja halal bankarskih usluga i razvoja islamske ekonomije u korist društva putem čistog šerijatskog bankarskog sistema“ (BMI Annual Report, 2008). Ukupna vrijednost indeksa za analizirani period koji počinje od 2008. godine, ali sa prekidima u 2009. i 2014. godini, predstavljena je u narednoj tabeli.

Tabela 43: Vrijednost CSRDI za Bank Muamalat Indonesia (2008,2010-2013,2015-2016)

2008	2010	2011	2012	2013	2015	2016
0,58	0,66	0,73	0,74	0,76	0,83	0,86

Izvor: Kalkulacije autora na bazi godišnjih izvještaja banke

Slična situacija prisutna je i kada je u pitanju Bank Syariah Mandiri (BSM) banka koja također ima visok stepen objelodanjivanja podataka ali niži u poređenju sa BMI. Banka je u 2014. godini učinila dostupnim samo izvještaj koji je urađen u skladu sa GRI Smjernicama što je znatno uticalo na vrijednost indeksa jer takav izvještaj nije sadržavao određene elemente koji su neophodne u utvrđivanju indeksa. Ukupna vrijednost indeksa za analizirani period predstavljena je u narednoj tabeli.

Tabela 44: Vrijednost CSRDI za Bank Syariah Mandiri (2011,2014-2016)

2011	2014	2015	2016
0,72	0,29	0,70	0,71

Izvor: Kalkulacije autora na bazi godišnjih izvještaja banke

Kao i u slučaju katarskih banaka, i islamske banke iz Saudijske Arabije izvještaje započinju iskazivanjem zahvalnosti „čuvaru dva sveta hrama“ odnosno kralju. Kada govorimo o stepenu objelodanjivanja podataka od strane Al Rajhi banke, vrijednost indeksa varira sa tendencijom rasta odnosno pada u određenim godinama pa je tako najveća vrijednost indeksa 0,59 u 2016. godini a najmanja 0,40 u 2006. godini. Interesatno je da je stepen objelodanjivanja podataka od strane najveće islamske banke u svijetu znatno niži od analiziranih indonežanskih islamskih banaka koje su klasifikovane kao male banke. Specifičnost izvještavanja Al Rajhi banke jeste što je u izvještajima iz 2012. i 2015. objelodanila da se isti mogu pregledati i putem mobilne HTML aplikacije koja omogućava video prezentaciju svakog dijela izvještaja⁷⁶. Ukupna vrijednost indeksa za sve analizirane godine predstavljena je u narednoj tabeli.

Tabela 45: Vrijednost CSRDI za Al Rajhi bank (2006,2008-2013, 2015-2016)

2006	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2015	2016
0,40	0,42	0,41	0,44	0,49	0,52	0,46	0,57	0,59

Izvor: Kalkulacije autora na bazi godišnjih izvještaja banke

Sličan stepen objelodanjivanja prisutan je i u slučaju Bank Albilad budući da je vrijednost indeksa ispod 50% što je predstavljeno u narednoj tabeli.

⁷⁶ <http://AlRajhiBankin2015.SmartAnnualReport.com>

Tabela 46: Vrijednost CSRDI za Albilad banku (2012-2016)

2012	2013	2014	2015	2016
0,37	0,42	0,48	0,44	0,43

Izvor: Kalkulacije autora na bazi godišnjih izvještaja banke

Vrijednost indeksa i u slučaju AlJazira banke neznatno je veća od 50% u svim godinama izuzev u 2012. kada ima vrijednost 61%. Evidentno je da se vrijednost indeksa tokom vremena mijenja što također upućuje da je banka u određenim godinama objelodanila više odnosno manje podataka o poduzetim aktivnostima. Takva praksa je rezultat različitih vrijednosti dimenzija koje čine indeks što će detaljnije biti predstavljeno u drugom dijelu ovog poglavlja. Vrijednost indeksa predstavljena je u tabeli 47.

Tabela 47: Vrijednost CSRDI za AlJazira banku (2008-2016)

2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
0,54	0,50	0,54	0,57	0,61	0,58	0,50	0,54	0,57

Izvor: Kalkulacije autora na bazi godišnjih izvještaja banke

Za razliku od drugih analiziranih banaka, NCB banka ima specifičnu poziciju jer, kao što je već ranije naglašeno, u istraživanju su analizirani izvještaji za period 2014-2016. budući da je banka od 2014. godine izvršila „konverziju“ iz klasične u islamsku banku. U tom kontekstu vrijednost indeksa je, za analizirani period, iznad 50% sa tendencijom rasta što navodi na zaključak da banka, uporedo sa procesom konverzije, objelodanjuje veći stepen podataka neophodan da bi aktivno izgradila svoju poziciju kao islamska banka. Ukupna vrijednost indeksa predstavljena je u narednoj tabeli.

Tabela 48: Vrijednost CSRDI za National Commercial Bank (2014-2016)

2014	2015	2016
0,51	0,52	0,55

Izvor: Kalkulacije autora na bazi godišnjih izvještaja banke

Po osnovu IFCI i IFDI rangiranja, Malezija kao zemlja prednjači u svim poljima i domenima islamskog bankarstva i finansija. To se uočava i u slučaju objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti ali sa napomenom da on ipak nije jednak u svim bankama i da, u većini slučajeva, indeks vremenom raste kako je i sama zemlja vremenom ovo pitanje aktivnije regulisala. Što se tiče Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB), vrijednost indeksa ima rast za većinu analiziranih godina što je predstavljeno u tabeli 49. Uočeno je da banka određeni broj informacija potrebnih za utvrđivanje indeksa objelodanjuje u okviru finansijskog dijela izvještaja što naglašava značajnost analize cjelokupnog izvještaja banke. Ova situacija se uočava u razlici vrijednosti indeksa 2015. godine u odnosu na 2016. godinu što se vidi i po broju stranica izvještaja koji u 2015. ima 124 stranice a u 2016. godini ima 383 stranice.

Tabela 49: Vrijednost CSRDI za Bank Islam Malaysia Berhad (2006-2016)

2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
0,34	0,52	0,58	0,58	0,59	0,55	0,62	0,66	0,61	0,82	0,83

Izvor: Kalkulacije autora na bazi godišnjih izvještaja banke

Stepen objelodanjivanja raste i kada je u pitanju Bank Muamalat Malaysia Berhad (BMMB) banka ali je on ipak niži u poređenju sa BIMB. Bitno je napomenuti da su izvještaji za 2009. i

2010. godinu ustvari izvještaj za samo jednu godinu radi specifičnog obračunskog perioda u Maleziji koji nije tačno specificiran da se radi isključivo o 31.12

Tabela 50: Vrijednost CSRDI za Bank Muamalat Malaysia Berhad (2006-2016)

2006	2007	2008	2009/10	2011	2012	2013	2014	2015	2016
0,41	0,38	0,37	0,45	0,56	0,65	0,69	0,75	0,67	0,76

Izvor: Kalkulacije autora na bazi godišnjih izvještaja banke

Pozicija CIMB Islamic banke u okviru CIMB Grupe imala je uticaj na utvrđivanje indeksa i stepen objelodanjivanja podataka. Iako vrijednost indeksa, u većini analiziranih godina, raste važno je istaći da na njegovu vrijednost utiče odnos Grupe prema konceptu islamskog bankarstva i primjene islamskih postulata u poslovanju. Vrijednost indeksa predstavljena je u tabeli 50.

Tabela 51: Vrijednost CSRDI za CIMB Islamic banku (2006-2016)

2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
0,48	0,52	0,59	0,63	0,63	0,63	0,66

Izvor: Kalkulacije autora na bazi godišnjih izvještaja banke

Iako je i RHB Islamic dijelom Grupe, ova banka ipak ima svoje izvještaje ali je stepen objelodanjivanja ispod 50%. Ono što je bitno istaći jeste da je ova banka imala znatno nizak stepen objelodanjivanja u 2006. godini da bi nakon toga vrijednost indeksa, iako većinom varijabilna, imala rast.

Tabela 52: Vrijednost CSRDI za RHB Islamic (2006-2016)

2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
0,29	0,34	0,37	0,34	0,36	0,39	0,43	0,44	0,45	0,46	0,48

Izvor: Kalkulacije autora na bazi godišnjih izvještaja banke

Iskazivanje zahvalnosti emiru Dubaija prisutno je i u izvještajima islamskih banaka iz UAE. Ukupna vrijednost indeksa Dubai Islamic Bank (DIB) predstavljena je u narednoj tabeli. Na temelju dostupnih izvještaja za tri analizirane godine, vrijednost indeksa u slučaju DIB varira za analizirani period ali bitno je istaći da DIB, kao najstarija islamska finansijska institucija, ima nizak stepen objelodanjivanja podataka. S druge strane, na web stranici banke se mogu pronaći brojne prezentacije o finansijskom stanju banke kao i druge informacije ali koje radi već utvrđene metodologije nisu razmatrane kao osnov informacija.

Tabela 53: Vrijednost CSRDI za Dubai Islamic Bank (2009, 2011-2012)

2009	2011	2012
0,28	0,47	0,45

Izvor: Kalkulacije autora na bazi godišnjih izvještaja banke

Druga analizirana banka iz UAE, iskazala je veći stepen objelodanjivanja. Ipak i u slučaju Abu Dhabi Islamic Bank (ADOB) iako vrijednost indeksa vremenom raste, izvještaji nisu bili dostupni za sve analizirane godine čime se ne može steći kompletna slika stepena primjene koncepta objelodanjivanja. Vrijednost indeksa za ovu analiziranu banku predstavljena je u tabeli 53.

Tabela 54: Vrijednost CSRDI za Abu Dhabi Islamic Bank (2013-2016)

2013	2014	2015	2016
0,63	0,66	0,66	0,67

Izvor: Kalkulacije autora na bazi godišnjih izvještaja banke

Što se tiče islamskih odnosno participirajućih banaka iz Turske, ukupna vrijednost indeksa najčešće ima tendenciju rasta ali je bitno istaći da je na vrijednost indeksa uticala praksa sve tri analizirane banke da ne objelodanjuju dimenziju Šerijatskog odbora odnosno Savjetodavnog odbora (*engl. Advisory Board*), kako se ovo tijelo i zvanično naziva u turskoj regulativi. U pogledu ukupne vrijednosti indeksa Kuveyt Turk (KT), uočena je varijabilnost s time da su neke dimenzije, poput odnosa prema zaposlenima, vrlo detaljno objelodanjenje u izvještajima banke za razliku od Zekata ili Šerijatskog odbora.

Tabela 55: Vrijednost CSRDI za Kuveyt Turk (2006-2016)

2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
0,43	0,39	0,49	0,53	0,50	0,56	0,54	0,57	0,59	0,59	0,62

Izvor: Kalkulacije autora na bazi godišnjih izvještaja banke

Kada govorimo o Turkiye Finans (TF), to je prva participirajuća banka u Turskoj koja je objelodanila izvještaj o održivosti za 2013. godinu koji je ocjenjen sa A+ od strane Global Reporting Initiative. Ipak, koncept objelodanjivanja, posebno u pogledu određenih islamskih dimenzija koje se tiču determinanti poput Zekata i Šerijatskog odbora, nisu zastupljeni u izvještajima banke za analizirani period. Važno je napomenuti da se članovi Šerijatskog odbora objelodanjuju samo u izvještajima za 2015. i 2016. godinu. Iako ovakva praksa utiče na vrijednost indeksa, njena vrijednost, generalno posmatrano, ima tendenciju rasta.

Tabela 56: Vrijednost CSRDI za Turkiye Finans (2008-2012; 2013-2016)

2008	2009	2010	2012	2013	2014	2015	2016
0,39	0,43	0,47	0,52	0,59	0,60	0,60	0,57

Izvor: Kalkulacije autora na bazi godišnjih izvještaja banke

Sličan koncept objelodanjivanja prisutan je i u izvještajima Albaraka banke čija vrijednost indeksa, protekom vremena, raste što znači da je banka objelodanjivala veći broj analiziranih dimenzija odnosno varijabli tokom vremena što je predstavljeno je u tabeli ispod.

Tabela 57: Vrijednost CSRDI za Albaraka banku (2006-2016)

2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
0,38	0,54	0,54	0,54	0,57	0,56	0,57	0,59	0,59	0,59	0,67

Izvor: Kalkulacije autora na bazi godišnjih izvještaja banke

Kada govorimo o analizi izvještaja Bosna Bank International (BBI) banke opšti zaključak jeste da BBI banka ima etički identitet ali da su njeni izvještaji sastavljeni isključivo u skladu sa domaćim i međunarodnim standardima izvještavanja. U osnovi, to znači da je koncept nefinansijskog izvještavanja vrlo malo zastupljen, ispod 50%. Vrijednost indeksa za analizirani period predstavljena je u narednoj tabeli.

Tabela 58: Vrijednost CSRDI za BBI banku (2007-2016)

2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
0,29	0,44	0,45	0,40	0,42	0,41	0,41	0,41	0,42	0,42

Izvor: Kalkulacije autora na bazi godišnjih izvještaja banke

8.1.1 Vrijednost dimenzije *Izjave o misiji i viziji* za analizirane banke

Kada govorimo o pojedinačnim dimenzijama indeksa, one variraju tokom vremena kod svih analiziranih banaka. Iako je evidentno da skoro većina banaka naglašava primjenu šerijatskih i islamskih principa u poslovanju, usko vezujući tu opredjeljenost sa vizijom i misijom banke, uočen je visok stepen nekonzistentnosti kada je u pitanju dimenzija *Izjave o misiji i viziji*. Može se reći da je ovo pitanje povezano sa pozicioniranjem poslovne institucije kao islamske upravo od strane same banke, jer neke analizirane banke u određenom broju izvještaja nisu ni objelodanjivale viziju ili misiju banke ili koncept javnog interesa. Interesantno je da je ta situacija više prisutna u slučaju nekih većih banaka, kao na primjeru Al Rajhi banke, što može biti rezultat toga da veće banke nisu smatrale neophodnim posebno naglašavati svoju opredjeljenost ka poslovanju u skladu sa islamskim principima budući da se većinom radi o bankama koje imaju dugu tradiciju kao islamske.

Što se tiče QIB, dimenzija *Izjave o misiji i viziji* ima vrijednost 0,7 tokom cijelog analiziranog perioda osim u 2015. godini kada iznosi 0,8. Vizija banke definisana je kao biti „*vodeća, inovativna i globalna islamska banka koja se čvrsto oslanja na najveće šerijatske i etičke principe, ispunjavanje međunarodnih bankarskih standarda, partnerstva u razvoju globalne ekonomije i učestvovanja u napredovanju društva*“ (QIB Annual Report, 2006). U izvještaju iz 2008. godine navodi se da je misija banke usmjerena na pružanje:

- „*inovativnih finansijskih rješenja u skladu sa Šerijatom i kvaliteti usluga klijentima,*
- *maksimizaciji povrata za dioničare i partnere i*
- *njegovanju unutrašnjeg okruženja kvalifikovanih stručnjaka i najsavremenijih tehnologija*“ (QIB Annual Report, 2008).

Dimenzija ima najveću vrijednost u 2015. godini iz razloga što banka u izvještaju za tu godinu prvi put spominje posvećenost ispunjenu ugovornih obaveza: „*Uspjeli smo uspostaviti funkciju upravljanja ugovorima. Potpuna revizija ugovora i uslova istih pomogli su nam da izvučemo vrijednost potrošnje koju imamo i pomaknemo se prema lancu vrijednosti kad god je to moguće*“ (QIB Annual Report, 2015). Ipak, ovakva izjava nije uočena u izvještajima za prethodne ili godinu nakon 2015. što upućuje na zaključak da banka nema unificiran sistem nefinansijskog izvještavanja te da se neki podaci ne objelodanjuju tokom cijelog analiziranog perioda.

U pogledu javnog interesa, QIB ističe da je „*strategija banke usko povezana sa Nacionalnom vizijom Katara (QNV 2030) i vladinom posvećenošću ulaganjima u infrastrukturu zemlje, diverzifikaciji ekonomije i razvoju snažnog privatnog sektora. Vođen neprestanom povećanju vrijednosti za svoje kupce, dioničare i katarsko društvo, QIB će nastaviti da zadrži fokus na svojim kupcima, održavanju efikasnosti i ispunjenju očekivanja svih svojih stakeholdera* (QIB Annual Report, 2016).

U slučaju druge analizirane banke iz Katara QIIB, dimenzija ima vrijednost 0,6 za sve godine osim za 2011. godinu kada iznosi 0,5. QIIB je izražajno okrenut ka Kataru i stvaranju društvenih prilika: „*Banka neće štedjeti napore da doprinese raznim projektima i prilikama na lokalnom nivou bilo da je riječ o infrastrukturi velikih preduzeća ili malim i srednjim preduzećima*“ (QIIB Annual Report, 2011) pa je tako vizija banke „*da bude jedna od najefikasnijih islamskih banaka u Kataru i u regionu i prvi izbor za klijente, i da posluje po najboljim svjetskim standardima*“ (QIIB Annual Report, 2011). Izjava o viziji je revidirana i od 2014. godine ona glasi: „*QIIB kao nacionalna javna kompanija ima za cilj da bude u*

skladu sa najnovijim pravilima i administrativnom upravljanju na nivou GCC-a i Bliskog Istoka“ (QIIB Annual Report, 2011).

U izvještaju iz 2015. godine, QIIB ističe da su njene vrijednosti „maksimizacija povrata za dioničare u skladu sa principom održivosti, održavanje visokog nivoa efikasnosti kapitala i likvidnosti, održavanje visokih standarda korporativnog upravljanja, održavanje najvišeg nivoa usklađenosti sa međunarodnim standardima, obezbjeđivanje nepristrasnog i motivirajućeg radnog okruženja za zaposlene i doprinos razvoju i napretku društva“ (QIIB Annual Report, 2015).

Što se tiče misije banke ona je usmjerena na:

- „ispunjenje bankarskih uslova naših klijenata u skladu sa šerijatskim principima, kroz najbolje bankarske prakse i najviše profesionalne standarde;
- postizanje fer i odgovarajućeg prinosa za naše akcionare i deponente;
- stvaranje fer i motivirajuće radno okruženje za naše zaposlenike i
- pozicioniranje banke kao efikasnog korporativnog građanina koja snosi društvenu odgovornost za razvoj zajednice i pomaže svim stakeholderima da ostvare svoje ekonomske težnje“ (QIIB Annual Report, 2015).

I pored stepena objelodanjivanja koji je preko 50%, pojedine varijable u okviru navedene dimenzije nisu objelodanje u svim analiziranim izvještajima što utiče na konačnu vrijednost indeksa. U slučaju obje banke, iako navedena dimenzija ima visok procenat objelodanjivanja, istovremeno govori i o tome da objelodanjivanje pojedinačnih varijabli ove dimenzije nije jednako tokom vremena. Takav rezultat je posljedica nepostojanja univerzalnog okvira kojeg banke prate u svim dimenzijama i aktivnostima pa se tako na primjer neke varijable poput predanosti u obezbjeđivanju povrata u skladu sa šerijatskim principima i obezbjeđivanje isključivo dozvoljenih finansijskih aktivnosti u nekim godinama objelodanjuju a u nekim ne.

Dugačija slika stiče se analizom godišnjih izvještaja indonežanskih islamskih banaka, gdje je u slučaju BMI banke, stepen objelodanjivanja dimenzije *Izjave o misiji i viziji* izuzetno visok i ima vrijednost 0,8 u svim godinama osim u 2015. i 2016. kada iznosi 1, što je ujedno i maksimalna vrijednost dimenzije u okviru indeksa. Vizija banke predstavlja kombinaciju i težnju ka ostvarenju balansa religijske i tržišne uloge BMI: „*Biti najbolja šerijatska banka u Indoneziji, dominantna na duhovnom tržištu i poštovana na racionalnom tržištu*“ (BMI Annual Report, 2008). U izvještajima se naglašava i da je „*postizanje vizije i misije visoko podržano vrijednostima koje svaki pojedinac ugrađuje i njeguje, kao i pozicija kompanije kao šerijatske finansijske institucije, stoga ih mora provoditi sistem, moral i vjera u skladu sa šerijatskim principima*“ (BMI Annual Report, 2010). Misija banke jeste „*postati uzor među svjetskim šerijatskim finansijskim institucijama, ističući preduzetnički duh, upravljačku izvrsnost i inovativnu investicijsku orijentaciju za maksimiziranje vrijednosti za stakeholdere*“ (BMI Annual Report, 2012) istovremeno naglašavajući da „*banka podupire rast poslovanja koji više pažnje posvećuje aspektima zaštite životne sredine i održivom finansiranju*“ (BMI Annual Report, 2016)

Odnos prema stakeholderima definiše se na način da „*BMI mora uvijek uzeti u obzir interese svih stakeholdera u izvršavanju svoje funkcije*“ (BMI Annual Report, 2015) i da se „*obavezuje da uvijek osigura proizvode i usluge koje su halal na osnovu čega BMI može učestvovati u stvaranju mirnog i prosperitetnog društva*“ gdje je „*osnaživanje zajednice u smislu ekonomije, obrazovanja i humanosti velika ideja BMI*“ (BMI Annual Report, 2016).

Razlika u stepenu objelodanjivanja u posljednje dvije godine u odnosu na ostale analizirane godine ogleđa se u odnosu banke prema predanosti u izvršavanju ugovornih obaveza i obezbjeđivanju povrata u skladu sa šerijatskim principima: „*Bank Muamalat Indonesia dđosljedno preispituje sve ugovore sa drugim ugovornim stranama u cilju zaštite položaja baž0žnke u pogledu pravnih aspekata. Banka nastoji osigurati da svaki ugovor koji je sklopila udovoljava svim važećim zakonima i propisima... uz sudjelovanje šerijatske jedinice za poštivanje zakona u odlukama o odobrenju kako bi se smanjile pogreške u ugovoru o finansiranju koje mogu rezultirati rizikom ulaganja u kapital*“ (BMI Annual Report, 2015).

Kao i kod prethodno analiziranih banaka, i u slučaju BSM banke uočavamo snažnu upućenost na društvo u kojem posluje i težnji ka ostvarenju njegovog razvoja: „*BSM je posvećana u ispunjavanju očekivanja stakeholdera, kupaca i društva*“ (BSM Annual Report, 2016) i „*u ostvarivanju dobrobiti društva, BSM doprinosi stvaranjem bankarskih proizvoda koji će podstaknuti osnaživanje ekonomije i održivi rast*“ (BSM Annual Report, 2014).

U izvještaju iz 2011. godine navodi se da je vizija banke „*biti preferirana šerijatska banka od povjerenja za poslovne partnere*“ (BSM Annual Report, 2011). Međutim vizija je redefinisana u „*biti vodeća i moderna islamska banka*“ (BSM Annual Report, 2014). Da bi se ista mogla implementirati, „*banka je definisala set zajedničkih vrijednosti pod imenom ETHIC: izvrsnost (Excellence), timski rad (Teamwork), humanost (Humanity), integritet (Integrity) i fokus na kupce (engl. Customer Focus)*“ (BSM Annual Report, 2014).

U pogledu misije banke, ona je usmjerena ka:

- „*ostvarenju održivog rasta i profita koji prelazi industrijski prosjek,*
- *poboljšanju kvaliteta proizvoda i usluga na osnovu tehnologija koje premašuju očekivanja kupaca,*
- *razvijanju poslovanja zasnovanom na univerzalnim šerijatskim vrijednostima,*
- *podsticaju razvoja talenata i radnog okruženja i*
- *povećanju svijesti o društvu i okolišu*“ (BSM Annual Report, 2016).

Što se tiče varijabli koje nisu objelodanjene, a dijelom su ove dimenzije, one se odnose na stepen predanosti za obezbjeđivanje dozvoljenih investicijskih i finansijskih aktivnosti što utiče da vrijednost dimenzije varira od 0,6 u 2011. do 0,7 u 2016. godini. Kao što se može uočiti, odlika indonežanskih islamskih banaka jeste visok stepen objelodanjivanja podataka u pogledu jasnog naglašavanja opredjeljenosti poslovanja banke u skladu sa islamskim principima. Ova odlika može se povezati sa nastojanjima islamskih banaka iz Indonezije da budu percipirane kao legitimne islamske organizacije što može dovesti do jačanja pozicije islamskih banaka u ovoj zemlji a samim time uticati na rast tržišnog učešća ovih institucija.

Za razliku od islamskih banaka iz Indonezije koje su, po vrijednosti aktive, manje u odnosu na islamske banke iz Saudijske Arabije, važno je istaći da je, iako su upravo islamske banke iz Kraljevine jedne od najstarijih i vodećih u svijetu, stepen objelodanjivanja u pogledu vrijednosti dimenzije *Izjave o misiji i viziji* niži. Ovo se najbolje može uočiti na primjeru Al Rajhi banke u čijem slučaju vrijednost dimenzije varira i to od 0,2, kao najniže u 2006. godini, do najveće izražene vrijednosti dimenzije 0,5 u 2016. godini.

Izvještaj banke iz 2006. godine može se posmatrati više kao ispunjenje određenih standarda izvještavanja gdje koncept objelodanjivanja nefinansijskih podataka nije naglašen. Tako na primjer, banka u izvještaju iz 2006. godine nije ni objelodanila viziju niti misiju banke već je vrijednost ove dimenzije određena budućim aktivnostima banke u cilju zadovoljavanja

potreba društvene zajednice „u misiji omogućavanja prenosa znanja i vještina saudijskim državljanima“ (Al Rajhi Annual Report, 2006) i iskazivanju zahvalnosti dioničarima i klijentima: „Upravni odbor koristi ovu priliku da iskaže iskrenu zahvalnost dioničarima, kupcima i korespondentima na podršci, saradnji i povjerenju“ (Al Rajhi Annual Report, 2006).

Dimenzija ima istu vrijednost i u 2008. i 2009. godini sa razlikom da se u 2009. godini, u okviru segmenta „Strategija i međunarodni biznis“ objelodanjuje da je „dugoročna vizija Al Rajhi banke da postane vodeća regionalna finansijska organizacija koja snažno podupire vrijednosti dioničara“ (Al Rajhi Annual Report, 2006). Iz ove izjave se ne uočava eksplicitno da je banka posvećena poslovanju u skladu sa šerijatskim principima niti ostvarenju društvenog interesa već se iskazuje posvećenost prema dioničarima ali ne naglašavajući ostvarenje povrata u skladu sa Šerijatom. Tek u izvještaju iz 2011. godine, banka objelodanjuje vrijednosti kojima se vodi, poput brige za društvo: „doprinosisimo boljem sutra“, integriteta i transparentnosti: „otvorenost i najviši standardi korporativne i lične etike u svemu što radimo“ ili skromnosti: „poniznost u mislima i djelima u svemu što radimo“ (Al Rajhi Annual Report, 2011) ali ne naglašavajući u svojoj misiji poslovanje u skladu sa Šerijatom. Takav vid poslovnog opredjeljenja, banka iskazuje tek u izvještaju iz 2013. godine: „Vizija i misija banke jeste pružiti klijentu istaknute bankarske i finansijske usluge koje su u skladu sa Šerijatom“ (Al Rajhi Annual Report, 2013).

Kada je u pitanju Bank Albilad, u izvještajima ove banke analizirana dimenzija je zastupljena sa 30% odnosno 40% u različitim intervalima. Vizija banke u 2012. godini definisana je kao biti „najpoznatiji šerijatski dobavljač finansijskih rješenja koji udovoljava težnjama kupaca, zaposlenika i dioničara“ (Albilad Annual Report, 2012). Isto tako, banka navodi da će „praktikovati najviše etičke standarde i ispoštovati posvećenost klijentima, zaposlenima i dioničarima“ (Albilad Annual Report, 2012). Ipak, u izvještaju iz 2013. godine, vizija banke je revidirana na „biti preferirani izbor istinskih islamskih bankarskih rješenja“ (Albilad Annual Report, 2013). Banka naglašava „da se trudila da svoju viziju i misiju odražava ne samo kroz svoje bankarske i finansijske proizvode i usluge već i svojim održivim opredjeljenjem da služi društvu na različite načine i doprinese ostvarivanju i zaštiti interesa pojedinaca i povećanju njegovog razvoja i blagostanja, održavanju okoliša i postizanju održivog i sveobuhvatnog razvoja u cijeloj zemlji“ (Albilad Annual Report, 2016) što se može smatrati kao potvrdom ostvarenja društvenog interesa. Ipak, banka nije objelodanila stepen predanosti u izvršavanju ugovornih obaveza ili ostvarenju isključivo šerijatski dozvoljenih investicijskih i finansijskih aktivnosti.

Što se tiče AlJazira banke, analizirana dimenzija je zastupljena sa 30% odnosno 40% u izvještajima banke, također u različitim vremenskim periodima. U izvještajima banke za period 2008-2013., misija banke definisana je kao „uslužno orijentisana, vođena potrebama klijenta, saudijska finansijska grupa koja pojedincima i poslovnim institucijama pruža inovativne finansijske usluge u skladu sa Šerijatom zajedno sa profesionalnim i posvećenim osobljem“ (AlJazira Annual Report, 2008). Iz ove misije uočava se posvećenost banci poslovanju u skladu sa šerijatskim principima. Međutim, banka u izvještaju iz 2014. godine navodi revidiranu izjavu o misiji: „Biti glavni odabir od strane ciljanih klijenata, pomažući im da prošire svoj posao i uvećaju bogatstvo nudeći im izvanredne usluge, proizvode koji odgovaraju njihovim potrebama i pouzdano savjetovanje“ (AlJazira Annual Report, 2014). U tom kontekstu, vrijednost dimenzije je 0,3 za 2014., 2015. i 2016. godinu budući da je banka ovu odrednicu poslovanja u skladu sa Šerijatom, isključila iz svoje vizije.

Najniži stepen objelodanjivanja ove dimenzije, posebno u kontekstu poslovanja u skladu sa islamskim principima, uočavamo u izvještajima NCB banke budući da ova dimenzija ima vrijednost 0,2 u svim analiziranim godinama. Vizija banke, za sve tri analizirane godine, definisana je kao „*biti premijerna finansijska grupa u regiji*“ (NCB Annual Report, 2015). Predanost šerijatskim postulatima nije naglašena što utiče na ukupnu vrijednost dimenzije. Ipak, ovo se može dovesti u vezi i sa naporima banke da završi proces konverzije u šerijatsku banku što utiče na sve dimenzije indeksa ali se posebno odražava na ovu dimenziju. Isto tako ovdje je bitno napomenuti da je NCB najstarija banka u Kraljevini i da je potrebno da banka taj historijski momenat nastanka komercijalnog bankarstva u zemlji odvoji od procesa konverzije kojim ide.

Kada su u pitanju banke iz Malezije, interesantno je da vrijednost dimenzije vremenom raste ali banke imaju veoma različit odnos prema samom konceptu misije i vizije. Tako na primjer u slučaju BMB banke, analizirana dimenzija ima najmanju vrijednost u 2006. godini koja iznosi 0,2 a najveću u vrijednosti od 0,9 za 2011., 2013. i 2016. godinu. Vizija banke definisana je kao „*postati globalni lider u islamskom bankarstvu*“ gdje se globalni lider definiše kao „*krajnje uputstvo i izvor referenci za inovativne proizvode i usluge zasnovane na Šerijatu*“ (BMB Annual Report, 2016). Banka definiše vrijednosti koje primjenjuju u poslovanju: „*Lider (u ponudi proizvoda islamskog bankarstva), Dinamična (progresivna i inovativna), Profesionalna (brza, efikasna i odgovorna), Pouzdana (sigurna i pouzdana), Vodi računa o društvu (pristupačan i podržavajući partner)*“ (BMB Annual Report, 2016).

Kada govorimo o vrijednostima ove dimenzije za sve godine, banka izričito naglašava usmjerenost ka poslovanju u skladu sa Šerijatom i iskazuje zahvalnost dioničarima i klijentima banke. Izvještaj iz 2006. godine više je usmjeren ka finansijskom izvještavanju da bi već izvještaj iz 2007. godine imao 0,7 vrijednost dimenzije. Upravo se u izvještajima nakon 2007. godine, pored opredjeljenosti poslovanja u skladu sa Šerijatom, naglašava i ostvarenje društvenog interesa i objelodanjuju trenutne i buduće aktivnosti u cilju zadovoljavanja potreba islamske društvene zajednice.

Opredjeljenost poslovanja u skladu sa Šerijatom nije upitna ni kada je u pitanju Bank Muamalat Malaysia Berhad. Kao što je već ranije spomenuto, banka u izvještajima izrazito ističe opredjeljenost ka poštivanju i slijeđenju islamske ekonomske ideologije. Vizija banke definisana je kao „*biti snažna, napredna i moderna islamska banka koja nudi inovativne, kvalitetne i konkurentne proizvode i usluge*“. (BMMB Annual Report, 2006). Od 2008. godine BMMB je revidirala misiju i viziju banke u: „*postati preferirani pružatelj islamskih finansijskih usluga*“ (BMMB Annual Report, 2008). u cilju ostvarenja misije „*obezbjedenja najbolje vrijednosti našim stakeholderima*“ (BMMB Annual Report, 2012). Interesantno je napomenuti da je upravo ova izjava o misiji BMMB banke iz 2012. godine okarakterisana kao „*najbolje razumljiva*“ u istraživanju sprovedenom na uzorku od 169 islamskih banaka od strane autora Ahmed et al. (2013).

Banka ima objelodanjene varijable o trenutnim i budućim aktivnostima u cilju zadovoljavanja potreba islamske društvene zajednice kao i zahvalnost dioničarima i klijentima, ali ove varijable nisu objelodanjene za sve analizirane godine. Najveća vrijednost dimenzije *Izjave o misiji i viziji* je 0,8 i to u 2014. godini a najmanja u 2006. godini i iznosi 0,4. Banka iskazuje zahvalnost dioničarima i klijentima u svim analiziranim izvještajima dok varijable poput stepena predanosti u izvršavanju ugovornih obaveza nisu naglašene za sve godine.

Kao što je već napomenuto, vrijednost indeksa CIMB Islamic banke određena je objelodanjenim informacijama o banci u okviru godišnjeg izvještaja Grupe što je uticalo na vrijednost dimenzije *Izjave o misiji i viziji*. Analizirana dimenzija ima vrijednost 0,2 za period 2010-2015. osim za 2016. godinu kada je objelodanjeno više informacija koje se tiču CIMB Islamic pa je vrijednost dimenzije porasla na 0,3: „*Kao vodeća univerzalna islamska bankarska franšiza ASEAN-a, posvećeni smo pružanju inovativnih i praktičnih islamskih finansijskih rješenja koja stvaraju vrijednost za naše klijente*“ (CIMB Annual Report, 2016). Sama vizija Grupe definisana je kao „*biti vodeća ASEAN kompanija*“ (CIMB Annual Report, 2016). Što se tiče vizije islamskog ogranka banke on nije objelodanjen u izvještajima Grupe kao ni misija, iako se može pronaći na web stranici Grupe koja se odnosi na CIMB Islamic.

Iako dijelom RHB Grupe, RHB Islamic ima svoje izvještaje ali je interesantno da je vrijednost analizirane dimenzije izrazito niska, i iznosi 0,1, za većinu analiziranih godina izuzev za 2016. godinu kada ima vrijednost 0,3. Banka nema jasno definisanu viziju i misiju već se, u određenim analiziranim izvještajima, vodi premisom „*zajedno napredujemo*“. U izvještaju iz 2006. godine samo naziv izvještaja „*Rastemo sa nacijom*“ predstavlja nešto približno viziji banke. Međutim ova izjava nije eksplicitno navedena kao vizija ili misija banke čime ova dimenzija u 2006. i 2007 godini ima vrijednost 0. Tek se u izvještaju iz 2008. godine objelodanjuju koje su to vrijednosti koje čine srž poslovanja RHB Islamic banke a koje se u okviru ove dimenzije odnose na predanost izvršavanju ugovornih obaveza budući da banka objelodanjuje da je „*efikasana, pouzdana i dosljedna*“ (RHB Islamic Annual Report, 2008). Ovdje se također uočava već ranije spomenuta odlika a to je da banke nisu smatrale neophodnim eksplicitno naglasiti svoju misiju i viziju jer su percipirane kao islamske, počevši od samog naziva banke.

Što se tiče DIB, izvještaj za 2009. godinu objelodanjen je kao godišnji ali u osnovi više se radi o finansijskom izvještaju što utiče na vrijednost indeksa. U pogledu *Izjave o misiji i viziji*, dimenzija ima najmanju vrijednost u 2009. godini i iznosi 0,1 dok je za 2011. i 2012. godinu njena vrijednost 0,3. U izvještaju za navednu godinu, banka ističe da je osnovana u skladu sa šerijatskim principima ali ne navodi eksplicitno misiju odnosno viziju. U okviru vrijednosti ove dimenzije ističe se izjava da su „*ciljevi banke pri upravljanju kapitalom zaštita sposobnosti banke za nastavak poslovanja i povećanje prinosa za dioničare*“ (DIB Annual Report, 2009). S druge strane, banka u izvještaju iz 2012. godine navodi da je 2002. razvila program nagrađivanja zaposlenih, Performance Excellence Award, koja je „*inspirisana vizijom i vrijednostima banke*“ (DIB Annual Report, 2012) naglašavajući da je banka vođena „*tradicionalnim islamskim vrijednostima*“ (DIB Annual Report, 2012). Vrijednost analizirane dimenzije izrazito je niska i ne korespondira sa statusom koji DIB, kao prva islamska banka, ima u historiji islamskog bankarstva što znači da bi banka ipak trebala konstantno naglašavati tu islamsku dimenziju koja je karakteriše.

S druge strane, u slučaju ADIB vrijednost dimenzije *Izjave o misiji i viziji* jednaka je za sve analizirane godine i iznosi 0,5. U svim analiziranim izvještajima, banka objelodanjuje da je „*inspirisana Šerijatom*“ pa je misija banke definisana kao „*islamska finansijska rješenja za svakoga*“ (ADIB Annual Report, 2013) a vizija banke „*postati regionalna banka najvećeg nivoa*“ (ADIB Annual Report, 2013). U pogledu odnosa prema povratu dioničara, banka objelodanjuje da „*imamo zamah i sposobnost da svojim dioničarima osiguramo povrat koji traže i zaslužuju*“ (ADIB Annual Report, 2015) odnosno da „*fokus ostaje na našim bankarskim aktivnostima i postizanju optimalnih prinosa za naše dioničare*“ (ADIB Annual Report, 2014). Kada je u pitanju posvećenost prema ispunjenju ugovornih obaveza ova

varijabla nije objelodanjena kao ni eksplicitno navođenje posvećenosti obezbjeđenju povrata isključivo u skladu sa šerijatskim propisima.

Analiza dimenzije *Izjave o misiji i viziji* poprima drugačiju dimenziju u slučaju turskih banaka budući da ove banke nemaju odrednicu islamske nego participirajuće. U tom kontekstu, u slučaju KT vrijednost analizirane dimenzije ima tendenciju rasta od 0,1 u 2006. godini do 0,6 za period 2013-2016. Poštujući koncept beskamatnog bankarstva, misija banke definisana je kao „*biti banka koja se drži svojih temeljnih načela (beskamatne finansijske transakcije i operacije), pridržava se moralnih vrijednosti, usredotočuje se na bankarsko orijentirano bankarstvo istovremeno dodajući vrijednost za dioničare, zaposlenike i sve ostale učesnike koje čine Kuveyt Turk i obuhvata društvenu odgovornost preduzeća*“. U okviru odnosa banke prema društvu, KT je veoma posvećena očuvanju kulturnog dobra Turske: „*Cilj je očuvati našu kulturnu baštinu i prenijeti je na buduće generacije projektima koje zaposlenici banke prihvataju sa predanošću*“ (KT Annual Report, 2016). U skladu sa time, banka je u izvještajima posebno naglasila učestvovanje u obnovi historijske Ortakoy džamije u Istanbulu. S druge strane, iako KT objelodanjuje da je jedna od vrijednosti kojoj teži transparentnost, ovaj aspekt se može odnositi na bilo koji segment poslovanja ali isti nije eksplicitno naglašen u kontekstu stepena predanosti u izvršavanju ugovornih obaveza, što utiče na ukupnu vrijednost dimenzije.

Slična tendencija uočava se i kod TF banke. Najmanja vrijednost dimenzije *Izjave o misiji i viziji*, iskazana je u 2008 godini i iznosi 0,1 a najveća u periodu 2012-2016 kada ima vrijednost 0,6. U izvještaju iz 2008. godine, banka ne objelodanjuje viziju niti misiju, u eksplicitnom obliku, već navodi da „*prihvatajući misiju dijeljenja problema sa kojima se suočava realni sektor, TF je sva svoja sredstva stavio u službu ekonomije Turske u skladu sa principima participirajućeg bankarstva*“ (TF Annual Report, 2008). U izvještaju iz 2009. godine, TF daje uvid u ono šta predstavlja logo banke naglašavajući da su zadovoljstvo klijenata, društva, dioničara i zaposlenih vrijednosti kojima teži. Misija i vizija banke objelodanjene se tek u izvještaju iz 2010. godine: „*Da udovoljimo zahtjevima naših klijenata, primjenjujući praksu specifičnu za participirajuće bankarstvo, koji po kvalitetu nadmašuje njihova očekivanja promovišući model participirajućeg bankarstva širom svijeta*“ (TF Annual Report, 2010). I u slučaju ove banke, nije eksplicitno objelodanjena predanost u obezbjeđivanju povrata u skladu sa šerijatskim principima.

Kada je u pitanju Albaraka, dimenzija ima tendenciju rasta budući da vrijednost *Izjave o misiji i viziji* ima najmanju vrijednost u 2006. godini koja iznosi 0,2 dok je najveća iskazana, ujedno i maksimalna, iskazana u 2016. godini u vrijednosti 1. Vizija banke definisana je kao „*biti vodeća participirajuća banka u svijetu*“ a misija: „*Posvećeni principima beskamatnog bankarstva i u skladu s našim korporativnim vrijednostima i etičkim principima bankarstva naša misija je udovoljiti finansijskim potrebama društva dijeljenjem naših zajedničkih koristi s kupcima, zaposlenicima i dioničarima koji sudjeluju u našem uspjehu*“ (Albaraka Annual Report, 2016). Ovdje se također mora istaknuti uočena praksa objelodanjivanja islamskih banaka a to je da određene varijable, koje čine ovu dimenziju, nisu objelodanjene tokom svih analiziranih godina.

U slučaju BBI banke, dimenzija *Izjave o misiji i viziji* ima najveću vrijednost 0,5 u svim godinama izuzev u 2007. godini kada iznosi 0,4. Misija banke definisana je kao „*približiti islamske bankarske principe i promovirati njihove proizvode u BiH, te postati vodeća banka u regionu za uspostavljanje poslovne saradnje i podršku bh. privrednika i predstavnika zemalja članica OIC*“ (BBI Annual Report, 2007). Misija banke se nije mijenjala u analiziranom

periodu. Banka u svim izvještajima naglašava ostvarenje društvenog interesa: „Banka je uspješno nastavila svoju misiju uvođenja i širenja beskamatnog bankarstva u jugoistočnoj Evropi, istovremeno pružajući podršku rastućoj ekonomiji Bosne i Hercegovine“ (BBI Annual Report, 2007). U pogledu trenutnih i budućih aktivnosti u cilju zadovoljavanja potreba islamske društvene zajednice, „banka je dala potporu uspostavljanja katedre za postdiplomski studij iz oblasti islamskog bankarstva na Ekonomskom fakultetu u Sarajevu, čime je doprinijela stvaranju nove generacije bankara koji posluju po islamskim principima“ (BBI Annual Report, 2008). Međutim, banka nije objelodanila stepen predanosti u izvršavanju ugovornih obaveza ili da li je u njenom fokusu maksimizacija povrata za dioničare, posebno u skladu sa šerijatskim principima.

Odrednica ove dimenzije jeste da većina analiziranih banaka ima eksplicitno navedenu viziju i misiju banke koja je u skladu sa islamskim načelima ali da ista nije objelodanjena tokom cijelog analiziranog perioda. Isto tako, neke banke su mijenjale svoju izjavu o misiji i viziji usaglašavajući je sa islamskim načelima dok su neke tu odrednicu šerijatskog karaktera revidirale. Pored toga, veliki broj banaka nije egzaktno objelodanio predanost ka izvršenju ugovornih obaveza kao ni obezbjeđenju povrata isključivo u skladu sa šerijatskim principima. Razlog takvog stava može biti u tome što su banke podrazumijevale takvu aktivnost budući da su islamske i da je takva odrednica djelimično istaknuta u dijelu koji se odnosi na zabranu ostvarenja prihoda po osnovu aktivnosti koje nisu u skladu sa islamskim principima.

Prosječna vrijednost analizirane dimenzije kod svih banaka iz uzorka predstavljena od najveće ka najmanjoj, data je u narednoj tabeli.

Tabela 59: Prosječna vrijednost dimenzije „Izjave o misiji i viziji“ banaka iz uzorka

Banka	Prosječna vrijednost
Bank Muamalat Indonesia (BMI)	0,86
Qatar Islamic Bank (QIB)	0,71
Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB)	0,69
Bank Syariah Mandiri (BSM)	0,63
Qatar International Islamic Bank (QIIB)	0,59
Albaraka	0,57
Abu Dhabi Islamic Bank (ADIB)	0,50
Turkiye Finans (TF)	0,50
Bosna Bank International (BBI)	0,49
Kuveyt Turk (KT)	0,48
Bank Muamalat Malaysia Berhad (BMBB)	0,47
Albilad	0,37
Al Rajhi	0,36
AlJazira	0,34
Dubai Islamic Bank (DIB)	0,23
RHB Islamic	0,21
National Commercial Bank (NCB)	0,20
CIMB Islamic	0,12

Izvor: Kalkulacija autora na bazi godišnjih izvještaja banke

Po osnovu rangiranja banaka po prosječnoj vrijednosti, najveći stepen objelodanjivanja ove dimenzije ima BMI dok je druga banka iza nje QIB a treća BIMB. Interesantno je što navedene tri banke predstavljaju pionire islamskog bankarstva u svojim zemljama. S druge

strane, znatno veće banke poput Al Rajhi, NCB ili DIB, imaju niži stepen objelodanjivanja od prve tri koje su po vrijednosti aktive manje u odnosu na ove banke. Isto tako, ako bismo sagledali poziciju BBI banke u okviru vrijednosti ove dimenzije u odnosu na svoje osnivače, BBI ima veći stepen objelodanjivanja od DIB ali manji od ADIB, iako su obje banke visoko pozicionirane u globalnim tokovima islamskog bankarstva, za razliku od BBI.

Međutim, ovdje je potrebno još jednom istaći problem nedostupnosti svih potrebnih izvještaja kako bi se adekvatno izračunao indeks, posebno u slučaju DIB ili CIMB Islamic koja i nema svoje izvještaje već se radi o izvještavanju na nivou Grupe što znatno utiče na ovu dimenziju u slučaju CIMB Islamic.

8.1.2 Vrijednost dimenzije *Uprava banke i top menadžment* za analizirane banke

Dimenzija *Uprava banke i top menadžment* ima veći stepen konzistentnosti u odnosu na prethodnu ali se njena vrijednost, pored prakse objelodanjivanja od strane banke, usko može povezati i sa zakonskim odredbama u analiziranoj zemlji. Tako na primjer u slučaju QIB banke, vrijednost dimenzije ima tendenciju rasta a posebno nakon 2009. godine što je rezultat promjene regulative u Kataru, tačnije uvedenih propisa od strane Uprave za finansijska tržišta u Kataru (*engl. Qatar Financial Markets Authority ili skraćeno QFMA*). QFMA je donijela Kodeks korporativnog upravljanja za preduzeća (*engl. Corporate governance code for companies listed in markets regulated by the Qatar Financial Markets Authority*) na osnovu kojeg se zahtijeva potpuno objelodanjivanje podataka o segmentima kao što je struktura Upravnog odbora banke gdje „kompanija mora ispuniti sve zahtjeve za objelodanjivanjem podataka, uključujući finansijsko izvještavanje, kao i objelodanjivanje udjela članova Odbora, viših rukovodioca i glavnih ili kontrolnih dioničara. Društvo također mora objelodaniti podatke o svojim članovima Odbora, uključujući biografiju svakog člana koji opisuje njegovo/njezino obrazovanje, zanimanje, članstva u drugim Odborima (ako ih ima).“ (*Corporate governance code for companies listed in markets regulated by the Qatar Financial Markets Authority, Article 20*).

Ispunjenje zahtjeva od strane QFMA je uočljivo u izvještajima QIB pa se tako na primjer navodi da je „u primjeni Kodeksa korporativnog upravljanja kojeg je izdala QFMA, banka obavezna da objelodani podnošenje finansijskih izvještaja i broja dionica koje posjeduje svaki član Uprave, kao i potrebne informacije o članovima Odbora, uključujući njihove CV-e sa detaljima o njihovom obrazovanju, profesiji, članstvom u drugim Upravnim odborima“ (*QIB Annual Report, 2013*). U izvještaju za 2015. i 2016. godinu objelodanjeni su svi podaci koji su dijelom ove dimenzije pa je njena vrijednost za te dvije godine 1.

S druge strane, u izvještajima QIIB nije uočena primjena propisa koje zahtijeva QFMA, posebno kada je riječ o Upravi kao u slučaju prethodne banke. Iz tog razloga ova dimenzija ima veoma nizak stepen objelodanjivanja za sve analizirane godine i iznosi 0.38. U okviru ove dimenzije varijable koje se odnose na profil članova Upravnog odbora banke kao i objelodanjivanje udjela članova Upravnog odbora banke, nisu objelodanjeni ni za jednu posmatranu godinu. Time se stiče dojam da banka ne ispunjava navedene okvire izvještavanja koje bi trebalo, što može uticati na njenu percepciju u javnosti kako od strane regulatornih tijela tako i klijenata. S druge strane ne ispunjava se ni kriterijum kompletnog objelodanjivanja koji je već ranije spomenut u literaturi kao jednim od osnovnih elemenata koji čine jasnu razliku između islamskih i konvencionalnih banaka. Isto tako, još jednom se uočava nepostojanje univerzalnih islamskih standarda nefinansijskog izvještavanja koji bi,

barem kada su u pitanju rukovodstvo banke i menadžment, trebale imati predviđenu obavezujuću formu.

Kada govorimo o islamskim bankama iz Indonezije, u slučaju BMI prisutan je trend rasta objelodanjivanja podataka ove dimenzije od 0,69 u 2008. godini do 1 u 2016. godini. Stepen objelodanjivanja je izuzetno visok ali neke varijable koje čine ovu dimenziju su objelodanjene za neke godine a za druge ne, kao što su na primjer fotografije članova menadžmenta koje nisu prisutne u izvještaju iz 2013. godine ali jesu u izvještaju iz 2015. godine. Isto tako, mora se uzeti u obzir specifičnost islamskih banaka u Indoneziji u smislu njihove organizacione strukture, budući da postoje i ruralne banke čineći strukturu jedne banke kompleksnijom a samim tim ona ne korespondira u potpunosti, u manjem obimu, sa svim varijablama koje čine dimenziju što ima uticaj na konačnu vrijednost indeksa. S druge strane, interesantan je način kako BMI jasno i precizno definiše određena pravila ponašanja za članove Uprave: „*U skladu sa pravilima korporativnog upravljanja, rukovodstvu je zabranjeno primati ili davati poklon od i / ili drugim stranama za koje se misli da mogu uticati na odluke korporativnih službenika i / ili drugih stranaka*“ (BMI Annual Report, 2016).

Što se tiče BSM banke, analizirana dimenzija ima vrijednost 0,92 za sve godine izuzev za 2014. kada iznosi 0,28. Od varijabli koje nisu objelodanjene, radi se samo o fotografijama menadžmenta i to za 2011., 2015. i 2016. godinu dok u slučaju 2014. godine, banka je pratila GRI smjernice što je uticalo da varijable koje čine ovu dimenziju poput fotografija, profila i udjela članova Upravnog odbora banke nisu objelodanjene. U izvještaju iz 2016. godine, navodi se da je u redefinsiranju vizije banke učestvovao Odbor direktora „*vodeći se internim snagama, eksternim prilikama i željama stakeholdera*“ (BSM Annual Report, 2016).

Kada je u pitanju Al Rajhi banka, *Uprava banke i top menadžment* ima najveću vrijednost u 2015. godini i iznosi 0,69 a najnižu u 2006. i 2008. godini i to 0,31. Banka prvi put objelodanjuje fotografije članova Upravnog odbora, njihove profile kao i CEO poruku tek u izvještaju za 2015. godinu dok već u izvještaju za 2016. godinu, CEO poruka ponovo nije objelodanjena. Banka u svim izvještajima objelodanjuje stavke koje izvještaj Odbora direktora odnosno Uprave mora da sadrži. Interesantno je da imena, profili, fotografije i pozicije članova menadžmenta nisu objelodanjene ni za jednu analiziranu godinu. Slična situacija prisutna je i kada je u pitanju Albilad banka koja ima jednaku vrijednost dimenzije za sve analizirane godine a koja iznosi 0,62. Banka nije objelodanila članove menadžmenta, njihove fotografije, profile kao ni profile članova Upravnog odbora.

Veći stepen objelodanjivanja iskazala je AlJazira banka u čijem slučaju vrijednost dimenzije je jednaka za sve godine (0,77) izuzev za 2016. - u kada vrijednost dimenzije iznosi 0,85. Povećanje je nastalo usljed objelodanjivanja pozicije članova Upravnog odbora banke. AlJazira je objelodanila strukturu banke, imena članova Upravnog odbora, udjele koje članovi Odbora imaju kako u banci tako i u drugim finansijskim institucijama, njihove fotografije i CEO poruku. Ipak, u izvještajima nisu navedene njihove biografije kao ni članova menadžmenta. Interesantno je pozicija NCB banke koja kao najveća banka u Saudijskoj Arabiji ni za jednu analiziranu godinu nije objelodanila profile Uprave ni menadžmenta. Na osnovu toga, vrijednost dimenzije iznosi 0,75.

Što se tiče islamskih banaka iz Malezije, BIMB ima visok stepen objelodanjivanja ove dimenzije sa vrijednošću od 0,85 za 2006 kao i period 2009-2014 dok je najveća vrijednost 1 iskazana za 2015. godinu a najmanja za 2008. godinu i iznosi 0,77. U tom kontekstu, Uprava

banke i top menadžment nisu jednako zastupljeni za sve analizirane godine dok udjeli članova Upravnog odbora banke nisu objelodanjeni ni u jednom analiziranom izvještaju.

Vrijednost ove dimenzije u slučaju BMMB banke jednaka je za period 2006-2011. i iznosi 0,69. U okviru dimenzije veoma je specifičan način kako banka posmatra varijablu *CEO poruka*. Naime, u izvještajima banke ova varijabla nije objelodanjena sve do izvještaja iz 2014. godine kada se ona pojavljuje, ali ne u klasičnoj formi kao u slučaju drugih analiziranih banaka, već kao vid intervjua sa CEO odnosno ličnog stava CEO o određenim društvenim pitanjima. Tu dolazi do izražaja odnos prema muslimanskim zajednicama širom svijeta. U tom kontekstu, u izvještaju iz 2016. godine, gospodin Dato' Haji Mohd Redza Shah Abdul Wahid, CEO BMMB banke u godišnjem izvještaju banke daje svoj stav u pogledu statusa izbjeglih Rohinja muslimana: „*Sjećate se hit pjesme iz 1969. godine pod nazivom Ničije dijete? To je tužna pjesma o slijepom siročetu kojeg niko ne želi jer je slijep. Tako i Rohinje. Mnogo nacionalnosti dolazi i odlazi iz izbjegličkog kampa ali Rohinje ostaju. Njihova država ih ne prepoznaje i oni bacaju svoje papire jer se ne žele vratiti na polja smrti u svojoj domovini. Dakle, oni su "Ničija djeca"*“ (BMMB Annual Report, 2016). Slična praksa uočena je i u izvještaju iz 2016. godine. U pogledu drugih varijabli ove dimenzije, banka u svim godinama detaljno objelodanjuje profile članova Uprave, udjele kao i to da li su članovi Upravnog ili Nadzornog odbora neke druge institucije dok s druge strane banka ne objelodanjuje fotografije članova menadžmenta za sve godine.

Što se tiče CIMB Islamic, usljed kompleksne organizacione strukture Grupe evidentno je da postoji dualnost funkcija koje menadžeri objavljuju. U tom kontekstu, vrijednost ove dimenzije konstantna je za sve analizirane godine i iznosi 0,92. U okviru Grupe, posebno se ističe stav prema rodnoj strukturi Uprave: „*CIMB je posvećen tome da Odbor direktora i dalje bude sastavljen od onih koji u cjelini posjeduju raznolikost vještina (uključujući rodnu raznolikost) i iskustvo potrebno za ispunjavanje uloga i odgovornosti Odbora*“ (CIMB Annual Report, 2016).

Slična situacija prisutna je i kod RHB Islamic banke budući da vrijednost dimenzije protekom vremena raste pa je ista u periodu 2011-2016 konstantna i iznosi 0,69. Banka nije objelodanila fotografije i profile članova menadžmenta ali, kao i CIMB Grupacija, i RHB Grupa potencira i uvažava rodnu ravnopravnost među članovima Uprave: „*Uviđajući sve veću važnost raznolikosti Odbora u postizanju uspješnosti poslovanja i upravljanja, Grupa je uspostavila politiku raznolikosti odbora, u skladu sa regulativom, da žene čine 30% odbora. Raznolikost uključuje, ali nije ograničena na pol, starosnu dob, etničku pripadnost i kulturno porijeklo*“ (RHB Islamic Annual Report, 2016). Ovo ujedno predstavlja i politiku jednakih mogućnosti RHB Islamic banke.

U slučaju islamskih banaka iz UAE, Dubai Islamic Bank ima najmanju vrijednost dimenzije u 2009. godine, koja iznosi 0,07, kada su objelodanjena samo imena Uprave. Na primjeru ove banke ogleda se važnost objelodanjivanja godišnjeg a ne samo finansijskog izvještaja jer se ne dobiva realan prikaz organizacione strukture banke kao ni drugih pokazatelja bitnih za analizu indeksa. Za preostale dvije analizirane godine, ova dimenzija ima vrijednost 0,33 kada je banka objelodanila imena članova Uprave, njihove pozicije, fotografije kao i imena članova Izvršnog odbora banke te CEO poruku. S druge strane, banka nije objelodanila profile članova Uprave ni menadžmenta kao ni varijable poput udjela članova Uprave u vlasništvu banke, njihovu angažovanost u drugim finansijskim institucijama te imena članova menadžmenta što je uticalo na ukupnu vrijednost dimenzije.

Znanstveno veći stepen objelodanjivanja iskazala je ADIB banka budući da je vrijednost dimenzije jednaka za sve godine i iznosi 0,77. Banka nije objelodanila profile članova Uprave ni menadžmenta kao ni članstvo u nekim drugim institucijama. Ipak za razliku od drugih analiziranih banaka, ADIB je objelodanio imena i fotografije i direktora poslovnica.

Kuveyt Turk, kao i druge dvije analizirane islamske (participirajuće) banke iz Turske, u svim izvještajima objelodanjuje vrlo detaljan profil članova Uprave banke i top menadžmenta što nije bila praksa drugih analiziranih islamskih banaka, posebno u izvještajima iz 2006. ili 2007. godine. U tom kontekstu, vrijednost ove dimenzije za sve analizirane godine iznosi 0,92 jer banka nije objelodanila udjele članova Uprave. Maksimalna vrijednost dimenzije 1 iskazana je u slučaju TF banke za sve godine. Ova praksa prisutna je i kada je u pitanju Albaraka banka i to za period 2009-2016. Zanimljivo je kako je banka u izvještaju iz 2009. godine odala počast preminulom Generalnom menadžeru Albaraka banke, dr Adnan Büyükdenez, koji je bio veliki zaljubljenik u fotografiju: „*Obojili smo stranice izvještaja fotografijama Adnana Büyükdenez-a. Ovaj izbor odražava vjerovanje Büyükdenez-a da poslovni svijet može koristiti boju kao komunikacijski alat, pa je zato naš izvještaj o aktivnostima topliji i pristupačniji javnosti*“ (Albaraka Annual Report, 2009).

Za razliku od participirajućih banaka iz Turske, vrijednost ove dimenzije u slučaju BBI banke znatno je niža i iznosi 0,54 za sve analizirane godine. Banka nije objelodanila profile Uprave kao ni članova menadžmenta, udjele (ili u slučaju da ih nema ali da je to eksplicitno navedeno) u vlasništvu banke, kao ni fotografije svih članova Nadzornog odbora. Iako su u izvještajima iz 2007. i 2008. godine objelodanjene zajedničke slike članova Skupštine BBI banke, nisu objelodanjene njihove pojedinačne fotografije kao ni profili u kontekstu stepena obrazovanja, funkcije koju obavljaju, radnih zadataka itd.

Za razliku od dimenzije *Izjave o misiji i viziji*, dimenzija *Uprava banke i top menadžment* ima veći stepen objelodanjivanja i konzistentnosti u izvještajima svih analiziranih islamskih banaka. To se uočava i iz tabele 59. Isto tako, uočen je trend da neke banke, dobrovoljno ali i usljed zakonske obaveze, objelodanjuju detaljnije profile Uprave i top menadžmenta ali i menadžera na nižim stepenima upravljanja. Ono što je evidentno jeste da neke banke nisu smatrale neophodnim objelodaniti fotografije članova Uprave i top menadžmenta ni za jednu analiziranu godinu kao ni objelodaniti udjele članova Upravnog odbora banke čak i ukoliko isti nemaju određeno učešće u vlasništvu banke, takva izjava nije objelodanjena. Također je uočeno i to da sve banke nisu sklone tome da objelodanjuju CEO poruku iako Hyland (1998) ističe da je upravo CEO poruka jedna od najviše čitanih od strane korisnika godišnjih izvještaja.

Tabela 60: Prosječna vrijednost dimenzije „Uprava banke i top menadžment“ banaka iz uzorka

Banka	Prosječna vrijednost
Turkiye Finans (TF)	1
Kuveyt Turk (KT)	1
Albaraka	0,96
CIMB Islamic	0,92
Bank Muamalat Indonesia (BMI)	0,88
Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB)	0,87
National Commercial Bank (NCB)	0,85
Qatar Islamic Bank (QIB)	0,82

Bank Syariah Mandiri (BSM)	0,79
Bank Muamalat Malaysia Berhad (BMBB)	0,78
AlJazira	0,78
Abu Dhabi Islamic Bank (ADIB)	0,77
RHB Islamic	0,66
Albilad	0,62
Bosna Bank International (BBI)	0,54
Al Rajhi	0,40
Qatar International Islamic Bank (QIIB)	0,38
Dubai Islamic Bank (DIB)	0,24

Izvor: Kalkulacija autora na bazi godišnjih izvještaja banke

Iz tabele se može zaključiti da najveći stepen objelodanjivanja imaju islamske odnosno participirajuće banke u Turskoj. Ovdje se svakako može napomenuti i regulativa u Turskoj, konkretno već spomenuti Zakon o Bankama br. 5411, gdje se u članu 23. navodi da „odgovornosti Odbora direktora uključuju osiguranje uspostavljanja, funkcionalnosti, primjerenosti i adekvatnosti sistema interne kontrole, upravljanja rizikom i internom revizijom u skladu s važećim zakonodavstvom; osiguranje sistema finansijskog izvještavanja; i specifikacije ovlasti i odgovornosti u banci“.

Pored toga, ova praksa je usko povezana i sa ispunjenjem uslova koji su definisani u okviru Uredbe o komunikaciji za korporativno upravljanje (*engl. Corporate Governance Communiqué skraćeno CGC*) posebno onoj iz 2014. godine u tački 2, članu 2.2 (a-g) koji se tiče objelodanjivanja podataka u godišnjim izvještajima banaka: „Upravni odbor izdaje godišnji izvještaj na detaljan način kako bi osigurao da javnost može doći do potpunih i istinitih informacija u vezi sa aktivnostima korporacije“ i da pored informacija o načelima korporativnog upravljanja, godišnji izvještaji banke, između ostalog, uključuju i „informacije o članovima odbora formiranih u strukturi Upravnog odbora, učestalost sastanaka tih odbora, ocjena Upravnog odbora u vezi sa principima rada, uključujući obavljene aktivnosti i efikasnost odbora... i informacije o socijalnim pravima i profesionalnom osposobljavanju zaposlenih i aktivnostima korporativne društvene odgovornosti s obzirom na korporativne aktivnosti koje proizlaze iz društvenih i ekoloških rezultata“ (*Communiqué on Corporate Governance, 2014*).

Kao i u prethodnoj dimenziji, pozicija BBI banke je bolja u odnosu na DIB ali ne i u slučaju ADIB. Ipak, u poređenju sa bankama iz Turske koje također posluju u uslovima dominacije konvencionalnih banaka, BBI ima znatno manji stepen objelodanjivanja ove dimenzije.

8.1.3 Vrijednost dimenzije *Proizvodi* za analizirane banke

Iako je većina analiziranih banaka vrlo detaljno objelodanila broj, naziv i karakteristike novih proizvoda ili usluga koje su kreirali u toku godine kao i koje su to investicijske aktivnosti koje su poduzele i projekte finansirale, općenito posmatrano, stepen objelodanjivanja dimenzije *Proizvodi* je izuzetno nekonzistentan kod svih analiziranih banaka. Takav rezultat posljedica je neobjelodanjivanja varijabli koje čine ovu dimenzije a koje su usko povezane sa dimenzijom Šerijatskog odbora, prakse da banke pojedine varijable objelodanjuju u prekdima, kao u slučaju rječnika pojmova odnosno ugovora islamskog bankarstva, te ne objelodanjivanja varijable o neučestvovanju u nedozvoljenim aktivnostima za sve godine. Isto tako, veliki broj banaka nisu objelodanile razloge koji su doveli do toga da banka bude

uključena u aktivnosti koje nisu u skladu sa Šerijatom dok većina banaka prihod stečen po osnovu nedozvoljenih aktivnosti plasira u dobrotvorne svrhe ili u svoje fondacije koje su oformljene upravo radi obavljanja takvih aktivnosti.

Konkretno, u slučaju QIB, od maksimalne vrijednosti 1, vrijednost dimenzije u 2007. godini je 0,2; u 2009. 0,3 dok je od 2011. godine konsantna i iznosi 0,6. Varijabla o broju ili nazivu uvedenih novih proizvoda ili usluga je prisutna za većinu analiziranih izvještaja, za razliku od varijable koja ispituje razloge za uključivanje banke u nedozvoljene aktivnosti koja nije objelodanjena ni za jednu godinu. S druge strane, varijable o informacijama o investicijskim aktivnostima i finansiranjima projekata, objelodanjene su za sve analizirane periode. Kada govorimo o varijabli koja analizira broj ili naziv uvedenih novih proizvoda ili usluga QIB banke, fokus je bio na objelodanjivanju detalja o kojim se novim proizvodima ili uslugama radi:

- „banka je predstavila „Alysr“ kreditnu karticu, prvu islamsku kreditnu karticu koja je ponudila mogućnost otplate na mjesečne rate (QIB Annual Report, 2006);
- tokom godine QIB je lansirao prvi šerijatski kompatibilan depozitni proizvod pod nazivom " Al Sakhaa" (velikodušnost), koja kupcima pruža priliku ostvarivanje profita na mjesečnom nivou (QIB Annual Report, 2009);
- kako bi zadovoljile sve veće investicione potrebe klijenata u okviru „Private“ i „Tamayuz“ grupe, kreirana su dva nova investiciona proizvoda, „Hemaya 6“ - strukturirana nota zaštićena kapitalom povezana sa GCC tržištem kapitala i „Masaref“ - strukturirana nota povezana sa GCC islamskim bankama“ (QIB Annual Report, 2012);
- banka je također pokrenula novi automatizovani sistem upravljanja žalbama koji kupcima QIB-a olakšava praćenje statusa kako bi bili upoznati sa svakim korakom u procesu“ (QIB Annual Report, 2016).

U izvještaju iz 2011. godine prvi put se spominje posebno, ne u okviru određenog segmenta, izjava o neučestvovanju u nedozvoljenim aktivnostima (*engl. earnings prohibited by Shari'a*) gdje se navodi da se „... zalaže za izbjegavanje priznavanja bilo kojeg prihoda ostvarenog iz izvora koji nije islamski. Shodno tome, takvi prihodi se prebacuju na dobrotvorni račun a Grupa koristi takva sredstva za razne aktivnosti socijalne skrbi“ (QIB Annual Report, 2011). Međutim, nije objelodanjen iznos sredstava ostvarenih nedozvoljenim aktivnostima kao ni koje su situacije dovele do toga da banka ostvari prihod koji šerijatski nije prihvatljiv.

Isto tako, QIB ni u jednom izvještaju nije naveo rječnik pojmova ugovora islamskog bankarstva (Murabaha, Musharakah, Ijarah itd.) što kod korisnika izvještaja, posebno onih koji nisu upućeni u karakteristike islamskih ugovora, može imati niži stepen razumijevanja izvještaja. Pored prethodno navedenog opažanja, QIB također ni u jednom analiziranom izvještaju nije eksplicitno naveo osnovu za odobrenje proizvoda, posebno novih, od strane Šerijatskog odbora.

Znatno niži stepen objelodanjivanja uočava se u slučaju QIIB posebno za 2010. i 2011. godinu kada analizirana dimenzija ima vrijednost 0. Nakon toga, ona raste do vrijednosti 0,27 u 2012. godini odnosno 0,45 u 2016. godini. Banka nije detaljno objelodanjivala ni podatke o novim proizvodima ili uslugama koje je razvila tokom vremena kao ni o njihovom broju. QIIB također nije objelodanila iznos prihoda ostvaren od aktivnosti koje nisu u skladu sa islamskim propisima niti razloge za njihov nastanak. Ono što se ističe u ovoj analizi jeste da se tek u izvještaju iz 2012. godine objelodanjuje izjava o neučestvovanju u nedozvoljenim aktivnostima naglašavajući da se „banka zalaže za izbjegavanje priznavanja bilo kakvog

prihoda ostvarenog iz izvora koji nisu šerijatski. U skladu s tim, svi prihodi koji se ne odnose na šerijatski dozvoljen se pripisuju dobrotvornom računu kojeg Grupa koristi u dobrotvorne svrhe kako je to definisao Šerijatski odbor“ (QIIB Annual Report, 2012).

Za razliku od najveće islamske banke u Kataru, QIIB u svojim izvještajima objelodanjuje rječnik pojmova ugovora islamskog bankarstva dok su opće informacije o investicijskim aktivnostima objelodanjene samo u posljednje dvije godine: *„Iako se QIIB uglavnom fokusira na lokalno tržište, također nastojimo iskoristiti sve vanjske mogućnosti koje nam stoje na raspolaganju. U stvari, banka je nastavila s aktivnom politikom iskorištavanja stranih prilika u cilju promovisanja rasta i povećanja povrata za dioničare banke. U tom kontekstu, QIIB je potpisao ugovor o partnerstvu sa institucijom iz Maroka, Credit Immobilier et Hotelier S.A, kako bi podnio zahtjev centralnoj banci Maroka za osnivanje participirajuće banke u Kraljevini Maroko. (QIIB Annual Report, 2015).*

U kontekstu islamskih banaka iz Indonezije, stepen objelodanjivanja ove dimenzije u izvještajima BMI banke je najveći u 2015. i 2016. godini, i iznosi 0,9 dok je najniži u 2008. godini sa vrijednošću od 0,6. Banka za sve godine objelodanjuje broj ili vrstu novog proizvoda ili usluge koju je predstavila u datoj godini pa se tako u izvještaju iz 2012. godine navodi se da je *„banka predstavila proizvod namijenjen isključivo za isplate penzija državnih službenika, Muamalat Pension Financing“ (BMI Annual Report, 2012) i da „prije nego što se podnese zahtjev OJK za uvođenje novog proizvoda ili aktivnosti, potrebno je tražiti mišljenje Šerijatskog odbora (Dewan Pengawas Syariah) u cilju usaglašenosti sa islamskim principima. U 2016. godini novi proizvodi i aktivnosti koji su odobreni od strane Šerijatskog odbora su unaprijeđena shema Murabaha ugovora, linija za osiguranje, Muamalat prioritetna usluga...“ (BMI Annual Report, 2016).* Pored toga, banka u izvještajima za sve analizirane godine ima objelodanjen rječnik pojmova sa definicijama ugovora koje koristi u svom poslovanju kao i informacije o poduzetim investicijskim aktivnostima. Ono što utiče na različitu vrijednost dimenzije po godinama jeste što varijable poput osnova za odobrenje proizvoda od strane Šerijatskog odbora, nije objelodanjena u izvještajima za sve godine.

Što se tiče BSM banke, velika pažnja u izvještajima je posvećena procesu uvođenja novog proizvoda i faze kroz koje prolazi. U tom pogledu, veći akcenat u izvještajima banke je stavljen na prikaz proizvoda i usluga koje banka ima u ponudi ali ne i uvid u nove proizvode ili usluge koje su predstavljene u datoj godini. Pored toga, banka daje opis vrste ugovora koje koristi u poslovanju i obrazlaže u kojim slučajevima i uslovima se javlja prihod koji nije dozvoljen. S druge strane, ova dimenzija nije zastupljena u izvještaju iz 2014. godine u kontekstu varijabli koje čine ovu dimenziju, u smislu potrebnih detalja, već se akcenat stavlja na sam proces i određene tehničke determinante koje utiču na isti. To se može uočiti i po broju strana gdje izvještaj iz 2014.-e ima 125 strana a izvještaj iz 2015. godine 408 strana. U skladu sa time, ova dimenzija ima vrijednost 0,6 u 2011., 2015. i 2016. godini.

Dimenzija *Proizvodi* u izvještajima Al Rajhi banke najviše je zastupljena za 2015. i 2016. godinu i to 60% što znači da je vrijednost ove dimenzije 0,6. Banka ističe da *„kao islamska banka, svi proizvodi i usluge koje nudi banka i njene podružnice, u potpunosti su u skladu sa šerijatskim principima“ (Al Rajhi Annual Report, 2012).* Al Rajhi objelodanjuje informacije o novim proizvodima ili uslugama koje je predstavila za sve godine, poput: *„Banka je predstavila svoj najnoviju mašinu za samousluživanje „Assra’aa“ koja pruža jedinstvenu uslugu da odštampa ATM karticu pomoću otiska klijenta. Al Rajhi se smatra pioninom u pružanju takve usluge na Bliskom istoku“ (Al Rajhi Annual Report, 2016).* Kada je u pitanju objelodanjivanje rječnika pojmova ugovora koje banka koristi, isti je objelodanjen samo za

2013., 2015. i 2016. godinu sa razlikom da u izvještaju iz 2015. godine, pored definicija ugovora koje koristi, banka također objelodanjuje pregled općih islamskih termina kao što su halal, haram, riba itd. Ipak, evidentno je da Al Rajhi ne slijedi jedinstven okvir sastavljanja izvještaja, posebno u kontekstu nefinansijskog izvještavanja.

Kada je u pitanju Albilad banka, u svim godinama se objelodanjuje rječnik pojmova odnosno ugovora koje banka koristi u svom poslovanju za razliku od varijabli uključenosti u nedozvoljene aktivnosti, razloge za uključivanje u nedozvoljene aktivnosti kao i kako banka postupa prema nedozvoljenim aktivnostima. Isto tako u pogledu finansiranja projekata, banka navodi da „*svaki finansirani projekt ima zasebno definisan limit koji je dio kreditnog limita dat drugoj ugovornoj strani*“ (Albilad Annual Report, 2014). Na osnovu toga, ova dimenzija ima najveću vrijednost od 0,4 i to za 2013., 2014. i 2015. godinu dok je najmanja vrijednost iskazana za 2012. i 2016. godinu i iznosi 0,3.

Veći stepen objelodanjivanja iskazan je u izvještajima AlJazira banke, posebno u godišnjem izvještaju za 2012. godinu u kojem je ovo pitanje zastupljeno sa 60%. Za ostale godine, vrijednost dimenzije varira. Banka je objelodanila izjavu kada je u pitanju postupanje prema izvoru prihoda koji je stečen na šerijatski nedozvoljen način: „*Sav dobitak ostvaren putem šerijatski neprihvatljivih izvora ili metoda prenosi se na poseban račun i bit će upotrebljen u dobrotvorne svrhe*“ (AlJazira Annual Report, 2009) ali ne za sve godine, što utiče na ukupnu vrijednost dimenzije. Isto tako banka eksplicitno ne daje izjavu o neučestvovanju u nedozvoljenim aktivnostima. Pretpostavlja se da islamska banka, naglašavajući da posluje u skladu sa Šerijatom, može izostaviti ovakv vid objelodanjivanja ali ovakva istraživanja upravo dokazuju koliko je bitno da banka u objelodanjivanju bude precizna i detaljna. Isto tako, banka u izvještajima od 2010. godine daje pojmovnik definicija ugovora koje koristi ali ne i za 2008. i 2009. godinu.

U slučaju NCB banke, maksimalna vrijednost analizirane dimenzije iznosi 0,4. I ovdje se uočava da proces „*tranzicije*“ NCB u islamsku banku još uvijek traje i da nije u potpunosti završen što je i objelodanjeno u izvještaju iz 2016. godine: „*U saradnji i koordinaciji sa svojim Šerijatskim odborom, NCB je nastavila postepenu transformaciju u islamsko bankarstvo pružanjem islamskih proizvoda, pri čemu je 82% ukupnog finansijskog portfelja sada u skladu sa Šerijatom*“ (NCB Annual Report, 2016). U tom kontekstu, banka navodi da „*pored konvencionalnih bankarskih proizvoda, Grupa nudi svojim klijentima i određene proizvode koji su u skladu sa šerijatskim pravilima. Oni su odobreni od strane Šerijatskog odbora*“ (NCB Annual Report, 2016). Isto tako banka je u izvještaju iz 2016. godine objelodanila da je „*predstavila prvi šerijatski usklađen Murabaha certifikat za depozite u Kraljevini*“ (NCB Annual Report, 2016). Međutim, banka u okviru izvještaja Šerijatskog odbora nije eksplicitno objelodanila da je određeni proizvod odobren od strane istog. NCB također za sve analizirane godine daje i definiciju ugovora koje koristi u poslovanju kao i informacije o investicijskim aktivnostima i finansiranju projekata. S druge strane, ne objelodanjuje izjavu o neučestvovanju u nedozvoljenim aktivnostima kao ni postupanje prema istim.

Nasuprot islamskih banaka iz Saudijske Arabije, malezijske islamske banke imaju znatno veći stepen objelodanjivanja ove dimenzije. U slučaju BIMB, prisutan je trend rasta od 0,1 iskazane u 2006. godini do 0,9 u 2015. i 2016. godini. Specifičnost objelodanjivanja u izvještajima ove banke jeste da se za 2015. i 2016. godinu navodi i iznos prihoda koji nije ostvaren u skladu sa šerijatskim principima te razloge nastanka istih. Evidentno je da stepen objelodanjivanja raste u kasnijim godinama što znači da banka teži ka objelodanjivanju većeg

broja podataka tokom vremena. Isto tako, banka samo u izvještajima iz 2009. i 2010. godine daje pojmovnik ugovora i izraza koji se koriste u islamskom bankarstvu i finansijama za razliku od drugih analiziranih izvještaja. U izvještaju iz 2016. godine navodi se i da je Šerijatski odbor „*tokom finansijske godine odobrio dva nova proizvoda koja će banka ponuditi kupcima, odnosno Wafiyah investicijski račun i ograničeni Investicioni račun putem platforme investicionog računa*“ (BIMB Annual Report, 2016).

Trend rasta vrijednosti dimenzije prisutan je i kada je u pitanju BMMB banka budući da dimenzija ima vrijednost 0,1 u 2006. godini a 0,9 u 2016. godini. Varijable koje čine ovu dimenziju banka ne objelodanjuje u svim izvještajima. Tako na primjer, BMMB je u 2016. godini objelodanila rječnik pojmova odnosno ugovora koje koristi u poslovanju za razliku od izvještaja u prethodnim godinama. Isto tako banka je u izvještaju iz 2016. godine objelodanila iznos sredstava nastao kao rezultat nedozvoljenih aktivnosti dok ta praksa nije uočena u izvještajima iz 2006., 2007. ili 2010. godine. Isto tako, banka ne objelodanjuje u svim godinama broj ili naziv uvedenih proizvoda ili usluga kao ni informacije o finansiranju projekata.

Ovisno o tome koliko je informacija u izvještaju Grupe objelodanjeno isključivo o CIMB Islamic, analizirana dimenzija ima vrijednost od 0,1 u 2010. godini do 0,6 u periodu 2013-2016 godina. U okviru dostupnih izvještaja Grupe, nije uočeno da je objelodanjena definicija ugovora islamskog bankarstva koje banka koristi u svom poslovanju. Nasuprot tome, varijabla o investicijskim aktivnostima je objelodanjena za sve analizirane godine. U pogledu odnosa grupe prema proizvodima CIMB Islamic, banka je vrlo aktivna na tržištu sukuk obveznica i vrlo detaljno objelodanjuje proces odobravanja novih proizvoda: „*Šerijatski odbor Grupe pregledao je i savjetovao menadžment za oko 135 prijedloga CIMB grupe za nove islamske proizvode i usluge zajedno sa svim dokumentima od čega je odobreno 98 prijedloga*“ (CIMB Annual Report, 2014). Što se tiče objelodanjivanja podataka o aktivnostima finansiranja projekata CIMB Islamic, oni nisu eksplicitno objelodanjani u izvještajima.

Slična situacija prisutna je i u izvještajima RHB Islamic gdje je dimenzija Proizvodi nedovoljno zastupljena u izvještajima banke budući da detaljan opis novih proizvoda ili usluga banke nije objelodanjen za posmatrane godine. Najveća vrijednost dimenzije iznosi 0,5 za period 2014-2016. Određene varijable dimenzije nisu objelodanjene u svim godinama poput rječnika pojmova ili postupanja prema nedozvoljenim aktivnostima. Banka u svim godinama objelodanjuje da „*se bavi islamskim bankarskim poslom i posvećena je ponuditi klijentima sveobuhvatan asortiman proizvoda i usluga u skladu sa svojim Statutom i principima Šerijata*“ (RHB Islamic Annual Report, 2006) dok se odnos banke prema uključivanju prihoda stečenog na šerijatski nedozvoljen način objelodanjuje u izvještajima nakon 2010. godine navodeći da „*ne postoji veliki šerijatski neskladan događaj ili prihod koji proizlaze iz islamskih proizvoda ili usluga*“ (RHB Islamic Annual Report, 2010).

Što se tiče islamskih banaka iz UAE, analizirana dimenzija je manje zastupljena u izvještajima DIB. Naime, ona ima vrijednost 0,3 u 2009. godini, 0,4 u 2011. i 0,5 2012. godini. Odnos banke prema prihodu stečenom na osnovu šerijatski nedozvoljenih aktivnosti objelodanjen je na način da je „*banka dužna da identificira sve prihode za koje se smatra da su izvedeni od transakcija koje nisu prihvatljive prema propisima Šerijata i da se taj iznos odvoji na zasebnom korištenom račun u korist društvenih aktivnosti*“ (DIB Annual Report, 2009). Isto tako banka za sve analizirane godine objelodanjuje definicije ugovora koje koristi u svom poslovanju.

Kada je u pitanju potvrda Šerijatskog odbora da je proizvod u skladu sa islamskim propisima, u izvještaju iz 2009. godine navodi se da je „Šerijatski odbor, uz saradnju rukovodstva banke, unaprijedio postojeće proizvode i razvio nove u skladu sa razvojem i napretkom u islamskoj finansijskoj industriji. Ova aktivnost poduzeta je radi uticaja globalne finansijske krize sa ciljem da se zadovolje rastuće potrebe i očekivanja kupaca“ (DIB Annual Report, 2009). U izvještajima iz 2011. i 2011. godine banka objelodanjuje koje je proizvode odnosno usluge razvila dok je u 2012. godini detaljnije objelodanila informacije o investicijskim aktivnostima, posebno onih koji se odnose na sukuk.

Što se tiče ADIB banke, ova dimenzija zastupljena je sa 60% u svim analiziranim izvještajima banke. Banka objelodanjuje način postupanja sa nedozvoljenim aktivnostima kao i da su proizvodi odobreni od strane Šerijatskog odbora. Isto tako banka objelodanjuje u svim izvještajima definiciju korištenih ugovora u poslovanju kao i informacije o investicijskim aktivnostima. Kada je u pitanju objelodanjivanje podataka o novim proizvodima ili uslugama, banka navodi da je u „2013. godini, u saradnji sa Zawaya, predstavila BusinessPulse, jedinstven portal usmjeren na pružanje savjeta i podršku malim i srednjim preduzećima u UAE“ (ADIB Annual Report, 2013), odnosno „ADIB Financial Health Check, alat za finansijsku procjenu koji se jednostavno koristi i omogućava klijentima da procijene vlastite prakse upravljanja novcem“ (ADIB Annual Report, 2014) kao i „novu aplikaciju za mobilno bankarstvo koja pruža vodeće sadržaje na tržištu, kao što je podizanje gotovine sa ADIB bankomata bez upotrebe kartica već klijenti mogu pristupiti svojim ADIB računima i pokrivenim karticama putem mobilnog bankarstva sa Touch ID-om“ (ADIB Annual Report, 2016.)

Kuveyt Turk daje vrlo detaljan pregled novih proizvoda ili broja novih proizvoda koje je predstavila u analiziranoj godini kao i određenih inovacija koje je uvela na tržište participirajućeg bankarstva poput toga da je 2010. godine izdala prvi sukuk u Turskoj u vrijednosti od 100 miliona USD. S druge strane, „banka je tokom godine razvila nove proizvode koji su u skladu sa principima participirajućeg bankarstva, uključujući tradicionalne proizvode od plemenitih metala, swap stope dobiti, razmjenu valuta i kolateralne ponude murabaha za upotrebu po sektorima“ (KT Annual Report, 2014). Isto tako, „banka je predstavila prvu digitalnu beskamatnu platformu u Turskoj“ (KT Annual Report, 2015). KT je također detaljno objelodanila informacije o investicijskim aktivnostima i projektima. Međutim, i pored detaljnog objelodanjivanja vrste i karakteristika proizvoda i usluga, banka ni u jednom izvještaju nije objelodanila definiciju ugovora koje koristi u poslovanju. Budući da izvještaj Šerijatskog odbora nije dijelom izvještaja banke, varijable poput postupanje prema nedozvoljenom prihodu, odobrenje novih proizvoda od strane Odbora ili iznos prihoda ostvaren na osnovu aktivnosti koje nisu u skladu sa Šerijatom, također nisu objelodanjene u izvještajima. Na osnovu toga, ova dimenzija ima vrijednost 0,4 za analizirani period.

Ista situacija uočava se i na primjeru Turkiye Finans i Albaraka banke. Naime, TF banka u svim izvještajima objelodanjuje nove proizvode ili usluge koje je predstavila u analiziranoj godini: „U 2008. godini uveden je automatski sistem za povećanje limita za postojeće korisnike kartica putem SMS-a“ (TF Annual Report, 2008), „GSM kreditni limit koji je Ministarstvo poljoprivrede SAD dodijelio našoj banci uveden je i za upotrebu od strane naših klijenata u svrhu proširenja profila proizvoda koji se odnosi na spoljnu trgovinu“ (TF Annual Report, 2010), „TF je predstavila Haremeyn Card namjenjenu onima koji žele obaviti obred Hadždža i Umru te karticu Haremeyn Şua, koja pokazuje pravac prema Kibli na kompasu koji ima ugrađen u sebi“ (TF Annual Report, 2013), „U 2015. godini Turkiye Finans predstavio

je kupcima proizvod „Ček sa sredstvima“, što je verzija murabaha kao ček“ (TF Annual Report, 2015).

Ipak, iako banka navodi i koristi u izvještajima termine koje jesu odrednica ugovora islamskog bankarstva, ni u jednom izvještaju se ne daje definicija tih istih upotrebljenih termina. Vrijednost ove dimenzije je 0,4 izuzev za 2009. godinu kada iznosi 0,3. Kao i u slučaju KT, ni TF ne objelodanjuje ni u jednom izvještaju mišljenje Šerijatskog odbora što utiče na ovu dimenziju budući da varijable poput postupanje prema nedozvoljenim aktivnostima ili odobrenje Odbora da je proizvod u skladu sa šerijatskim pravilima, imaju vrijednost 0.

Što se tiče Albaraka banke i u ovom primjeru analizirana dimenzija je konstantna za period 2009-2016 i iznosi 0,4. Banka u izvještajima objelodanjuje da „svi ugovori koje sklopimo sa vlasnicima preduzeća i deponentima moraju biti u skladu sa etičkim standardima Šerijata“ (Albaraka Annual Report, 2016) kao i proizvode ili usluge koje je predstavila u datoj godini navodeći da je „Albaraka prva participirajuća banka u Turskoj koja je predstavila proizvod QR Code Cheque koji omogućava provjeru izvještaja o stanju klijenta da se prikaže na praktičan način zahvaljući 2D kodu“ (Albaraka Annual Report, 2016) ali isto tako pojam ugovora koje koristi objelodanjuje samo za period 2006-2008. i to u sljedećem kontekstu: „Kako bi se osigurala sredstva osobama i preduzećima u zamjenu za učešće u dobiti/gubitku, Albaraka Turk potpisuje „Ugovor o ulaganju dobiti i gubitka“ s njima i učestvuje u dobiti i/ili gubitku po stopi utvrđenoj u ugovoru“ (Albaraka Annual Report, 2006). Albaraka također nema objelodanjen izvještaj Šerijatskog odbora što utiče na ovu dimenziju u okviru već ranije spomenutih varijabli.

Malo veći stepen objelodanjivanja ove dimenzije, ali samo za 2008. godinu, uočava se u izvještajima BBI banke budući da u izvještaju za tu godinu, BBI navodi broj novih proizvoda koje je banka predstavila: „Došlo je do unapređenja poslovnih procesa, ekspanzije banke (završno sa 2008. BBI je imala 11 poslovnica širom zemlje), dizajniranja novih proizvoda i usluga (Sektor za rad sa stanovništvom prošle godine je dizajnirao i razvio 6 novih proizvoda), te jačanja poslovnih kontakata sa postojećim i novim klijentima“ (BBI Annual Report, 2008). Isto tako, u navedenom izvještaju banka objelodanjuje aktivnosti koje su dovele do, do tada najveće investicije za banku, a to je izgradnja BBI centra. Za razliku od nekih ranije spomenutih islamskih banaka, BBI u svim godišnjim izvještajima daje definiciju islamskih ugovora kao i način kako banka postupa prema prihodu ostvarenom od nedozvoljene aktivnosti: „Po šerijatskim zakonima, banka ne smije ostvarivati prihod od kamate. Ovako ostvaren prihod se godišnje izdvaja u dobrotvorne svrhe“ (BBI Annual Report, 2011).

S druge strane, banka ne objelodanjuje razloge koji su doveli do nastanka nedozvoljenog prihoda kao ni to da li su proizvodi potvrđeni od strane Šerijatskog odbora. Isto tako, prisutan je različit stepen objelodanjivanja varijabli koje govore o investicijskim aktivnostima banke i finansiranju projekata. Kao i kod analize prethodne dvije dimenzije, prosječna vrijednost ove dimenzije kod svih banaka iz uzorka, data je u tabeli ispod.

Tabela 61: Prosječna vrijednost dimenzije „Proizvodi“ banaka iz uzorka

Banka	Prosječna vrijednost
Bank Muamalat Indonesia (BMI)	0,69
Abu Dhabi Islamic Bank (ADIB)	0,68
Dubai Islamic Bank (DIB)	0,47

Bank Syariah Mandiri (BSM)	0,45
Qatar Islamic Bank (QIB)	0,45
CIMB Islamic	0,44
Bosna Bank International (BBI)	0,43
Albaraka	0,41
Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB)	0,41
Bank Muamalat Malaysia Berhad (BMBB)	0,41
Al Rajhi	0,40
Kuveyt Turk (KT)	0,40
Turkiye Finans (TF)	0,39
National Commercial Bank (NCB)	0,37
Albilad	0,36
AlJazira	0,36
RHB Islamic	0,34
Qatar International Islamic Bank (QIIB)	0,27

Izvor: Kalkulacija autora na bazi godišnjih izvještaja banke

Iz tabele 61 uočava se da BMI banka ima najveći stepen objelodanjivanja ove dimenzije dok su na drugom mjestu ADIB odnosno DIB. U poređenju sa BBI, osnivači banke imaju znatno veći stepen objelodanjivanja podataka o ovoj dimenziji. Ovo se posebno može iskazati u okviru varijabli koje se odnose na informacije o investicijskim aktivnostima i finansiranju projekata koje su u okviru BBI znatno slabo objelodanjenije. Banka koja ima najniži stepen objelodanjivanja podataka ove dimenzije jeste QIIB, što korespondira sa njenom praksom da ne daje detaljan uvid u proizvode koje je predstavila u toku godine već najčešće općeniti prikaz ove aktivnosti.

8.1.4 Vrijednost dimenzije *Zekat, donacije i Qard-hasan krediti za analizirane banke*

Kao što je ranije navedeno, pitanje Zekata je jedna od osnovnih odrednica islamskog bankarstva. Međutim, ova dimenzija ima izuzetno varijabilan stepen objelodanjivanja u izvještajima islamskih banaka za razliku od koncepta dobrotvornih aktivnosti koje banke, u najvećem broju, redovno objelodanjuju u svojim izvještajima. Veliki broj analiziranih banaka također nije objelodanio sistem distribucije neraspoređenog Zekata kao ni razloge za balansiranje Zekata. S druge strane i pitanje Qard-hasan kredita je izuzetno nisko zastupljeno u izvještajima islamskih banaka.

Tako na primjer, iako je prva, najstarija i najveća islamska banka u Kataru, ova dimenzija je nisko zastupljena u godišnjim izvještajima QIB banke. Banka objelodanjuje određene podatke o Zekatu u svim analiziranim godinama ali ne dovoljno detaljno pa tako u 2006. godini ista ima vrijednost 0,13, u 2007. i 2008. godini 0,27, dok je najveća vrijednost 0,4, identifikovana za 2014. i 2015. godinu.

U izvještaju iz 2006. godine banka naglašava da „*aktivno radi na ostvarenju ciljeva solidarnosti koje propovijeda Šerijat, preko svog „Zekat komiteta“ (QIB Annual Report, 2006) ali ne spominje da li je ona kao finansijska institucija odgovorna za plaćanje Zekata ili ne. Isto tako, u izvještaju iz 2007. godine objelodanjeno je da je „banka putem Zekat komiteta donirala 16 miliona katarskih rijala za različite društvene aktivnosti“ (QIB Annual Report, 2007). Međutim tek se u izvještajima iz 2009. i 2010. godine spominje da „Zekat donacije od banke kao i njenih dioničara i klijenata čine sredstava Zekat komiteta QIB“ (QIB Annual*

Report, 2009) na osnovu čega se može reći da banka također plaća Zekat. Ipak, u izvještaju iz 2011. godine jasno se naglašava da je „*plaćanje Zekata odgovornost pojedinca odnosno dioničara*“ (QIB Annual Report, 2011).

Kada govorimo o korisnicima Zekata, najčešće se spominje generalna formulacija poput one date u izvještaju iz 2011. godine kada se navodi da je „*QIB obezbjedio 5 miliona katarskih rijala u okviru Zekat komiteta koji su namijenjeni za siromašne, dužnike, bolesne kao i sponzorstva studenata*“ (QIB Annual Report, 2011). U pogledu potvrde Šerijatskog odbora da je izvor i upotreba Zekata u skladu sa Šerijatom i da je Zekat izračunat u skladu sa Šerijatom, ti podaci nisu objelodanjeni iako se u izvještajima spominje da se vodi računa da je Zekat izračunat u skladu sa propisima i to kao „*dijelom aktivnosti koje sprovodi Šerijatski odbor*“ (QIB Annual Report, 2010). U pogledu Qard-hasan kredita, nijedna varijabla (izvori Qard-hasan kredita, iznos odobrenih Qard-hasan kredita, politika obezbjeđenja Qard-hasan kredita, politika za neplaćanje Qard-hasan kredita) nije objelodanjena ni za jednu analiziranu godinu.

Kao i u slučaju QIB, analizirana dimenzija je nisko zastupljena i u izvještajima QIIB sa razlikom da je najveća vrijednost ove dimenzije u izvještajima ove banke 0,13 i to za period 2012-2016. U izvještajima iz 2010. i 2011. godine Zekat se i ne spominje već samo u finansijskom dijelu izvještaja iznos doniran u dobrotvorne svrhe što je jedna od varijabli ove dimenzije. Zekat se prvi put spominje tek u izvještaju za 2012. godinu i to u formi da „*Zekat ide na teret dioničara. Banka ne sakuplja niti plaća Zekat u ime svojih vlasnika*“ (QIIB Annual Report, 2012). Što se tiče Qard-hasan kredita, nijedna varijabla nije objelodanjena ni za jednu analiziranu godinu.

U odnosu na islamske banke iz Katara, pitanje Zekata, donacija i Qard-hasan krediti znatno je više zastupljeno u izvještajima BMI, sa vrijednošću od 0,67 u 2016. godini. Ova dimenzija konstantno raste tokom analiziranog perioda pa se tako na primjer riječ „*Zekat*“ u izvještaju iz 2008. godine spominje 13 puta, u 2015. godini 90 puta a u izvještaju iz 2016. godine čak 100 puta. Banka u svim izvještajima naglašava da nije direktno uključena u upravljanje Zekatom već je za tu svrhu 1994. godine formirala ZIS komitet koji se od 2000. godine zvanično zove Baitulmaal Muamalat Foundation.

Interesantan je podatak da je usljed velikog interesovanja javnosti ova institucija potvrđena od Ministarstva za vjerska pitanja Indonezije kao nacionalna Zekat institucija, „*čije se aktivnosti provode funkcioniranjem i korištenjem mreže usluga ureda Bank Muamalat Indonesia banke*“ (BMI Annual Report, 2015). Time se ova dimenzija prepliće sa varijablama koje tretiraju pitanje trenutnih i budućih aktivnosti koje je banka poduzela u cilju zadovoljavanja potreba islamske društvene zajednice a koje su dijelom prve analizirane dimenzije.

U izvještaju iz 2008. godine navodi se da „*banka ne priprema izjave o izvorima i korištenju sredstava Zekata, sadake (donacija) kao ni izjave izvora i upotrebe sredstava Qard-hasan jer banka nije direktno uključena u upravljanje tim sredstvima*“ (BMI Annual Report, 2008). Ovo je bila praksa do 2015. godine od kada banka ipak, u okviru dodatka izvještaja, objelodanjuje izvještaj o izvorima i korištenju Qard-hasan kredita. Ovaj trend potvrđuje se i u vrijednosti navedene dimenzije koja u 2013. iznosi 0,47 a u izvještaju iz 2015. godine 0,53 u okviru kojeg se varijabla o iznosu odobrenih Qard-hasan kredita prvi put objelodanje. S druge strane, banka nije objelodanila politiku u slučaju neplaćanja Qard-hasan kredita ni za jednu analiziranu godinu.

Odlika izvještaja BMI jeste izuzetno visok stepen objelodanjivanja detalja o određenim segmentima što u osnovi i treba da bude karakteristika islamskih banaka. Tako na primjer, BMI daje vrlo detaljnu listu pojedinca i organizacija kojima su odobrena sredstva u svrhu Zekata ili donacije pa čak i „*donaciju od 500,000,000 rupija službeniku osiguranja radi očeve smrti*“ (BMI Annual Report, 2016).

U slučaju izvještaja BSM banke, ova dimenzija ima najveću vrijednost za posljednje dvije analizirane godine, 2015. i 2016., i iznosi 0,60 dok je najmanja vrijednost iskazana za 2014. godinu i iznosi 0,27. Banka, kao i u većini analiziranih banaka, nije objelodanila na koji način upravlja sa dijelom Zekata koji nije distribuiran, u pogledu objelodanjivanja o kojem se iznosu radi, niti navela razloge za balansiranje Zekata. Banka je objelodanila da „*Zekat fond banke čine Zekat uplaćen od strane banke, javnosti, klijenata i zaposlenih*“ (BSM Annual Report, 2016). Na osnovu ove izjave zaključuje se da banka plaća Zekat. Isto tako banka je objelodanila iznos plaćenog Zekata i pojedinačni iznos Zekata. Interesantno je da banka objelodanjuje postojanje Qard-hasan fonda, navodeći da se isti finansira iz „*penala, nedozvoljenog prihoda i drugih društvenih fondova*“ (BSM Annual Report, 2016) dok kad je u pitanju Qard-hasan kao kredit, banka u izvještajima, posebno finansijskom dijelu izvještaja, daje definiciju ove vrste ugovora kao i to da su „*potraživanja iz Qard ugovora uglavnom osigurana založnim hipotekama*“ (BSM Annual Report, 2016). Ova izjava se može posmatrati kao politika obezbjeđenja Qard-hasan kredita.

Drugačija slika o ovom pitanju dobiva se kada se analiziraju islamske banke iz Saudijske Arabije. Naime, ova dimenzija ima niži stepen objelodanjivanja u izvještajima banaka iz Kraljevine, za razliku od onih iz Indonezije. U slučaju Al Rajhi banke, od maksimalnih 100% ova dimenzija je zastupljena sa svega 27% što je za najveću islamsku banku u svijetu, izuzetno nizak stepen objelodanjivanja jednog vrlo važnog pitanja kao što je Zekat. Banka u svim izvještajima navodi da se „*Zakat izračunava na osnovu pravila i propisa Zakata u Kraljevini Saudijskoj Arabiji i smatra se kao obaveza dioničara*“ (Al Rajhi Annual Report, 2010). Time se jasno naglašava da banka nije odgovorna za Zekat. Isto tako banka objelodanjuje i iznos plaćenog Zekata dok iznos doniran u dobrotvorne svrhe objelodanjuje samo u izvještaju iz 2006. godine.

Interesantno je da banka ni u jednom analiziranom izvještaju ne objelodanjuje politiku Qard-hasan kredita izuzev u izvještaju iz 2015. godine i to u okviru pojmovnika termina islamskih finansija. S druge strane, u izvještaju iz 2012. godine banka navodi da „*strogo prati Šerijat što objašnjava zašto neke od proizvoda koji su dostupni u drugim islamskim bankama, poput onih u Maleziji, Indoneziji ili Turskoj, mi ne nudimo*“ (Al Rajhi Annual Report, 2012). Međutim, postavlja se pitanje kako je onda moguće da Al Rajhi banka u svojim izvještajima, u periodu od 10 godina, uopće ne tretira pitanje Qard-hasan kredita koji je jedan od prvih i osnovnih proizvoda islamskog bankarstva?

Ista situacija prisutna je i u slučaju Albilad banke gdje je najveća vrijednost dimenzije 0,2 i koja je konstantna za period 2013-2016., dok je u 2012. imala vrijednost 0,13. U pogledu varijable koja govori o tome ko je nadležan za plaćanje Zekata, u svim analiziranim izvještajima se navodi da je „*Zekat obaveza saudijskih dioničara*“ (Albilad Annual Report, 2013). Banka je objelodanila i iznos plaćenog Zekata ali je interesantno da banka naglašava u svim izvještajima da se žalila na iznos izračunatog Zekata koji mora biti plaćen: „*Banka je primila procjenu Zakata od Odjela za Zakat i poreza na dohodak (DZIT) za godine od 2006. do 2008. Procjena je rezultirala dodatnom obavezom plaćanja Zekata od strane banke na šta je banka podnijela žalbu za sve godine*“ (Albilad Annual Report, 2013). Kao i slučaju Al

Rajhi banke, ni ova saudijska islamska banka nije objelodanila svoje aktivnosti u pogledu Qard-hasan kredita ali ni to koliko je, i da li je, donirala sredstava u dobrotvorne svrhe.

Najveći stepen objelodanjivanja ove dimenzije od strane islamskih banaka iz Kraljevine ima AlJazira i to u iznosu od 40% ali samo za 2012. godinu dok je za period 2013-2016. dimenzija zastupljena u izvještajima sa 33%. Kao i uslučaju drugih analiziranih islamskih banaka, AlJazira banka navodi da je plaćanja Zekata obaveza dioničara. Isto tako objelodanjuje i iznos plaćenog Zekata kao i na koji način banka upravlja sa dijelom Zekata koji nije distribuiran. Banka objelodanjuje i iznos doniran u dobrotvorne svrhe ali ne za sve godine. AlJazira banka određenu pažnju u svojim izvještajima posvećuje i Qard-hasan kreditima, ali ne u svim analiziranim godinama, posmatrajući ih kao dijelom aktivnosti korporativne društvene odgovornosti: „Što se tiče doprinosa našoj zajednici, usvojili smo i izveli nekoliko programa koji su svoj daljni razvoj postigli na osnovu obuke kvalificiranih mladih saudijaca a posebno onih sa posebnim potrebama i to na način da smo odobrili Qard-hasan kredite za 931 mladih sa posebnim potrebama pružajući im šansu za osnivanje vlastitog posla, poboljšanje života i suzbijanje siromaštva i nezaposlenosti“ (AlJazira Annual Report, 2012).

NCB također objelodanjuje u izvještajima da je Zekat obaveza dioničara. Isto tako banka navodi i iznos plaćenog Zekata kao i proceduru i upravljanje sa dijelom Zekata koji nije distribuiran. Banka također objelodanjuje i iznos doniranih sredstava: „Pored svojih programa osnaživanja zajednice, NCB je u 2016. učestvovala u mnogim inicijativama sa direktnim uticajem na društvo, donirajući ukupno 39,5 miliona SAR“ (NCB Annual Report, 2016). Ovaj podatak objelodanjen je i za 2015. ali ne i za 2014. godinu. Pitanje Qard-hasan kredita nije zastupljeno u izvještajima NCB. U tom kontekstu, vrijednost ove dimenzije je 0.2 u 2014. i 0,27 u 2015. i 2016. godini.

Odnos banke prema obavezi plaćanja Zekata i pitanju Qard-hasan kredita, u većem stepenu iskazano je u izvještajima islamskih banaka iz Malezije. U slučaju BIMB, ova dimenzija ima trend rasta tokom proteka vremena. Banka u svim izvještajima objelodanjuje ko je nadležan za plaćanje Zekata: „Ovo predstavlja poslovni zekat. Obvezan je iznos koji banka mora platiti radi poštivanja načela Šerijata“ (BIMB Annual Report, 2006). BIMB također objelodanjuje i iznos plaćenog Zekata kao i iznos doniran u dobrotvorne svrhe. Ipak i u slučaju ove banke ne nalazimo odnos prema Qard-hasan kreditima, osim u izvještajima iz 2009. i 2010. godine kada se spominju u okviru rječnika pomova. Najveća vrijednost ove dimenzije iskazana je za 2015. godinu i iznosi 0,6.

Varijabilnost u vrijednosti ove dimenzije uočava se i u izvještajima BMMB banke jer se kreće od 0,2 za period 2006-2009., do 0,67 u 2014. i 2016. godini. Banka za sve analizirane godine objelodanjuje ko je odgovoran za plaćanje Zekata kao i iznos plaćenog Zekata. Isto tako i da li je uvedeni proizvod potvrđen od strane Šerijatskog odbora ali ova informacija se ne može pronaći za sve analizirane godine. Ipak velika razlika u odnosu na druge analizirane islamske banke jeste što BMMB u izvještaju iz 2014. godine prvi put objelodanjuje praksu kako banka postupa u slučaju neplaćanja Qard-hasan kredita: „Element etike ne smatra se ograničenjem, već faktorom dodate vrijednosti u islamskom bankarstvu, koji bi se trebao uzeti u obzir u svakom procesu donošenja odluka radi postizanja ravnoteže između profita i društvenih ciljeva. Jednostavan primjer je način na koji tretiramo dužnike u finansiranju. Ako jedan zajmoprimac umre, a njegova supruga ne radi, šerijatsko vijeće može donijeti odluku da joj se dug oprosti. Sa našim kupcima se ponašamo u skladu s principom dobročinstva (ihsan) islamskog osjećaja društvene odgovornosti“ (BMMB Annual Report, 2014). S druge strane,

banka je ovakvu izjavu objelodanila samo u izvještaju iz 2014. godine a radi se o praksi koja je iznimno bitna jer oslikava direktnu primjenu postulata islamske etike i načela islamskog pristupa korporativnoj društvenoj odgovornosti.

Drugačija praksa i stepen objelodanjivanja prisutan je u izvještajima CIMB Islamic banke gdje je najveća vrijednost dimenzije iskazana za 2016. godinu i iznosi 0,27. Najmanja vrijednost iznosi 0,07 za 2010. godinu kada se u izvještaju od 206 stranica nijednom ne spominje riječ Zekat već samo varijabla iznosa novca doniranog u dobrotvorne svrhe. Tek se u izvještaju iz 2016. godine, u dijelu koji se tiče aktivnosti Šerijatskog odbora za datu godinu, navodi da je Zekat izračunat u skladu sa Šerijatom dok se u finansijskom dijelu izvještaja navodi iznos plaćenog Zekata zajedno sa porezom. Ni u jednom analiziranom izvještaju banka ne objelodanjuje čija je obaveza plaćanje Zekata; banke ili dioničara. Od 2007. godine Grupa je osnovala CIMB Fondaciju sa ciljem sprovođenja aktivnosti društvene odgovornosti tako da se u okviru ove dimenzije objelodanjuju varijable izvora dobrotvornih aktivnosti kao i iznosa doniranog u dobrotvorne svrhe. Pitanje Qard-hasan kredita nije objelodanjeno ni u jednom izvještaju.

Veoma sličan koncept prisutan je i kada je riječ o RHB Islamic banci jer i u ovom slučaju najveća vrijednost dimenzije iznosi 0,27 također za 2016. godinu. Banka u izvještaju iz 2006. godine objelodanjuje iznos plaćenog Zekata ali ne i to da li je plaćenje Zekata obaveza banke ili dioničara. S druge strane, u izvještaju iz 2007. godine navodi se da banka nije platila Zekat. Kada je u pitanju doniranje sredstava u dobrotvorne svrhe, u izvještaju iz 2016. godine se spominje iznos distribuiranih sredstava iz „Charity fonda“ ali nije objelodanjeno kada je fond osnovan, koje su mu funkcije, aktivnosti koje su do sada sprovedene itd. Politika odobrenja kao i izvori Qard-hasan kredita, nisu objelodanjani u izvještajima banke.

Odrednica izvještaja DIB banke jeste što se za sve godine objelodanjuju varijable koje se tiču odgovornosti plaćanja Zekata kao i iznos plaćenog Zekata. U izvještajima iz 2011. i 2012. godine banka objelodanjuje i korisnike Zekata kao i postojanje DIB Fondacije zadužene za sprovođenje dobrotvornih aktivnosti. Isto tako banka objelodanjuje i izvor za odobravanje Qard-hasan kredita, Al Qard al Hassan fond, navodeći da je fond omogućio „*sklapanje 51 braka, 405 medicinskih tretmana i 337 školarina*“ (DIB Annual Report, 2011). U tom kontekstu, vrijednost dimenzije jednaka je za 2011. i 2012. godinu i iznosi 0,40.

Manji stepen objelodanjivanja iskazala je ADIB, gdje je najveća vrijednost dimenzije 0,27 za 2015. i 2016. godinu. Naime, banka u svim analiziranim godinama objelodanjuje ko je odgovoran za plaćanje Zekata: „*Kako uprava Banke nije ovlaštena da direktno plaća Zakat, dioničari su dužni platiti vlastiti Zakat*“ (ADIB Annual Report, 2013). Isto tako, banka objelodanjuje i iznos plaćenog Zekata ali ne i pojedinačne iznose Zekata kao ni korisnike Zekata. U izvještajima iz 2015. i 2016. godine, ADIB objelodanjuje da su „*socijalni doprinosi (uključujući donacije i dobrotvorne svrhe) izvršeni u iznosu od 20 000 hiljada AED nakon odobrenja od strane dioničara na Generalnoj skupštini održanoj 1. aprila 2015. godine*“ (ADIB Annual Report, 2015). Qard-hasan krediti se spominju u izvještajima ali samo u okviru pregleda definicija termina.

Najniži stepen objelodanjivanja ove dimenzije, imaju participirajuće banke iz Turske. U slučaju KT, dimenzija ima vrijednost 0 sve do izvještaja iz 2012. od kada je konstantna i iznosi 0,07. Zekat nije zastupljen ni u jednom analiziranom izvještaju banke dok banka objelodanjuje iznos sredstava doniranih u dobrotvorne svrhe za period 2012-2016. godina. Isti princip uočava se u izvještajima TF budući da varijabla Zekata kao ni Qard-hasan kredita nisu

objelodanjene ni u jednom izvještaju osim kada je u pitanju varijabla o iznosu doniranih sredstava. Interesano je da u izvještaju iz 2016. godine, banka objelodanjuje da u toj godini nije donirala sredstava u dobrotvorne svrhe što bi u slučaju drugih analiziranih banaka bio podatak koji je izostavljen iz izvještaja. U tom kontekstu vrijednost ove dimenzije je 0,07 za sve analizirane godine.

Malo veći stepen objelodanjivanja prisutan je u izvještajima Albarake banke ali samo za 2016. godinu. Naime, u 2006. godini dimenzija ima vrijednost 0 a za period 2007-2015. dimenzija ima vrijednost 0,07 kada banka objelodanjuje aktivnosti svoje Berekt Fondacije, kao izvor za dobrotvorne aktivnosti. U izvještaju iz 2016. godine banka prvi put objelodanjuje da „našim komercijalnim kupcima nudimo Qard-hasan i osiguravamo putem kratkoročnih sredstava za finansiranje. Radimo na novim proizvodima i uslugama kako bismo pružili Qard-hasan našim maloprodajnim kupcima zbog čega smo i kreirali finansiranje Hadždž-Umre na rate bez dobijanja troškova poput udjela u dobiti, provizija itd. Ukupni iznos finansiranja dostigao je 14 miliona TRL u 2016. godini“ (Albaraka Annual Report, 2016). U tom kontekstu, vrijednost dimenzije za 2016. godinu iznosi 0,33.

Varijabla Zekata također nije zastupljen ni u jednom izvještaju BBI banke, u kontekstu da li banka plaća Zekat ili je to obaveza dioničara. S druge strane, BBI objelodanjuje izvore dobrotvornih aktivnosti kao što je postojanje Charity fonda ili Sheikh Saleh Kamel⁷⁷ fonda za stipendiranje učenika, ali ne i detalje o istom u pogledu kada je fond osnovan sa kojom namjerom itd. Ovo je posebno važno istaknuti obzirom na značaj i važnost koju je Sheikh Saleh Kamel Isto tako, odnos banke prema Qard-hasan kreditima nije objelodanjen u svim izvještajima pa se tako u izvještaju iz 2008. godine navodi da je banka „realizirala drugu tranšu bezinteresnih dugoročnih pozajmica povratničkoj populaciji u Opštini Zvornik“ (BBI Annual Report, 2008) ne naglašavajući politiku banke u pogledu obezbjeđenja Qard-hasan kredita. U tom kontekstu, vrijednost dimenzije Zekat, donacije i Qard-hasan krediti ima vrijednost 0,13 u većini analiziranih godina što je predstavljeno u narednoj tabeli.

Tabela 62: Prosječna vrijednost dimenzije „Zekat, donacije i Qard-hasan krediti“ banaka iz uzorka

Banka	Prosječna vrijednost
Bank Muamalat Indonesia (BMI)	0.50
Bank Syariah Mandiri (BSM)	0.48
Bank Muamalat Malaysia Berhad (BMBB)	0.41
AlJazira	0.33
Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB)	0.29
Dubai Islamic Bank (DIB)	0.25
Al Rajhi	0.24
National Commercial Bank (NCB)	0.24
Abu Dhabi Islamic Bank (ADIB)	0.23
Albilad	0.19
Bosna Bank International (BBI)	0.13
CIMB Islamic	0.13
Qatar Islamic Bank (QIB)	0.13

⁷⁷ Saleh Abdullah Kamel smatra se jednim od najzaslužnijih za razvoj islamskog bankarstva i finansija. Uspostavio je islamske finansijske institucije, pokrenuo istraživačke centre i godišnje simpozijume koji su podržavali razvoj globalne industrije. Detaljnije pogledati u Alim, E.A. (2014). *Global Leaders in Islamic Finance: Industry Milestones and Reflections*.

RHB Islamic	0.13
Qatar International Islamic Bank (QIIB)	0.11
Albaraka	0.09
Kuveyt Turk (KT)	0.07
Turkiye Finans (TF)	0.07

Izvor: Kalkulacija autora na bazi godišnjih izvještaja banke

Iz tabele 62 uočava se da je najveći stepen objelodanjivanja Zekata, donacija i Qard-hasan kredita prisutno u izvještajima islamskih banaka iz Indonezije i Malezije. Ovo je posebno izraženo u kontekstu objelodanjivanja da li banke plaćaju ili ne plaćaju Zekat što je objelodanjeno u većini analiziranih banaka iz ove dvije zemlje. U slučaju Malezije ovakav stav potvrđen je i u istraživanju autora Abdullah et al. (2013). Međutim, generalno posmatrano ovaj stepen objelodanjivanja je nizak za sve banke ako se uzme u obzir važnost pitanja Zekata u islamskom bankarstvu. Time se potvrđuje istraživanje autora Zubairu et al. (2011), posebno u slučaju islamskih banaka iz Saudijske Arabije budući da i velike banke, poput Al Rajhi, imaju stepen objelodanjivanja manji od 30%. Ista praksa prisutna je i u kada su u pitanju Qard-hasan krediti što potvrđuje i analiza koju je dao Thomson Reuters navodeći da je Qard-hasan „najmanje objelodanjena stavka, kada je u pitanju izvještavanje o društvenoj odgovornosti islamskih finansijskih institucija“ (Thomson Reuters, 2018).

Najmanji stepen objelodanjivanja imaju banke iz Turske dok je pozicija BBI banke jednaka nekim najvećim islamskim bankama u svijetu kao što je QIB. Time se može reći da BBI, iako znatno manja, nije jedina banka koja nije dovoljno objelodanila ovu aktivnost u svojim izvještajima. Isto tako i osnivači BBI banke nemaju znatno veći stepen objelodanjivanja ove dimenzije budući da je on ispod 30% što je također nizak stepen, uzimajući u obzir njihovu poziciju kako na domaćem tržištu tako i globalnim ekonomskim kretanjima. Općenito posmatrano, prikazani rezultat korespondira sa stavom koji je iznio Asutay (2012) a to je da su se islamske banke, u određenim elementima, udaljile od svojih temelja.

8.1.5 Vrijednost dimenzije *Zaposleni* za analizirane banke

Za razliku od prethodnih dimenzija, odnos banke prema zaposlenima ima znatno veći stepen objelodanjivanja u izvještajima većine analiziranih banaka. U slučaju QIB, dimenzija ima najveću vrijednost u 2013. godini i iznosi 0,89 a najmanju u 2006. i 2007. godini i to 0,44. Vrijednost indeksa za ovu dimenziju nije jednaka pa se ne može reći da ima konstantan rast jer u određenim intervalima raste (2011-2013) a nakon toga bilježi pad. Kao i u slučaju svih drugih dimenzija i ovdje je prisutan trend ne objelodanjivanja istih podataka tokom vremena pa se tako na primjer u izvještajima iz perioda 2006-2011. godina navodi broj zaposlenih banke da bi nakon tog perioda ovaj podatak bio izostavljen.

Ipak, važno je naglasiti da QIB u svim izvještajima iskazuje zahvalnost svojim zaposlenima: „QIB je uspio uspješno implementirati svoju strategiju zahvaljujući sveobuhvatnom naporu koji uključuje sve stakeholdere i zaposlene koji su doprinjeli rastu našeg poslovanja i neumorno rade na ostvarenju naših dugoročnih ciljeva“ (QIB Annual Report, 2014). S druge strane, banka u izvještajima tek nakon 2012. godine navodi svoju politiku jednakih mogućnosti na način da „banka sve svoje zaposlene tretira na *pari-passu* osnovi“ (QIB Annual Report, 2015).

Kada je u pitanju podrška zaposlenima, u izvještajima se ističe da „QIB održava dosljednu politiku u razvoju ljudskih resura kroz tekuće programe razvoja osoblja, kurseve, obuke,

stipendije i programe visokog obrazovanja. Prošle godine održano je više od 50 pojedinačnih programa, događaja i radionica koji su bili od koristi za sve zaposlene u banci. Ovi programi obuke i razvoja karijere sprovede se u skladu sa strategijom QIB-a koja ima za cilj rast zaposlenih i podršku i promociju njihovih sposobnosti“ (QIB Annual Report, 2016).

Trening zaposlenih iz različitih oblasti je vrlo detaljno objelodanjen u izvještajima pa se tako navodi da je u „2006. godini sprovedeno 35 specijalizovanih treninga, iz različitih bankarskih oblasti, u zemlji i inostranstvu, i u saradnji sa vodećim međunarodima institucijama i centrima“ (QIB Annual Report, 2006) gdje je „više od 800 zaposlenih imalo trening iz oblasti core bankarskog sistema“ (QIB Annual Report, 2015) sve sa „ciljem implementacije najbolje prakse i mobiliziranja kritičkih kompetencija liderstva“ (QIB Annual Report, 2016). S druge strane, trening iz oblasti sprečavanja pranja novca spominje se samo u izvještaju iz 2013. godine na način da je „koristeći sistem e-učenja održano više programa iz oblasti islamskog bankarstva, sprečavanja pranja novca i menadžmenta“ (QIB Annual Report, 2013).

Odnos prema studentima i mogućnost njihovog zaposlenja, QIB podržava posebno kroz proces katarizacije koja se sprovodi kao nacionalni plan zapošljavanja domaćeg stanovništva. U tom kontekstu u izvještaju iz 2014. godine navodi se da je „QIB postigao 27% katarizacije u pogledu investiranja u razvojne programe nacionalnih resursa. Nastavljajući ovaj plan iz prethodnih godina, 154 Katarana su imali priliku da prate sveobuhvatane treninning kurseve koje je ponudila banka“ (QIB Annual Report, 2013). Isto tako, „QIB je bio prva finansijska institucija koja je predstavila inovativnu mobilnu aplikaciju koja ima za cilj da identifikuje i omogući trening domaćim talentima, usvajajući najnovije svjetske trendove iz oblasti tehnologija i menadžmenta ljudskog kapitala“.

Iskazivanje zahvalnosti prema zaposlenima jeste prisutno i u izvještajima QIIB, ali vrijednost dimenzije varira tokom analiziranog perioda od najveće u 2010. godini koja iznosi 0,56 do najmanje u 2014. godini u vrijednosti od 0,22. Nakon tog perioda, vrijednost dmenzije ponovo raste. U izvještaju iz 2010. godine banka naglašava da je jedna od njenih izvornih vrijednosti da „poboljša performanse zaposlenih, unaprijedi obuku, obezbjedi tehnološki napredak i nagrađuje različite performanse i timski rad“ (QIIB Annual Report, 2010). Kada je u pitanju trening on jeste prisutan ali banka nije detaljno objelodanila o kojoj vrsti treninga se radi: „Banka se također angažirala da pruži mogućnosti za obuku, rehabilitaciju i promociju posla svim novim zaposlenicima banke i obilježila je sticanje diplome mladih Katarana u okviru programa „Obećavajuće kompetencije“, koji je organizovan u saradnji sa Katarskom finansijskom i poslovnom akademijom. Cilj je razvijanje kompetentnih lidera među građanima Katara koji će biti u stanju preuzeti važne položaje u okviru QIIB“ (QIIB Annual Report, 2015).

Međutim, kao što je već navedeno za islamsku banku iznimno je važno da jača kapacitete svojih zaposlenih adekvatnim treningom i edukacijom iz oblasti islamskog bankarstva i propisa Šerijata kao i sprečavanja pranja novca što iz izvještaja QIIB nije uočeno. Isto tako, banka u izvještajima, u finansijskom dijelu, navodi troškove penzionisanja zaposlenih bez detaljnog objašnjenja da li se dodjeljuju neke jubilarne nagrade za radni vijek proveden u banci ili nagrade za zaposlene općenito.

Kao i u slučaju QIB, i QIIB aktivno učestvuje u procesu katarizacije: „Tokom proteklog perioda, banka je uspjela postići važne kvalitativne korake u oblasti katatarizacije koja se smatra jednim od njenih glavnih prioriteta obzirom na to da vjeruje da je ulaganje u ljude

najvažnija i najprofitabilnija investicija za razvoj nacije i banke“ (QIIB Annual Report, 2015).

Anlizirana dimenzija u izvještajima BMI banke ima najveću vrijednost u 2016. godini i iznosi maksimalnih 1 a najmanju u 2008. godini i to 0,44. U kontekstu navedene vrijednosti iz 2008. godine, iako izvještaj BMI iz 2008. godine ima 284 strane, odnos prema zaposlenima se objelodanjuje isključivo u pogledu broja zaposlenih, određenih beneficija koje imaju zaposlenici prilikom penzionisanja kao i iznosa plata. Ova praksa se mijenja u izvještaju iz 2010. godine, u kome se navodi da su „*ljudski resursi najvažnije sredstvo u kompaniji*“ (BMI Annual Report, 2010) i da banka iskazuje „*najiskreniju zahvalnost i poštovanje lojalnim kupcima i zaposlenicima banke kao i članovima njihovih porodica*“ (BMI Annual Report, 2011), „*na njihovoj posvećenosti i uložnim naporima*“ (BMI Annual Report, 2015).

Isto tako, politika banke prema svim zaposlenima detaljno se objelodanjuje u izvještaju iz 2016. godine navodeći da je „*ravnopravnost u zapošljavanju nešto čemu uvijek težimo, što se očituje u nivou obrazovanja i različitim smjerovima i jednakosti između broja zaposlenih muškaraca i žena*“ (BMI Annual Report, 2016). Slična formulacija prisutna je i u izvještajima iz 2013. i 2015. godine gdje se ističe da „*jednakost sadrži elemente jednog tretmana i mogućnosti, vodeći se interesima stakholdera temeljenih na načelima pravednosti i jednakosti*“ (BMI Annual Report, 2015) ali ne i za ostale analizirane godine. Time se iskazuje politika jednakih mogućnosti.

Kada je u pitanju trening, „*BMI se fokusirala na poboljšanje kvaliteta ljudskih resursa naporima da uključi zaposlenike u odgovarajuće obuke ili zapošljavanje kompetentnih zaposlenika*“ (BMI Annual Report, 2011) navodeći da su „*programi obuke i razvoja zaposlenih usmjereni na razvijanje kompetencija i vještina (hard i soft skills) i izgradnju karaktera koje su potrebne za poboljšanje performansi i produktivnosti u podršci postizanju ciljeva poslovanja i organizacije. Edukacija i razvoj se provode u svrhu unapređenje karijere zaposlenih*“ (BMI Annual Report, 2011).

Posvećenost upoznatosti zaposlenih, a posebno javnosti, sa islamskim bankarstvom i šerijatskim principima ogleda se u tome da je banka 1999. godine osnovala Muamalat institut sa ciljem da:

- „*poboljša dobrobit zajednice, posebno muslimana u Indoneziji, kroz formiranje institucija na bazi Šerijata;*
- „*utiče na razvoj šerijatskih finansijskih institucija u Indoneziji kao dijela ekonomskog razvoja zemlje,*
- „*proizvede kvalifikovane i profesionalne radnike koji dobro poznaju principe šerijatske ekonomije kako bi mogli bolje učestvovati u razvoju indonežanske ekonomije i*
- „*omoguće edukaciju javnosti o šerijatskom ekonomskom sistemu a posebno muslimanima*“ (BMI Annual Report, 2016).

Objelodanjivanjem podataka o ciljevima i razlozima osnivanja Muamalat instituta utiče na veći broj varijabli u okviru više dimenzija što ima direktan uticaj na ukupnu vrijednost indeksa.

Pored treninga iz oblasti upoznatosti sa Šerijatom, banka pažnju poklanja i pitanju bezbjednosti zaposlenih, u smislu sigurnosnih protokola u slučaju zemljotresa, jer je Indonezija vrlo trusno geografsko područje i do sada je bila pogođena razornim zemljotresima kao i velikim poplavama, što je također objelodanjeno u izvještajima banke, ali u sklopu

aktivnosti prema društvenoj zajednici. Isto tako, banka sprovodi i trening iz oblasti upravljanja otpadom sa ciljem „*podizanja svijesti o upravljanju otpadom*“ (BMI Annual Report, 2013). S druge strane, kada je u pitanju trening o pranju novca, banka je objelodanila da je trening za zaposlene organizovan u 2010., 2015. i 2016. godini. U kontekstu zaposlenja studenata u banci, ova varijabla se objelodanjuje samo u 2016. godini dok je u prethodnim godinama aktivnost vezana za studente više humanitarnog karaktera, u smislu pomoći koje je banka pružila ovoj kategoriji društva.

U slučaju BSM banke, ova dimenzija ima tendenciju rasta tokom vremena pa je tako najveća vrijednost iskazana za 2016. godinu i to 0,89. Banka u svim izvještajima iskazuje zahvalnost zaposlenima za „*kooperaciju i podršku u postizanju održivog poslovnog razvoja banke*“ (BSM Annual Report, 2011) naglašavajući da „*banka nastoji stvarati radnu atmosferu koja je pogodna za sve zaposlene u BSM*“ (BSM Annual Report, 2015). Isto tako, banka u okviru principa upravljanja naglašava i „*jednak tretman svih stakeholdra*“ što je u skladu sa motom banke koji glasi „*pravedno i smirujuće*“ (*engl. Just and Pacifying*) a što se u odnosu prema zaposlenima i politike jednakih mogućnosti odnosi na primjenu 3P principa banke:

- „*platiti za angažovanost (engl. Pay for Performance) gdje zaposleni prima naknadu po osnovu performansi;*
- *platiti po osnovu pozicije (engl. Pay for Position) gdje zaposleni prima naknadu na osnovu radne pozicije i*
- *platiti po osobi (engl. Pay for Person) gdje zaposleni prima naknadu na osnovu ličnih sposobnosti*“ (BSM Annual Report, 2011).

Pored ovih varijabli, banka objelodanjuje broj zaposlenih u kontekstu u kojim godinama je rastao odnosno kada je banka smanjivala broj zaposlenih i razloge za isto. U pogledu treninga, banka organizuje trening iz oblasti „*menadžmenta znanja*“ (BSM Annual Report, 2014), „*risk managementa*“ (BSM Annual Report, 2015) i „*prodaje i marketinga*“ (BSM Annual Report, 2016). S druge strane, u izvještajima iz 2015. i 2016. godine objelodanjeno je da je banka organizovala treninge iz oblasti sprečavanja pranja novca dok se u izvještajima iz 2011. i 2014. taj podatak ne objelodanjuje. Varijabla koja je najmanje zastupljena u izvještajima jeste trening sa studentima.

Dimenzija *Zaposleni*, u izvještajima Al Rajhi banke ima rastući tok objelodanjivanja tokom vremena, sa 0,44 u 2006. godini na 0,89 u 2016. godini: „*Cilj je pružiti priliku svim zaposlenima da se razvijaju, rastu i uspijevaju, jer stvaramo obećavajuću budućnost za naše zaposlenike i banku. Pored toga, snažno se zalažemo za pružanje najbolje podrške našim zaposlenicima a kao vodeća saudijska organizacija, banka je u potpunosti posvećena programu saudizacije*“ (Al Rajhi Annual Report, 2013). Vrlo je interesantno pitanje odnosa banke prema zapošljavanju žena. U skladu sa time banka u izvještaju iz 2015. godine navodi da „*banka održava preko 100 jedinica specijaliziranih za pružanje usluga bankarstva ženama, što je glavni doprinos povećanju udjela žena na tržištu rada*“ (Al Rajhi Annual Report, 2015), kao i da se „*ključni uspjeh u 2016. godini odnosi na upotrebu novih i poboljšanih alata i metoda selekcije novih 1.180 zapošljenika, muškaraca i žena, što je u cilju saudizacije banke*“ (Al Rajhi Annual Report, 2016). Isto tako banka objelodanjuje da su „*specijalizovane poslovne za žene već treću godinu zaredom organizovale takmičenje u slikanju za žene kako bi potaknule svoju kreativnost i pokazale svoje mogućnosti*“ (Al Rajhi Annual Report, 2013).

S druge strane, kada je u pitanju trening zaposlenih banka je „*odobrila izradu obrazovne stranice za zaposlene u banci koja nastoji objasniti šerijatske aspekte proizvoda i usluga banke. Osim toga, banka je pripremila brojne edukativne priručnike i u saradnji sa Centrom za obuku održava 13 kurseva iz oblasti Šerijata za nove zaposlenike i 19 radionica za menadžere podružnica*“ (Al Rajhi Annual Report, 2016). Ipak ovako detaljno objelodanjivanje nije prisutno u svim godinama, posebno kada je u pitanju varijabla treninga iz oblasti pranja novca.

Za razliku od Al Rajhi banke, Albilad banka ne navodi svoju politiku prema ženama već se taj odnos u izvještajima spominje u okviru broja poslovnica za žene koje je banka oformila kao i društvene aktivnosti koje je banka poduzela kada su u pitanju žene. Time se jasno ističe da banka nije objelodanila politiku jednakih mogućnosti. U pogledu treninga zaposlenih, u izvještaju iz 2015. godine, navodi se da je „*banka organizovala treninge koji doprinose podizanju svijesti o islamskom bankarstvu unutar i izvan banke*“ (Albilad Annual Report, 2015). Ipak banka nije objelodanila ovakve aktivnosti u svim analiziranim izvještajima kao ni u slučaju treninga o sprečavanju pranja novca pa je na osnovu toga najveća vrijednost dimenzije 0,78 i to iskazana za 2014. godinu.

Varijabilitet u objelodanjivanju uočen je i u izvještajima AlJazira banke pa je tako vrijednost dimenzije u 2010. godini 0,56. naredne 0,44 a u 2016. godini iznosi 0,78 koja je ujedno i maksimalna. Kao i sve analizirane banke, tako i AlJazira iskazuje zahvalnost svojim zaposlenima. Banka također objelodanjuje i broj zaposlenih kao i na koji način banka utiče na razvoj karijere svojih zaposlenih, ali ne u svim analiziranim izvještajima. U pogledu treninga, banka objelodanjuje: „*Nastavili smo se fokusirati na obuku i razvoj osoblja kako bismo osigurali izvanredne usluge sve većem broju klijenata*“ (AlJazira Annual Report, 2016). Što se tiče treninga o sprečavanju pranja novca, banka ovu informaciju objelodanjuje za određene godine poput u izvještaju iz 2016: „*Napori u 2016. rezultirali su održavanjem više od 300 godišnjih edukativnih događaja koji udovoljavaju trenutnim potrebama banke i zahtjevima tržišta i proizilazi iz obaveze banke da ispunjava zakonsku i bankarsku regulativu a odnose se na sigurnosne procjene i subzivanje pranja novca*“ (AlJazira Annual Report, 2016).

Slična praksa uočava se i u slučaju NCB budući da dimenzija bilježi rast sa 0,56 na 0,67 u 2015. i 2016. godini. Banka u izvještaju iz 2016. godine navodi da je „*NCB nastavila sa naporima da privuče i zadrži najbolje saudijske talente. Banka je učestvovala na mnogim sajmovima zapošljavanja i obrazovanja koje su organizovale obrazovne institucije, unutar i izvan Kraljevine. U nastojanju da postigne jednu od svojih ključnih strateških težnji - biti poslodavac po izboru - NCB pruža zaposlenima shemu štednje. Ovo je započelo prije 42 godine kao tradicionalna shema pa se 2012. konvertirala u proizvod koji je u skladu sa šerijatskim principima*“ (NCB Annual Report, 2016). Banka navodi da je proces saudizacije banke u nivou od 95%.

U pogledu treninga, banka u izvještaju iz 2015. godine objelodanjuje da je omogućila „*provođenje programa za podizanje znanja i svijesti o šerijatskim bankarskim proizvodima i uslugama kao i osposobljavanje zaposlenika banke za formiranje timova stipendista kvalificiranih u šerijatskom bankarskom sistemu*“ (NCB Annual Report, 2015). NCB nije eksplicitno naglasila da li primjenjuje politiku jednakih mogućnosti kada su u pitanju zaposleni.

Kada je riječ o islamskim bankama iz Malezije, odnos banke prema zaposlenima ima visok stepen objelodanjivanja i iskazuje se i u okviru navedenih vrijednosti kojima banke teže u

svom poslovanju. U slučaju BIMB, banka daje detaljno obrazloženje izloženosti riziku kulture u kontekstu da „*stvaranje uspješne kulture usklađivanja, zahtijeva usklađivanje očekivanja između banke i zaposlenih*“ (BIMB Annual Report, 2016). U svim izvještajima, izuzev za 2006. godinu, banka objelodanjuje vrste treninga koji su organizovani za zaposlenike banke a u izvještajima nakon 2008. godine banka objelodanjuje i organizovanje treninga iz islamskog bankarstva i šerijatskih principa: „*da bi se osigurala efikasna kontrola, redovno se provode posebne obuke i izvještavanje o šerijatskom riziku*“ (BIMB Annual Report, 2013).

U pogledu politike jednakih mogućnosti, evidentno je da banka ima izuzetno visok stepen zastupljenosti žena na rukovodećim pozicijama. Međutim banka eksplicitno ne daje izjavu kojom bi se potvrdila ova politika jednakih mogućnosti, za sve godine, ali izjava: „*Kodeksi, politike i postupci izdati svim zaposlenima predstavljaju osnov u izgradnji kulture povjerenja i integriteta*“ (BIMB Annual Report, 2016) korespondira sa time. Zanimljivo je da banka ima utemeljenu i politiku „*zviždača*“ u smislu anonimne mogućnosti prijave određenih nepravilnosti od strane zaposlenih. Dimenzija *Zaposleni* ima najveću vrijednost u 2016. godini, i iznosi 1, jer određene varijable koje je čine nisu objelodanjenje za sve godine što utiče na ukupnu vrijednost dimenzije.

Što se tiče BMMB, banka objelodanjuje da su „*sve navedene inicijative zajednički pokrenule čitavu radnu snagu banke koja se udružila kako bi podjednako podijelila teret oživljavanja svakog proizvoda od faze osmišljavanja do početka. Mnogo im svima hvala*“ (BMMB Annual Report, 2016). U pogledu politike jednakih mogućnosti, banka ima svoj *Kodeks ponašanja i etičkih principa* koji naglašava islamske vrijednosti banke: „*Banka tretira sve stakeholdere, što uključuje zaposlenike, poslovne partnere, kupce i zajednicu, sa punim poštovanjem i dostojanstvom i uvažava raznolikost naše radne snage*“ (BMMB Annual Report, 2015). Ipak ova praksa nije objelodanjena za sve analizirane izvještaje što utiče na ukupnu vrijednost dimenzije. U kontekstu treninga, „*banka je u 2015. godini organizovala trening i obuke za 7,901 zaposlenika u pogledu obuke i podizanja svijesti o šerijatskom riziku, upravljačkih vještina, regulatornih normi*“ (BMMB Annual Report, 2016). Varijabla *trening upoznatosti sa Šerijatom*, prisutna je u svim izvještajima banke. Najveća vrijednost ove dimenzije je 0,89 za 2012-2014; 2016. a najmanja 0,44 za 2006-2008.

CIMB Islamic, kao dijelom CIMB Grupe, ima izuzetno visok stepen objelodanjivanja ove dimenzije koja iznosi 0,89 za sve godine izuzev za 2010. godinu kada je njena vrijednost 0,67. Maksimalna vrijednost nije iskazana radi varijable o broju zaposlenih budući da Grupa objelodanjuje ukupan broj zaposlenih ali ne i u okviru pojedinačnih segmenta, kakav je CIMB Islamic, što je uticalo na ukupnu iskazanu vrijednost. Kada je u pitanju trening interesantno je i da članovi Šerijatskog odbora učestvuju na raznim treninzima i obukama što je vrlo detaljno objelodanjeno: „*islamski ogranak Grupe intenzivirat će obuku svojih službenika u kontekstu islamskih proizvoda, omogućujući im da pruže potpunije bankarsko iskustvo kroz bolje razumijevanje potreba klijenata, a time i kreiraju najbolja rješenja*“. Kada je u pitanju politika jednakih mogućnosti, ona je iskazana na nivou Grupe: „*Različitost je jedna od pet glavnih vrijednosti CIMB Grupe. Poštujemo različite kulture, cijenimo različite perspektive i prepoznajemo različitost kao izvor snage širom naše mreže zaposlenika*“ (CIMB Annual Report, 2013).

Isto tako Grupa objelodanjuje i na koji način pomaže svojim zaposlenicima: „*Organizujemo zabavne aktivnosti poput fudbalskih klinika za djecu osoblja, lova na blago, takmičenja u kuglanju i ozbiljnijih aktivnosti poput sigurnosnih radionica za žene i djecu osoblja. Pomažemo zaposlenima u vremenima poteškoća kao što su prirodne katastrofe i okupljamo*

ostale zaposlene da daju svoju podršku“ (CIMB Annual Report, 2013). Još jedan od vidova odnosa prema zaposlenima ogleda se i u ovom kontekstu: „Prepoznamo i poštujemo pravo na majčinstvo našeg ženskog osoblja a posebno dobro se brinemo za „nove“ majke, koje imaju pristup prostorijama majki u našim glavnim uredima, kao i naše centre za brigu o djeci“ (CIMB Annual Report, 2016).

Za razliku od CIMB Islamic, nešto manji stepen objelodanjivanja prisutan je u izvještajima RHB Islamic gdje dimenzija ima najveću vrijednost za period 2012-2016. godina i iznosi 0,67. Odnos prema zaposlenima nije jednako objelodanjen za sve analizirane godine. Banka za sve godine objelodanjuje koje beneficije imaju zaposleni banke što se posebno odnosi na kratkoročne isplate odnosno bonuse. Isto tako, banka od 2005. godine ima osnovan komitet za nagrađivanje. U pogledu treninga, *„kako bi se poboljšale kompetencije osoblja, osoblju se pruža strukturirana i tehnička obuka, kao i vještine upravljanja i rukovođenja na osnovu njihovih utvrđenih potreba tokom godišnje ocjene rada“ (RHB Islamic Annual Report, 2015).* Banka vrlo detaljno objelodanjuje kurseve, programe i obuke koje su pohađali članovi Uprave banke i da se sprovode obuke iz domena Šerijata od strane Šerijatskog odbora.

Vrlo je interesantan način kako banka vidi svoje zaposlene. Ona ih identifikuje kao ključne stakeholdere, teži da bude prvi izbor pri zaposlenju ali u izvještajima ne iskazuje zahvalnost svojim zaposlenima već naglašava njihovu odgovornost prema banci: *„Grupa je uspostavila etički kodeks ponašanja koji je primjenjiv na sve zaposlenike kako bi se osiguralo da visoki etički i profesionalni odnos poštuju svi zaposlenici u obavljanju svojih dužnosti i odgovornosti“ (RHB Islamic Annual Report, 2009).* U osnovi, ovo se može povezati sa varijablom CEO poruka koja nije objelodanjena ni za jednu analiziranu poruku a u okviru koje se obično i iskazuje zahvalnost zaposlenima.

Kada su u pitanju banke iz UAE, odnos DIB prema zaposlenima zastupljen je sa 44% u izvještaju iz 2011. što je ujedno i maksimalna vrijednost ove dimenzije. U izvještajima iz 2009. i 2011. godine banka objelodanjuje podatak da je *„2004. godine, uspostavila Plan vlasništva (ESOP) kako bi zadržala ključne zaposlenike. Plan daje zaposlenom pravo da posjeduje dionice po cijeni izdavanja“ (DIB Annual Report, 2009).* Ovaj podatak nije objelodanjen u izvještaju iz 2012. godine. Što se treninga zaposlenih tiče, banka je posvećena treningu iz oblasti Šerijata: *„Rukovodstvo banke provelo je osnovne programe obuke koje je pripremio Šerijatski odbor, što je dovelo do značajnog smanjenja kršenja principa Šerijata“ (DIB Annual Report, 2012).* Isto tako banka je u izvještajima za 2011. i 2012. godinu objelodanila postojanje programa nagrađivanja zaposlenih, Performance Excellence Award. S druge strane, banka nije eksplicitno objelodanila politiku jednakih mogućnosti ni da li sprovodi aktivnosti treninga studenata ili specijalizovanih treninga poput sprečavanja pranja novca.

Veći stepen objelodanjivanja iskazala je ADIB budući da je ova dimenzija zastupljena sa 67% u svim analiziranim izvještajima banke. ADIB iskazuje zahvalnost zaposlenima objelodanjujući: *„Nastavili smo i sa znatnim ulaganjem u naše ljude s obzirom da naši zaposlenici predstavljaju značajnu konkurentsku prednost“ (ADIB Annual Report, 2013)* kao i da se *„zaposleni ohrabruju da nastave studije u visokom obrazovanju koji su relevantni za njihovo područje rada, te im se osigurava studijsko odsustvo i nadoknade troškova kako bi se ovaj cilj ispunio“ (ADIB Annual Report, 2014).*

U pogledu politike jednakih mogućnosti, ADIB u svim izvještajima objelodanjuje da je *„raznolikost naših zaposlenih naša snaga. U 2013. godini radna snaga ADIB-a sastojala se*

od više od 54 nacionalnosti. Vrijednost takve raznolikosti ogleda se u inovativnom i kreativnom razmišljanju i boljim načinima poslovanja. Istovremeno, omogućava nam bolje razumijevanje potreba naših klijenata, omogućavajući nam da ih bolje služimo“ (ADIB Annual Report, 2013).

Kada je u pitanju trening zaposlenih, „ADIB se fokusirao na ulaganje u obuku osoblja, učenje i razvoj s namjerom da unaprijedi vještine svojih zaposlenih“ odnosno „i dalje ostaje jedna od vodećih banaka u zagovaranju zapošljavanja, razvoja i promocije lokalnih talenata. Banka sada zapošljava 868 državljana UAE, što rezultira koeficijentom emiratizacije većim od 40%“ (ADIB Annual Report, 2016). Međutim, iako banka posebnu pažnju posvećuju treningu i objelodanjuje takav vid aktivnosti, ni u jednom izvještaju nije objelodanjen trening iz oblasti Šerijata ili sprečavanja pranja novca.

Odnos banke prema zaposlenima veoma detaljno je iskazan u izvještajima analiziranih banaka iz Turske. U slučaju Kuveyt Turk, ova dimenzija je vrlo izražajno objelodanjena u izvještajima banke: „Kako bi se uspostavila efikasna komunikacija između zaposlenih, formirani su klubovi unutar KT sa ciljem da se ljudi okupe i izvan posla i poboljša kultura saradnje. Klubovi uključuju pozorišnu grupu, grupu za književnost, muziku, putovanja, fotografiju, inovacije i tehnologiju i profesionalni razvoj kao i platforma za žene preduzetnice“ (KT Annual Report, 2010), „Banka je organizovala ukupno 26 seminara, od kojih su tri održana u inostranstvu za osoblje u istraživanju i razvoju u skladu s ciljevima podizanja svijesti o istraživanju i razvoju i unapređenju znanja. U istom periodu, tim za istraživanje i razvoj, koji se sastojao od 80 zaposlenih, objavio je ukupno 11 naučnih radova“ (KT Annual Report, 2013), „Model „rad od kuće“ pomaže ženama da ojačaju odnose sa svojom djecom i povećava zapošljavanje žena nudeći fleksibilno radno vrijeme. Banka majčinstvo smatra svetim i majkama daje slobodan dan na dan kada njihova deca započnu prvu godinu osnovne škole“ (KT Annual Report, 2016).

Dimenzija ima najveću vrijednost u 2016. godini i to 1. Razlika u odnosu na izvještaje iz prethodnih godina jeste trening iz oblasti islamskog bankarstva odnosno kako to banka navodi u izvještaju iz 2016: „Obuka iz bankarstva koja uključuje programe o osnovama bankarstva, bankarskoj regulativi, beskamatnim bankarskim principima, fokusiranosti na kupca, etičkom bankarstvu, proizvodima i uslugama, prodaji i upravljanju odnosima, sistemu razvoja performansi, kao i kulturi i strukturi banke“ (KT Annual Report, 2016). Ovdje je bitno naglasiti da banka u izvještajima koristi i termin „etičkog bankarstva“ što jeste veoma slično ali ne i isto sa konceptom beskamatnog bankarstva čime vrijednost ove dimenzije nije jednaka za sve godine upravo na osnovu toga. Slična situacija jeste i kada je u pitanju trening iz oblasti sprečavanja pranja novca. Banka ovu aktivnost ne objelodanjuje u svim izvještajima ali isto tako, banka veliku pažnju posvećuje specijalizovanom treningu iz oblasti prodaje, sigurnosnih procedura itd.

U slučaju Turkiye Finans, dimenzija ima rast tokom vremena sa 0,44 u 2008. godini na 0,89 u 2013. godini, što je ujedno i najveća iskazana vrijednost. Banka za sve godine iskazuje zahvalnost zaposlenima i objelodanjuje njihov broj kao i na koji način utiče na profesionalni razvoj zaposlenih: „Turkiye Finans djeluje s misijom dijeljenja dobivene vrijednosti u skladu s principima participirajućeg bankarstva. Banka nastavlja da razvija svoje ljudske resurse i doprinosi razvoju zaposlenih. U 2015. godini, 427 zaposlenih je učestvovalo u KARIYER-LAB, aplikaciji za mjerenje i evaluaciju koja se zasniva na efikasnom upravljanju ljudskim resursima i na filozofiji ostvarivanja razvoja karijere zaposlenih“ (TF Annual Report, 2015).

Banka također objelodanjuje nagrade za zaposlene koje su u formi motivirajućih bonusa ali ova varijabla nije objelodanjena za sve godine: „Tokom 2014. godine zaposlenima su isplaćivani motivacijski bonusi u nastojanju da nagrade uspješan rad i podignu motivaciju zaposlenih. Te novčane isplate izračunate su uzimajući u obzir obaveze i odgovornosti zaposlenih, kao i pojedinačne i odjelne performanse, i isplaćivane su u gotovini“ (TF Annual Report, 2014). Kada je u pitanju trening sa studentima, „banka je nastavila da zapošljava part-time studente 3 i 4 godine fakulteta na raznim projektima“. TF je pokrenula projekat „I'm joining you“ sa ciljem da studenti koji pohađaju najbolje univerzitete naše zemlje postanu dijelom Turkiye Finans tima. Banka je u 2015. godini u sklopu ovog projekta primila 4,166 prijava“ (TF Annual Report, 2015).

Visok stepen objelodanjivanja, 78% za period 2013-2016. prisutan je i u izvještajima Albaraka banke. U pogledu politike jednakih mogućnosti, „banka sve zaposlene smatra dijelom velike i sretne porodice koja ima budućnost“ ali i kroz program promocije odnosno napredovanja gdje svi zaposleni imaju mogućnost da pristupe testiranju u cilju napredovanja: „Svaki zaposlenik koji je ispunio vremenski period definisan kadrovskim propisima Albaraka Turk, može polagati ispite za napredovanje. Uslovi za napredovanje su uspješni rezultati ispita, pozitivna procjena njegovog ukupnog učinka i čista disciplinska evidencija“ (Albaraka Annual Report, 2009). S druge strane, banka također navodi i trening programe koji pohađaju zaposlenici ali eksplicitno ne objelodanjuje da li se oni odnose na programe iz domena Šerijata, islamskog odnosno participirajućeg bankarstva. Slična situacija jeste i sa obukom iz domena sprečavanja pranja novca koja nije objelodanjena za sve godine.

Kada je u pitanju odnos BBI banke prema zaposlenima, banka je među najpoželjnijim poslodavcima u BiH po osnovu priznanja „Najpoželjniji poslodavac“ kojeg je dobila u 2011. i 2015. godini. Međutim, analizom izvještaja uviđa se da ova dimenzija ima najveću vrijednost nešto višu od 50%, tačnije 0,56 i to u samo nekim godinama (2008, 2009, 2011-2013.). Banka ni u jednom izvještaju ne objelodanjuje da li ima politiku jednakih mogućnosti, iako je evidentno, na osnovu fotografija Uprave, da su žene na rukovodećim pozicijama u banci, kao ni da li ima određeni sistem nagrađivanja za svoje zaposlene. U okviru određenih beneficija koje banka omogućava svojim zaposlenima, ova varijabla se odnosi samo na otpremninu: „Banka plaća za otpremnine minimalno tri prosječne plate zaposlenika ili tri prosječne plate koja je banka isplatila u zadnja tri mjeseca, zavisno od toga šta je povoljnije za zaposlenika“.

Kada je u pitanju trening zaposlenih, ova varijabla je objelodanjena u svim izvještajima: „BBI akademija nastavila je sa pružanjem svog visokokvalitetnog programa obuke i obrazovanja. U 2014. godini akademija je uvela 14 dodatnih seminara. Ukupno 500 zaposlenika učestvovalo je u 39 eksternih i unutrašnjih seminara, predavanja i obuka, stekavši dragocjena znanja i proširivši svoje perspektive. Programe BBI akademije sprovode interni stručnjaci banke ali za neke specifične teme BBI akademija angažira gostujuće predavače, uglavnom ugledne univerzitetske profesore i stručnjake iz drugih institucija“ (BBI Annual Report, 2014). Međutim banka ne objelodanjuje koje su to specifične teme, posebno kada se radi o specijalizovanom treningu u kontekstu sprečavanja pranja novca. Interesantan je podatak da se u izvještaju Albaraka Turk za 2016. godinu objelodanjuje da su zaposlenici BBI banke bili određeni period u ovoj banci na obuci dok takav podatak nije objelodanjen u okviru izvještaja BBI banke. Isto tako, trening iz oblasti upoznatosti sa Šerijatom i principima islamskog bankarstva jeste prisutan u izvještajima banke ali nije objelodanjen za sve godine. Prosječna vrijednost ove dimenzije po bankama data je u narednoj tabeli.

Tabela 63: Prosječna vrijednost dimenzije „Zaposleni“ banaka iz uzorka

Banka	Prosječna vrijednost
CIMB Islamic	0.86
Bank Syariah Mandiri (BSM)	0.78
Kuveyt Turk (KT)	0.77
Albaraka	0.71
Bank Muamalat Malaysia Berhad (BMBB)	0.70
Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB)	0.69
Turkiye Finans (TF)	0.69
Bank Muamalat Indonesia (BMI)	0.67
Al Rajhi	0.67
Abu Dhabi Islamic Bank (ADIB)	0.67
Qatar Islamic Bank (QIB)	0.67
National Commercial Bank (NCB)	0.63
Albilad	0.60
RHB Islamic	0.53
AlJazira	0.52
Bosna Bank International (BBI)	0.49
Qatar International Islamic Bank (QIIB)	0.40
Dubai Islamic Bank (DIB)	0.33

Izvor: Kalkulacija autora na bazi godišnjih izvještaja banke

Iz tabele se uočava da većina analiziranih banaka ima stepen objelodanjivanja ove dimenzije preko 50% što korespondira sa istraživanjem Rashid et al. (2013), u kontekstu posvećenosti banke prema stakeholderima. Najveći stepen objelodanjivanja ove dimenzije ima CIMB Islamic čime se ističe odlika Grupe da veliku pažnju posvećuju svojim zaposlenima, posebno u kontekstu uvažavanja različitosti. U slučaju turskih banaka, njihova odlika jeste veliki broj klubova koje su osnovane u sklopu banke radi jačanja međuljudskih odnosa i isticanja koliko su zaposleni važni banci. Što se tiče BBI, ova dimenzija je više zastupljena u izvještajima banke u odnosu na DIB koja ujedno ima najmanju prosječnu vrijednost ove dimenziju za razliku od ADIB koja ima znatno veći stepen objelodanjivanja u odnosu na DIB i BBI. Ipak ono što je ovdje bitno istaći, posebno u slučaju BBI, jeste da iako je banka nosilac raznih priznanja kada je u pitanju odnos prema zaposlenima, ovaj segment nije zastupljen u izvještajima vjerovatno iz razloga što je koncept nefinansijskog izvještavanja, u velikoj mjeri, još uvijek nedovoljno zastupljen u praksi banaka u BiH.

8.1.6 Vrijednost dimenzije *Kreditori* za analizirane banke

Ova dimenzija ima najveći stepen objelodanjivanja u izvještajima svih analiziranih banaka. Time se ističe koliko su islamske banke opredjeljenje za efikasno i efektivno upravljanje svojom kreditnom politikom kao i politikom otpisa dugova. Isto tako, većina banaka je objelodanila iznos otpisanih dugova te vrste kreditnih aktivnosti. U tom kontekstu, ova dimenzija je u potpunosti zastupljena u godišnjim izvještajima Qatar Islamic Bank u vrijednosti 1 za sve analizirane godine osim za 2006. kada iznosi 0,75. Banka eksplicitno navodi svoju kreditnu politiku: „Banka je uvijek provodila i slijedila konzervativnu kreditnu politiku kako bi osigurala potpuno razumijevanje potencijalnog rizika kroz širok raspon proizvoda i bazu klijenata... Ovaj pristup, zajedno s periodičnim stres testiranjem i analizom scenarija i proaktivnim upravljanjem svim rizicima, i dalje daje pozitivne rezultate u jačanju cjelokupnog kreditnog portfelja QIB-a“ (QIB Annual Report, 2013).

U slučaju QIIB, dimenzija ima vrijednost 0,75 za sve godine izuzev za 2010. godinu kada iznosi 0,5 budući da u toj godini nije objelodanjen iznos otpisanih dugova, što je jedna od varijabli koje čine ovu dimenziju: „*Grupa otpisuje finansijsko sredstvo ili ulaganje i sve pripadajuće ispravke za gubitke od umanjenja vrijednosti kada utvrdi da je finansijsko sredstvo ili vrijednosni papir nenaplativ i nakon dobivanja odobrenja QCB-a*“ (QIIB Annual Report, 2013). U pogledu kreditne politike, „*QIIB pokušava kontrolirati kreditni rizik nadgledanjem kreditne izloženosti, ograničavanjem transakcija s određenim strankama i kontinuirano ocjenjujući kreditnu sposobnost ugovornih strana. Banka nastoji upravljati izloženošću kreditnom riziku kroz diverzifikaciju kreditnih aktivnosti kako bi se izbjegla prekomjerna koncentracija rizika s pojedincima ili grupom klijenata na određenim lokacijama ili poslovnim subjektima*“ (QIIB Annual Report, 2010).

Potpuno objelodanjivanje ove dimenzije prisutno je i u izvještajima islamske banke iz Indonezije, Bank Muamalat Indonesia. Ova dimenzija ima vrijednost 1 svim analiziranim godinama izuzev u 2010. godini kada iznosi 0,75: „*Politika poštivanja prava povjerenika koristi se kao vodič za dobijanje kredita za povjerenice*“ (BMI Annual Report, 2016). Isto tako, „*kao dio upravljanja kreditnim rizikom, banka mjeri kvalitet finansiranja finansijske imovine koristeći kvalitativne i kvantitativne podatke*“ (BMI Annual Report, 2013). Banka svoj odnos prema riziku objelodanjuje na način da se „*sve aktivnosti finansiranja sprovode uz strogi naglasak na aspekte upravljanja kreditnim rizikom i primjenu načela i prakse dobrog korporativnog upravljanja*“ (BMI Annual Report, 2013). Za razliku od BMI, maksimalna vrijednost dimenzije u izvještajima BSM je iskazana samo u izvještaju iz 2011. godine

Maksimalnu vrijednost od 1 objelodanile su i islamske banke iz Saudijske Arabije, AlJazira i NCB. U slučaju AlJazira, banka je u svim godinama objelodanila iznos otpisanih dugova kao i na koji način sprovodi kreditnu politiku: „*Kreditna politika ima za cilj održavanje visokog kvaliteta kreditnog portfelja i osiguravanje odgovarajuće diverzifikacije rizika. Kreditna politika postavlja osnovne kriterije za prihvatljive rizike i identificira područja rizika koja zahtijevaju posebnu pažnju*“ (AlJazira Annual Report, 2011). Kao vodeća banka u bankarskom sektoru, NCB ima potpuni stepen objelodanjenosti kada su u pitanju kreditori ali interesantno je da se iz izvještaja uočava da iznos otpisanih kredita pada u 2014. i 2015. godini da bi se u 2016. godini znatno uvećao.

Što se tiče AlRajhi banke, dimenzija ima maksimalnu vrijednost za većinu analiziranih godina dok u slučaju 2012. godine, banka nije objelodanila iznos otpisanih dugova. Slična situacija prisutna je i kada je Albilad u pitanju. Analizirana dimenzija u izvještajima banke zastupljena je sa vrijednošću od 0,75 u svim analiziranim izvještajima. Banka u izvještajima ističe da „*u osnovi pruža kratkoročno finansiranje kako bi zadovoljila potrebe za obrtnim kapitalom, dok se srednje i dugoročne potrebe za finansiranjem selektivno preispituju za komercijalne klijente koji uživaju dobar ugled na tržištu i dobru finansijsku procjenu i imaju dobru kreditnu historiju*“ (Albilad Annual Report, 2015). Isto tako banka objelodanjuje praksu otpisa dugova kao i njihov iznos dok detaljno objelodanjivanje vrsta kreditnih aktivnosti nije uočeno.

Kada su u pitanju islamske banke iz Malezije, BIMB u izvještajima za sve godine nije objelodanjivala iznos otpisanih dugova kao ni kreditne aktivnosti koje je banka poduzela što je uticalo na konačnu vrijednost dimenzije. Najveću vrijednost 1, dimenzija ima za period 2012-2016. kada su objelodanjenje sve varijable koje je čine. Veći stepen konzistentnosti u objelodanjivanju odnosa prema kreditorima, uočen je u izvještajima BMMB banke koja za većinu analiziranih izvještaja ima vrijednost 1 izuzev za period 2007-2009. Banka navodi da sprovodi „*opreznu kreditnu politiku kao odgovor na sve veći zastoj u ekonomskim*

aktivnostima uopšte“ (BMMB Annual Report, 2016). Isto tako, banka navodi u svim godinama iznos otpisanih dugova. Dimenzija kreditori se u izvještajima CIMB Grupe tretira u okviru „Vodiča za kreditnu politiku i Vodiča za politiku finansiranja u skladu sa islamskim principima“ (CIMB Annual Report, 2016) ali nije iskazana za sve godine pa je vrijednost ove dimenzije maksimalna 1, nakon 2012. godine. Analizirana dimenzija u izvještajima RHB Islamic zastupljena je sa 75% za sve analizirane godine.

Maksimalna vrijednost ove dimenzije prisutna je i u izvještajima DIB i ADIB banaka. U slučaju ADIB kreditna politika iskazana je u skladu sa: „ADIB je nastavio svoj konzervativni pristup upravljanju kreditnim rizikom“ (ADIB Annual Report, 2016). Isto tako, banka je objelodanila iznos otpisanih dugova kao i vrste kreditnih aktivnosti.

Što se tiče analiziranih banaka iz Turske, odnos banke prema kreditorima u izvještajima KT ima maksimalnu vrijednost u većini analiziranih izvještaja izuzev za 2006. i 2007. godinu kada vrijednost dimenzije iznosi 0,75. Kada je u pitanju kreditna politika, „kako bi se izbjegla prekomjerna koncentracija rizika, politike i procedure banke uključuju posebne smjernice za fokusiranje na održavanje diverzificiranog portfelja, s ograničenjima postavljenim na geografsku i industrijsku izloženost. Identificirane koncentracije kreditnih rizika kontrolišu se i upravljaju u skladu s tim“ (KT Annual Report, 2016). Kada je u pitanju TF, ova dimenzija ima izraženu maksimalnu vrijednost 1 za period 2012-2016. dok je manja vrijednost dimenzije, 0,75, iskazana za period 2008-2010. Za razliku od prethodne dvije banke, Albaraka ima objelodanjen odnos prema kreditorima u svim izvještajima sa maksimalnom vrijednošću 1.

U izvještajima BBI banke, dimenzija je zastupljena sa 75% za sve analizirane godine izuzev u izvještaju iz 2007. godine kada je taj procenat niži. Banka detaljno objelodanjuje kreditnu politiku koju je primjenila, posebno u uslovima svjetske ekonomske krize: „Do sada, tekuća finansijska kriza ima limitiran uticaj na finansijsku poziciju i poslovanje banke, najviše zbog internih politika upravljanja rizicima i regulatornih restrikcija. Banka kontinuirano prati kreditni rizik, rizik likvidnosti, kamatni rizik i rizik promjena valutnih kurseva. Očekuje se da adekvatnost kapitala banke ostane na trenutnom nivou, dovoljno za poslovne aktivnosti bez dodatnih kapitalnih povećanja“ (BBI Annual Report, 2008). Banka također daje opšti pregled kreditnih aktivnosti ali ne i detalje istih.

Prosječna vrijednost ove dimenzije svih analiziranih banaka data je u tabeli 63.

Tabela 64: Prosječna vrijednost dimenzije „Kreditori“ banaka iz uzorka

Banka	Prosječna vrijednost
Albaraka	1
Abu Dhabi Islamic Bank (ADIB)	1
National Commercial Bank (NCB)	1
AlJazira	1
Dubai Islamic Bank (DIB)	1
Qatar Islamic Bank (QIB)	0.98
Bank Muamalat Indonesia (BMI)	0.96
Kuveyt Turk (KT)	0.95
CIMB Islamic	0.93
Bank Muamalat Malaysia Berhad (BMMB)	0.93
Al Rajhi	0.92

Turkiye Finans (TF)	0.91
Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB)	0.8
Albilad	0.75
RHB Islamic	0.75
Qatar International Islamic Bank (QIIB)	0.71
Bosna Bank International (BBI)	0.70
Bank Syariah Mandiri (BSM)	0.63

Izvor: Kalkulacija autora na bazi godišnjih izvještaja banke

U odnosu na prethodne dimenzije, stepen objelodanjivanja odnosa prema kreditorima je iznad 60%, u izvještajima svih analiziranih banaka. U tom pogledu, ova dimenzija je ujedno i ona koja je najviše zastupljena u izvještajima islamskih banaka. Ovo je također potvrđeno u istraživanju autora Zubairu et al. (2012). Čak i u slučaju onih banaka za koje je vrijednost dimenzije manja od 1, može se reći da je to posljedica toga što se dimenzija sastoji od samo četiri varijable pa u slučaju da jedna nije objelodanjena to značajno utiče na njenu vrijednost. Za razliku od BBI, njeni osnivači su imali maksimalni stepen objelodanjivanja ove dimenzije što jasno govori o tržišnoj poziciji ovih banaka na domaćem tržištu.

8.1.7 Vrijednost dimenzije *Društvena zajednica za analizirane banke*

Iako nije jednako zastupljena u izvještajima svih analiziranih banaka, važno je istaći da sve banke iz uzorka eksplicitno naglašavaju da su usmjerene ka ispunjenju svoje društvene uloge. Isto tako, jako je različit dijapazon aktivnosti koje banke poduzimaju kada su u pitanju društvene aktivnosti. Pored toga, veliki broj banaka svoj koncept korporativne društvene odgovornosti ne vezuje samo za aktivnosti vlade već je on dio njihovog korporativnog imidža. Varijabla koja je znatno uticala na ovu dimenziju jeste postojanje posebne poslovnice za žene. Kreatori indeksa, Haniffa i Hudaib (2007) su uvrstili ovu varijablu iz razloga što se njihovo istraživanje odnosilo na GCC zemlje gdje inače postoji praksa banaka u ovim zemljama da žene, usljed religijskih društvenih normi, imaju svoje posebne poslovnice. Međutim, kada se ovaj pristup primjeni u drugim zemljama, poput Malezije, Indonezije ili Turske, gdje uloga žene, posebno u pogledu njenog učešća u upravljačkoj strukturi banke, ima znatno drugačiju poziciju, onda ova varijabla utiče negativno na dimenziju i ne daje adekvatnu sliku o njenoj vrijednosti. Ovaj aspekt je detaljnije objašnjen u analizi svake od banke iz uzorka.

U slučaju QIB, pitanje društvenog angažmana objelodanjeno je znatno detaljnije u kasnijem periodu istraživanja budući da za 2015. i 2016. godinu dimenzija ima vrijednost 1, za razliku od 2006. i 2007. godine kada ima vrijednost 0,29 odnosno 0,43. U okviru ove dimenzije iskazuje se odnos banke prema društvu. Interesantan je način kako banka percipira ulogu žena: „*Jedno od značajnih postignuća u 2016. godini jeste uvođenje bankarstva za žene, specijalno dizajniranih da zadovolje finansijske potrebe žena kao vid zahvalnosti za njihovu ulogu u katarskom društvu*“ (QIB Annual Report, 2016). Banka ima i svoju poslovnicu namijenjenu samo ženama: „*Sve renovirane poslovnice imaju odvojen Retail, ženski i Tamayuz odjel u cilju boljih usluga i različitih potreba svakog segmenta*“ (QIB Annual Report, 2015).

U pogledu drugih društvenih aktivnosti, QIB je vrlo detaljno objelodanio u kojim aktivnostima je učestvovala banka, njeni zaposleni kao i koje su to aktivnosti koje je banka sponzorirala i na koji način je podržala vladine društvene programe: „*Kao sastavni dio katarskog društva, QIB i dalje ostaje strateški partner različitih društvenih aktivnosti i opredijeljen je da ostane u stalnom kontaktu sa svim sektorima društva. Gdje god postoji*

potreba, banka je uvijek u prvom planu, odlučno podržavajući programe društvenog osnaživanja kao i ciljeve mudrog vodstva zemlje za praćenje kvaliteta integracije, uzajamne odgovornosti i solidarnosti u skladu s plemenitim učenjima islama i eminentne tradicije Poslanika, neka je mir i Allahov blagoslov na Njega“ (QIB Annual Report, 2008). Pored toga, QIB je „organizovao kampanju darivanja krvi radi poboljšanja zaliha u okviru Centra za krv“ (QIB Annual Report, 2011), „sponzorirao proslavu Nacionalnog dana Katara kao i Nacionalni dan sporta“ (QIB Annual Report, 2015), i „sponzorirao Osmu međunarodnu konferenciju o islamskoj ekonomiji koju organizuje Fakultet Islamijskih nauka“ (QIB Annual Report, 2011). Što se tiče spomenutih konferencija o islamskoj ekonomiji, ova varijabla nije objelodanjena za sve analizirane godine.

Iako QIIB naglašava svoju korporativnu društvenu odgovornost kao što je navedeno u izvještaju iz 2015. godine: „U pogledu svojih korporativnih društvenih odgovornosti, QIIB je vodio aktivnu politiku podrške različitim programima u zajednici i projektima i slučajevima koji služe društvu. Banka ovo pitanje smatra sastavnim dijelom svoje etičke i nacionalne opredjeljenosti i vjeruje da bi svi ekonomski sektori trebali pridonijeti razvoju i napretku našeg društva“ (QIIB Annual Report, 2015), društveno angažovanje QIIB je znatno niže u odnosu na QIB. U praksi, maksimalna vrijednost dimenzije bila je 0,43 (2010., 2011., 2015). Banka također navodi da „izvršava svoje društvene odgovornosti donacijama u dobrotvorne svrhe i organizacije kada se prijavi dobit“ (QIIB Annual Report, 2016), međutim ne objelodanjuje koje su to konkretno aktivnosti koje je poduzela, čime se njena društvena uloga svodi na minimum i na formulaciju koja, bez objelodanjenih detalja, nema punu vrijednost. Pitanje posebne poslovnice namjenjene ženama, QIIB ne tretira kroz svoje izvještaje. Isto tako, banka nije organizovala nijednu konferenciju ili seminar ili društveni događaj posvećen islamskoj ekonomiji ili srodnim temama.

Za razliku od QIIB, islamska banka iz Indonezije BMI, daje svoju definiciju korporativne društvene odgovornosti: „Korporativna društvena odgovornost može se tumačiti kao napor da se izgradi i aktivira kontinuirana, transparentna i etička primjena potrebna za aktivniji doprinos poboljšanju kvaliteta života svih stakeholdera, zaposlenih, kupaca, dioničara ili drugih vanjskim strana, kroz različite aktivnosti osnaživanja i održivog razvoja“ (BMI Annual Report, 2016). „Aktivnosti banke u domenu korporativne društvene odgovornosti su usmjerena na četiri pitanja: životna sredina, društveni razvoj, zaposlenost i sigurnost na poslu i zdravlje zaposlenih“ (BMI Annual Report, 2013). U tom kontekstu, vrijednost dimenzije *Društvena zajednica* je konstantna za period 2011-2013., kao i 2015. i 2016. godinu i iznosi 0,86. Bitno je napomenuti da dimenzija nema maksimalnu vrijednost 1 samo iz razloga što banka nema specijalnu poslovnicu namijenjenu ženama.

Društvene aktivnosti koje je sprovela banka usmjerene su na „programe pomoći ljudima koji su pogođeni zemljotresom i poplavama“ (BMI Annual Report, 2013), „organizaciju sadnje sadnica u cilju poboljšanja ekosistema šuma“ (BMI Annual Report, 2015), „stipendiranje studenata iz siromašnijih porodica“ (BMI Annual Report, 2015), „podsticanje razvoja malih preduzetnika“ (BMI Annual Report, 2012), „podržavanje vladine društvene aktivnosti poput izgradnje islamske solidarne škole kao integracijskog edukativnog centra za djecu pogođenu tsunamijem“ (BMI Annual Report, 2011), „podsticanje obrazovnog procesa kroz program besplatnih autobusa za stanovnike iz udaljenih krajeva zemlje“ (BMI Annual Report, 2013). Isto tako, u toku 2010. godine, „banka je sprovela program razvoja kompetencija za zaposlene kroz aktivnosti obuke posebno osmišljene na osnovu položaja, funkcija i kompetencija zaposlenih. Obuka je bila otvorena za sve zaposlene, jer osim što se koristio kao

orijentacijski program za zapošljavanje novih članova, program obuke je bio i nagrada zaposlenima na osnovu njihovog radnog učinka“ (BMI Annual Report, 2010).

Pored svih nabrojanih društvenih aktivnosti koje su i više nego impresivne, vrlo je interesantan primjer kako BMI banka surađuje sa lokalnim džamijama, koje je identifikovala kao stubove društva: *„Banka je 2015. godine pokrenula program pod nazivom „Cinta Masjid Movement“ sa ciljem da se poboljša kvalitet objekata i infrastrukture za obavljanje molitve kao i obezbjedi pomoć u upravljanju džamijama kako bi džamije u Indoneziji postale neovisne, moderne i ISO 9001:2008 certificirane. Kroz ovaj program Banka Muamalat Indnesia želi napraviti džamije centrom aktivnosti i doprinjeti jačanju zajednice u oblasti zdravstva, obrazovanja, ekonomskog osnaživanja i zaštite životne sredine“ (BMI Annual Report, 2015).*

Što se tiče druge analizirane banke iz Indonezije, vrijednost dimenzije u izvještajima BSM banke nije jednaka pa je tako najveći stepen objelodanivanja iskazan u izvještaju iz 2015. godine i iznosi 0,71, da bi u izvještaju iz 2016. godine, dimenzija bila zastupljena sa 57%. Banka u svim izvještajima naglašava svoju predanost u obavljanju društvene uloge primjenjujući *triple bottom line* princip: *„Banka slijedi ne samo ekonomske interese (profit) već i društvene (people) i okolišne (planet) aspekte“ (BSM Annual Report, 2011).* Isto tako, banka vrlo detaljno objelodanjuje aktivnosti koje je poduzela u kontekstu korporativne društvene odgovornosti i odnosa prema zajednici: *„Banka je podržala cirkumciziju (obrezivanje) za dječake siromaših porodica i donirala knjige za škole“ (BSM Annual Report, 2011), „donirala sredstva za rješavanje pitanja pitke vode širom Indonezije“ (BSM Annual Report, 2014), „organizovala iftare za siromašne“ (BSM Annual Report, 2015) i „sponzorisa Svjetski islamski ekonomski forum“ (BSM Annual Report, 2016).* S druge strane, banka nije u svim analiziranim godinama objelodanila da li je podupirala aktivnosti koje organizuje vlada kao niti da li je organizovala konferencije na temu islamskog bankarstva.

U slučaju Al Rajhi banke, dimenzija ima najveću vrijednost u 2012. godini i iznosi 1 dok je najmanja vrijednost 0,43 utvrđena za 2008. i 2009. godinu. Banka iskazuje svoju predanost u obavljanju društvene uloge u izvještajima za sve analizirane godine: *„U okviru poslovnog okruženja organizirane su različite aktivnosti, uključujući radionice za menadžere većeg nivoa o korporativnoj društvenoj odgovornosti, izložbe svijesti o pušenju, kampanje darivanja krvi, kampanje vakcinacije protiv gripe, racionalizaciju komunalnih usluga, očuvanje vode i električne energije, recikliranje papira“ (Al Rajhi Annual Report, 2009).* Banka podržava dobrotvorne organizacije i njihov socijalni rad na posebne načine, kao što su:

- *„omogućavanje donacije od klijenta banke licenciranoj dobrotvornoj ustanovi putem elektronskih kanala banke;*
- *izdavanje posebne „Insan“ kreditne kartice koja dozvoljava klijentima banke da prenose sredstva u korist dobrotvornih udruženja;*
- *omogućavanje besplatnog korištenja prestižnih prostorija sjedišta banke za dobrotvorne organizacije“ (Al Rajhi Annual Report, 2012).*

Iako se u većini izvještaja navodi već spomenuti odnos prema ženama i kreiranju specijalnih poslovnica za njih, ovaj podatak kao i učestvovanje ili organizovanje konferencija iz oblasti islamskog bankarstva, nije objelodanjen u svim analiziranim izvještajima što utiče na vrijednost dimenzije.

Kada govorimo o Albilad banci, vrijednost dimenzije varira tokom analizarnog perioda i najveća vrijednost joj je u 2016. godini i iznosi 0.63. Banka nije objelodanila u izvještajima za

sve godine mogućnost zapošljavanja ili sponzorstva dobrotovnih aktivnosti. Međutim ono što je posebno važno istaknuti kada je u pitanju ova banaka jeste da je jedinstvena, ne samo u Saudijskoj Arabiji nego i u cijeloj analiziranoj KISMUT skupini iz razloga što ima posebnu poslovnicu za osobe sa posebnim potrebama: „*Sanirali smo poslovnicu opremljenu svim potrebnim instalacijama za opsluživanje ljudi s posebnim potrebama. Ova poslovnicu omogućava osobama s fizičkim oštećenjem, oštećenjem sluha i vida da lako izvršavaju sve bankarske operacije*“ (Albilad Annual Report, 2014). Isto tako, „*banka je u 2016. godini predstavila prvi rječnik bankarskih pojmova na znakovnom jeziku što se smatra prvim takvim na Bliskom istoku*“ (Albilad Annual Report, 2016).

Varijabilitet u objelodanjivanju aktivnosti korporativne društvene odgovornosti, uočen je i u izvještajima AlJazira banke. Naime, analizirana dimenzija ima maksimalnu i ujedno najveću vrijednost 1 iskazanu za 2008. godinu dok nakon toga vrijednost dimenzije varira između 0,57 i 0,71: „*Programi banke usmjereni su za pomoć velikom broju porodica i pojedinaca. Pored toga, ponudili smo raznoliko stručno usavršavanje stotinama mladih Saudijaca, pružajući im realne mogućnosti zapošljavanja i aktivnijeg sudjelovanja u razvoju nacionalne ekonomije*“ (AlJazira Annual Report, 2008), „*Banka AlJazira je posebnu pažnju posvetila korporativnoj društvenoj odgovornosti i zajednici kroz svoj program 'Khair AlJazira le Ahl AlJazira' u saradnji sa vladinim institucijama, dobrotvornim društvima i centrima za obuku širom Kraljevine. Kroz sponziranje brojnih aktivnosti i programa obuke usmjerenih ka razvoju i boljitku potrebnih pojedinaca u saudijskoj zajednici, banka je jedan od osnivača Centra za lica sa posebnim potrebama Princa Salmana*“ (AlJazira Annual Report, 2011). Ipak i pored prethodno navedenih aktivnosti, banka ne objelodanjuje u svim izvještajima aktivnosti poput organizovanja konferencija ili seminara iz oblasti islamskog bankarstva kao niti sponzorstvo društvenih aktivnosti.

NCB banka navodi da je „*korporativna odgovornost NCB-a pod nazivom „Ahalina“ nastavljena u skladu sa novom strategijom specifičnih programa za podsticanje učešća u nacionalnoj ekonomiji i sa ciljem osnaživanja tri vitalne zajednice u zajednici: djecu, mlade i žene*“ (NCB Annual Report, 2015). U tom kontekstu, „*strateški plan NCB-a od 2014. do 2018. godine ima za cilj osposobiti 3.550 žena. Cilj programa je pružiti ženama koje žele osnovati svoja mala preduzeća i započeti trgovanje na bazi mikrofinansiranja, pružajući im priliku da dobiju beskamatno finansiranje kroz kolektivno solidarno finansiranje*“ (NCB Annual Report, 2014). Banka također objelodanjuje da je „*organizovala više specijalističkih trening programa sa ciljem da osposbi mlade Saudijce, muškarce i žene, sa vještinama i znanjem neophodnim za buduće lidere*“ (NCB Annual Report, 2015).

U pogledu upoznavanja javnosti sa islamskim bankarstvom, „*banka nastoji podići svijest svojih klijenata o islamskom bankarstvu pa je organizovala sastanke u tri različita grada unutar Kraljevine na kojima su se zaposlenici i klijenti Banke sastali s članovima Šerijatskog odbora kako bi dobili odgovore na njihova pitanja u vezi sa Šerijatom*“ (NCB Annual Report, 2014). Najveća vrijednost dimenzije iskazana je u 2016. godini i to 0,71. Interesantno je da banka ne objelodanjuje da li je sponzorisala određene društvene aktivnosti. S druge strane razlog tome može biti što banka sama pokreće i realizuje važne društvene projekte.

U izvještajima islamskih banaka iz Malezije, prije svega BIMB, dimenzija *Društvena zajednica* nema maksimalnu vrijednost isključivo zbog nepostojanja posebne poslovnicu za žene čime je najveća vrijednost ove dimenzije 0,86. Međutim, ona nije iskazana za sve analizirane godine. BIMB ima izrazito izražen odnos prema društvenoj zajednici i konceptu korporativne društvene odgovornosti: „*Pojam društvene odgovornosti i pravde, sastavni je*

dio islamskog društva gotovo 14 stoljeća. Stoga se čini prirodnim da banka Islam Malaysia Berhad svoje programe korporativne odgovornosti ugrađuje u srce svih svojih poslovnih aktivnosti. Naše CR strategije zasnovali smo na ideji falaha (ljudskog blagostanja) i hayat tayyiba (dobrog života). Stoga smo sa zadovoljstvom podržali vladin 'Big-Push' za socijalno-ekonomsku pravdu“ (BIMB Annual Report, 2011). Isto tako, „islamske temeljne vrijednosti i dalje upravljaju aktivnostima i inicijativama banke za društvenu odgovornost koje uključuju njegovanje raznolikosti i inkluzije, vođenje odgovornih poslovnih praksi, održavanje socijalne pravde i smanjenje uticaja na životnu sredinu“ (BIMB Annual Report, 2013). Iako se ova rečenica „njegovanje raznolikosti i inkluzije“ može odnositi i na zaposlene, ona je ipak u ovom izvještaju data u kontekstu društvene uloge banke a ne odnosa prema zaposlenima.

Banka je i organizator i učesnik određenih konferencija i događaja sa ciljem promocije islamskog bankarstva poput „*World Universities Islamic Philanthropy 2013*“ ili „*Responsible Finance Summit 2016*“. Ipak kao i u slučaju prethodnih dimenzija, banka nije objelodnjivala određene varijable dimenzije u svim analiziranim godinama poput sponzorstva društvenih aktivnosti. Na osnovu toga najmanja iskazana vrijednost dimenzije je 0,29 za godine 2006. i 2008.

Znatno drugačiji odnos prema društvenom angažmanu prisutan je u izvještajima BMMB banke jer banka odnos prema društvenoj zajednici uopće ne objelodanjuje u izvještajima za 2006., 2007. i 2008. godinu. To znači da je vrijednost ove dimenzije u ovim godinama jednaka 0. Može se reći da su izvještaji za tu godinu više tehničke prirode u smislu prisutnosti nefinansijskog izvještavanja. Tek u izvještaju iz 2010. godini banka objelodanjuje odnos prema društvenoj zajednici što utiče i da vrijednost dimenzije u ovoj godini bude 0,43 kao i u izvještaju iz 2011. godine. Nakon toga, vrijednost dimenzije raste pa je najveća vrijednost 0,71 ali i ovdje se pojavljuje već spomenuti problem nepostojanja posebne poslovne za žene što utiče na vrijednost dimenzije. Slična praksa ali sa još nižim stepenom objelodanjivanja odlika je izvještaja RHB Islamic. Analizirana dimenzija ima izuzetno nizak stepen objelodanjivanja podataka čija maksimalna vrijednost iznosi 0,29 ali samo za 2008. i 2009. godinu dok za većinu analiziranog perioda dimenzija ima vrijednost 0,14 a za 2006. godinu iznosi 0. Ipak ovdje je bitno naglasiti da RHB Grupa objelodanjuje posebno izvještaj o održivosti međutim isti nije dostupan za sve analizirane godine i nije bio predmetom analize.

Nasuprot praksi koja je iskazana u izvještajima prethodne dvije banke, analizirana dimenzija ima maksimalnu vrijednost od 0,86 u izvještajima CIMB Islamic u okviru koje se društvene aktivnosti sprovode od strane već spomenute CIMB Fondacije: „*U 2013, CIMB fondacija bila je uključena u 94 projekta širom Malezije, utičući na mnoge živote kroz naše programe koji imaju za cilj osnažiti zajednice i pružiti im put ka ekonomskom napretku*“. *Fondacija je sponzorovala i program za 100 žena u nepovoljnom položaju između 18 i 40 godina da uče da čitaju, pišu i govore engleski jezik*“ (CIMB Annual Report, 2013). „*U 2015. godini CIMB je igrao aktivnu ulogu u nacionalnim programima za zaštitu od poplava gdje je otpremljeno oko 78 tona hrane i zaliha za područja koja su najteže pogođena poplavama*“ (CIMB Annual Report, 2015).

Kada su u pitanju analizirane islamske banke iz UAE, najveći stepen objelodanjivanja u izvještajima DIB banke prisutan je u izvještaju za 2011. godinu i iznosi 0,57 dok je najmanja vrijednost od 0,14 iskazana za 2009. godinu. Banka u izvještajima za 2011. i 2012. godinu objelodanjuje aktivnosti u okviru specijalne poslovne za žene kao i vrstu podrške organizacijama koje podržavaju društvene aktivnosti: „*Također smo podržali dobrotvornu i humanitarnu ustanovu Mohammad Bin Rashid u pružanju pomoći libijskim i somalijskim*

izbjeglicama i udružili snage s Fondacijom Noor Dubai (NDF) kako bismo podržali medicinsku, hiruršku i preventivnu njegu očiju u Aziji i Africi“ (DIB Annual Report, 2011). Isto tako, „pomogli smo 249 porodica sa naknadama za obrazovanje, 75 porodica da plate najamninu za stan, podmirili smo naknade za 34 medicinska slučaja i opskrbili medicinsku i rendgensku opremu u pet bolnica i medicinskih centara. Banka je kupila i tri autobusa za podršku dobrotvornim organizacijama u UAE“ (DIB Annual Report, 2012). Banka je u 2011. godini objelodanila društvene događaje koje je sponzorirala za razliku od izvještaja iz 2009 i 2012. godine.

Dimenzija *Društvena zajednica* ima maksimalnu vrijednost 1 za posljednje tri analizirane godine izvještaja ADIB banke, dok u 2013. godini ona ima vrijednost 0,71. Poduzete društvene aktivnosti odnose se na: *„ADIB se uključio u sponzorstvo masovnih venčanja za razne grupe u društvu. Svrha je bila riješiti društveno pitanje sa kojim su suočeni mladenci i promovirati pozitivne društvene promjene pružanjem platforme za uklanjanje rasipanja hrane na vjenčanjima“ (ADIB Annual Report, 2013), „ADIB se uključio u kampanju darivanja krvi koja je prikupila 260 litara krvi“ (ADIB Annual Report, 2015) kao i „U skladu s ciljem vlade UAE-a da smanji svoj otisak ugljendioksida za 20% do 2015. godine, a s obzirom na sve veću predanost banke odgovornosti prema životnoj sredini, novo sjedište ADIB-a, koje je trenutno u izgradnji u Abu Dabiju, primijenilo je načela dizajna najbolje prakse s ciljem minimiziranja potrošnje energije i otpada a maksimiziranja recikliranja i kvaliteta okoliša“ (ADIB Annual Report, 2016).*

Odnos KT banke prema društvenoj zajednici najbolje se može analizirati kroz izjavu: *„Svjesni svoje odgovornosti za društvo, 2015. godine razvili smo projekat dostave penzija za naše klijente penzionere koji zbog lošeg zdravstvenog stanja ne mogu posjetiti naše poslovnice“ (KT Annual Report, 2016). U pogledu treninga studenata banka navodi da „u ljeto 2013. godine 160 mladih bankara uspješno je završilo program „Campus at the Bank“ koji banka provodi kao vid društvene odgovornosti i zapošljavanja. Oko 70% polaznika su se zaposlili u KT“ (KT Annual Report, 2013). Vrijednost ove dimenzije, za većinu analiziranih izvještaja, je 0,86 iz razloga što, kao i u slučaju islamskih banaka iz Malezije i Indonezije, KT nema specijalnu poslovnicu za žene.*

Slična praksa prisutna je i kada je u pitanju TF. Analizirana dimenzija je najviše zastupljena u izvještajima iz 2013. i 2014. godine i to u iznosu od 86%. U pogledu odnosa banke prema društvenoj zajednici, *„banka je započela saradnju s KOSGEB-om kako bi podržala preduzeća koja su pretrpjela finansijske gubitke u teškoj tragediji koja se desila u okrugu Reyhanli u provinciji Hatay 2013. godine i pružila im pomoć u ponovnom pokretanju poslovanja“ (TF Annual Report, 2013). Isto tako, „banka je poduzela prve korake u bankarskim aktivnostima usmjerenim na pomoć osobama sa invaliditetom i povećala broj finansijskih rješenja za energetske projekte“ (TF Annual Report, 2013). Pored toga, „Turkiye Finans je podržala Centar za djecu i mlade iz Istanbula. Projekti su pokrenuti s ciljem da odgajaju djecu koja su se suočila sa socijalnim problemima kao pojedinci koji su korisni za društvo“ (TF Annual Report, 2014). Na vrijednost ove dimenzije utiče nepostojanje varijable koja se odnosi na posebne poslovnice za žene.*

Visok stepen objelodanjivanja dimenzije prisutan je u svim izvještajima Albaraka banke: *„Albaraka smatra da su društvena odgovornost, umjetničke i kulturne aktivnosti, uz finansijske pokazatelje, ključni elementi za napredak banke i klijenata u budućnost“ (Albaraka Annual Report, 2015). Banka u svim izvještajima naglašava predanost u obavljanju društvene uloge, izuzev u 2006. godini, kada je ova varijabla izostavljena. U*

pogledu poduzetih društvenih aktivnosti, „Albaraka Turk tradicionalno organizuje takmičenje u kaligrafiji kako bi iskazali ugled koji ova vještina zaslužuje u umjetnost i pružili podršku kaligrafima koji stvaraju radove na ovom polju“ (Albaraka Annual Report, 2009), isto tako, „Albaraka Turk podržala je desetak samita o ekonomiji i finansijama kao sponzor. Jedan od samita održanih na Pravnom fakultetu Univerziteta Marmara, okuplja sudije, akademike, pravnike i studente“ (Albaraka Annual Report, 2012). Vrijednost dimenzije raste sa 0,71 na 0,86 za period 2010-2016.

BBI banka u svim svojim izvještajima ističe da se radi o instituciji koja je društveno odgovorna naglašavajući predanost u obavljanju društvene uloge banke. Ovaj stav proizilazi iz projekata koje je banka pokrenula: „Putem svog VIP Business Cluba BBI je radila na spajanju kompanija, njenih klijenata, sa kompanijama iz zemalja Organizacije Konferencije islamskih zemalja“ (BBI Annual Report, 2008); organizacija Sarajevo Business Forum-a kao najveće investicije konferencije u regionu Jugoistočne Evrope: „Organizatori Foruma imali su jasan cilj: povezati strane investitore sa bh. kompanijama i pojedincima koji imaju projekte koje bi partner tražio, a na taj način BiH bi bila pozicionirana na karti svijeta ulaganja“ (BBI Annual Report, 2010),

Međutim, najveća vrijednost indeksa za dimenziju *Društvena zajednica* iznosi 0,43 za većinu analiziranih godina. Kao i u slučaju islamskih banaka iz Indonezije, Malezije i Turske, varijabla posebne poslovnice za žene nije objelodanjena prije svega zbog različitog društvenog položaja žena i njene uloge u poslovnim procesima. S druge strane, banka u svim godinama ne objelodanjuje mogućnosti zapošljavanja studenata iako „BBI pruža godišnje stipendije studentima koji pohađaju master program islamskog bankarstva koji se izvodi u saradnji Ekonomskog fakulteta Univerziteta u Sarajevu i Univerziteta Bolton zajedno sa BBI aktivnosti ili događaje.

Prosječna vrijednost ove dimenzije svih analiziranih banaka data je u sljedećoj tabeli.

Tabela 65: Prosječna vrijednost dimenzije „Društvena zajednica“ banaka iz uzorka

Banka	Prosječna vrijednost
Abu Dhabi Islamic Bank (ADIB)	0.93
CIMB Islamic	0.86
Qatar Islamic Bank (QIB)	0.79
Bank Muamalat Indonesia (BMI)	0.73
Albaraka	0.73
Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB)	0.70
Kuveyt Turk (KT)	0.66
Al Rajhi	0.66
National Commercial Bank (NCB)	0.62
AlJazira	0.62
Turkiye Finans (TF)	0.57
Bank Syariah Mandiri (BSM)	0.57
Albilad	0.50
Bosna Bank International (BBI)	0.40
Bank Muamalat Malaysia Berhad (BMBB)	0.39
Dubai Islamic Bank (DIB)	0.38
Qatar International Islamic Bank (QIIB)	0.31
RHB Islamic	0.16

Izvor: Kalkulacija autora na bazi godišnjih izvještaja banke

Iz tabele se uočava da banke, općenito, imaju visok stepen objelodanjivanja ove dimenzije što govori o tome da su sklone da objelodanjuju sprovedene aktivnosti korporativne društvene odgovornosti. Najveći stepen objelodanjivanja iskazala je ADIB banka. S druge strane, neke banke poput Albilad, iako u ukupnoj vrijednosti dimenzije nemaju objelodanjene sve varijable, aktivnosti koje banka poduzima su zaista visoko društveno pozicionirane. Ovaj zaključak mogao bi se konstatovati i u slučaju BBI banke, obzirom na objelodanjene aktivnosti, ali je evidentno da banka, iako u praksi sprovodi i neke druge oblike društvenog angažmana, to nije uočeno u njenim izvještajima što značajno utiče na vrijednost dimenzije ali i ukupnu vrijednost indeksa. RHB Islamic ima najniži stepen objelodanjivanja što je usko povezano sa time da je banka koncept korporativne društvene odgovornosti objelodanila u posebnom izvještaju, ali isti je bio dostupan za 2017. i 2018 godinu, što ne odgovara našem uzorku.

8.1.8 Vrijednost dimenzije Šerijatski odbor za analizirane banke

U drugom poglavlju detaljno je objašnjenja uloga i važnost Šerijatskog odbora u poslovanju svake islamske banke. Međutim, kao i kada je u pitanju Zekat, i Šerijatski odbor kao dimenzija, u većini izvještaja analiziranih banaka, ima niži stepen objelodanjivanja od očekivanog. Ipak, ovdje je važno istaći da neke varijable koje čine ovu dimenziju, poput toga da je izvještaj potpisan od strane svih članova Odbora, ili fotografija članova mogu znatno uticati na njegovu vrijednost i dati krivu sliku u smislu da je u izvještajima nekih banaka dimenzija objelodanjivanja u većem stepenu u odnosu na druge banke ili obrnuto. Drugačije rečeno, te varijable koje su više tehničke prirode mogu uticati na rezultat u kontekstu da banka ima veći stepen objelodanjivanja nego što on zaista jeste. Ovaj aspekt je detaljnije obrazložen u okviru uočenih nedostaka korištenih metoda i preporuka za daljnja istraživanja.

U slučaju QIB, vrijednost dimenzije Šerijatski odbor je konstantna za cjelokupni period istraživanja i iznosi 0,27 što je u odnosu na maksimalnu vrijednost od 1 izuzetno nizak stepen objelodanjivanja. Izvještaj Šerijatskog odbora je prisutan u godišnjim izvještajima banke, ali je isti vrlo ograničen u pogledu objelodanjivanja podataka. Tako na primjer, ni neki tehnički elementi poput fotografija članova Odbora, naknade članovima ili broj održanih sastanaka, nisu navedeni. Ako bismo se fokusirali na sam sadržaj izvještaja Odbora, nijedan ne sadrži podatke o eventualnim nedostacima proizvoda, posebno tek implementiranih, ili nepostojanju nikakvih nedostaka proizvoda ili usluga. Zaključak koji je dat u izvještajima od strane Šerijatskog odbora svodi se na sljedeće: „*Nakon pregleda podnesenih proizvoda i transakcija te ispitivanja finansijskih izvještaja i bilansa uspjeha za fiskalnu 2016. godinu, Šerijatski odbor QIB-a je zaključio da oni ne krše principe Šerijata. Pored toga, nakon sprovođenja revizije putem direktnog nadzora nad bankarskim aktivnostima, Šerijatski odbor smatra da su aktivnosti u skladu sa pravilima*“ (QIB Annual Report, 2016).

U odnosu na druge dimenzije, Šerijatski odbor ima veći stepen objelodanjivanja u izvještajima QIIB banke i ima vrijednost 0,45 tokom analiziranog perioda. Izvještaj Šerijatskog odbora je bio potpisan od strane svih njegovih članova u kojem se navodi da je: „*Šerijatski odbor QIIB-a pregledao predstavljene usluge i transakcije kao i finansijske izjave i izvještaje te račun dobiti i gubitka i ustanovio da isti nisu u suprotnosti sa Šerijatom*“ (QIIB Annual Report, 2013).

Kada govorimo o vrijednosti ove dimenzije, kao kompozitne mjere indeksa, njena vrijednost u izvještajima BMI banke je najmanja u 2008. godini i iznosi 0,45 a u periodu 2010.-2016. je konstantna i iznosi 0,64. Tehničke varijable poput imena, fotografija, broja održanih sastanaka članova Odbora, potpis izvještaja od strane svih članova Odbora kao i potvrda da je

distribucija profita u skladu sa Šerijatom, objelodanjene su u izvještajima za sve analizirane godine. S druge strane, određene specifičnosti poput ispitivanje uzorka poslovnih transakcija ex ante i ex post objelodanjene su u izvještaju iz i nakon 2010. godine pa se tako u izvještaju iz 2013. godine navodi da je „Šerijatski odbor vršio inspekciju podružnice Banke Muamalat Indonezija u smislu operativne implementacije, aktivnosti prikupljanja sredstava i isplata sredstava koja se odnose na implementaciju šerijatskih principa“ (BMI Annual Report, 2013) odnosno da „Šerijatski odbor vrši uzorkovanja ispitujući transakcijske dokumente“ (BMI Annual Report, 201).

Šerijatski odbor BMI banke se u 2016. godini sastojao od tri člana koji su stava da „iako je udio islamskog bankarstva prilično nizak u odnosu na konvencionalne banke i iako je banka poslovala u turbulentnim globalnim i nacionalnim makroekonomskim uslovima, Šerijatski odbor smatra da je Bank Muamalat Indonesia radila najbolje u okviru datih uslova“ (BMI Annual Report, 2016). Dimenzija Šerijatskog odbora usko je povezana i sa dimenzijom Proizvodi, posebno u onom aspektu koji se tiče potvrde Odbora da proizvod ili usluga ispunjava šerijatske kriterijume što se navodi u izvještaju iz 2016. godine: „Vjerodostojnost šerijatske banke potvrđuje se kroz različite proizvode koji su predstavljeni javnosti. Šerijatski odbor nadzirao je finansiranje i operativne aktivnosti Bank Muamalat Indonesia i ovime izjavljuje da svi proizvodi ispunjavaju šerijatska načela i odredbe“ (BMI Annual Report, 2016).

Veći stepen objelodanjivanja iskazala je BSM banka ali samo za 2011. godinu kada je dimenzija imala vrijednost 0,82 što je ujedno i najveća vrijednost dimenzije od svih analiziranih banaka. Najmanja vrijednost objelodanjena je u izvještaju za 2014. godinu i iznosi 0,09. Banka je objelodanila koji su to ugovori za koje je Šerijatski odbor pronašao određene nedostatke ali i preporuke koje su date Upravi od strane Odbora. Ipak dimenzija nema jednaku vrijednost u svim analiziranim godinama. Banka objelodanjuje i koje su aktivnosti za koje je Šerijatski odbor zadužen kao i izvještaj u kojem je navedeno koji su to članovi Odbora, njihove slike, broj održanih sastanaka, naknade članovima Odbora kao i opći stav da „Odbor uvijek podsjeća cijelo rukovodstvo BSM da se pridržava šerijatskih načela i važećih pravila, tako da BSM može ostvariti svoju viziju i misiju“ (BSM Annual Report, 2016).

Kada je u pitanju najveća islamska banka u globalnim razmjerama odnosno Al Rajhi, dimenzija Šerijatskog odbora ima izuzetno nizak stepen objelodanjivanja koji u slučaju najveće iskazane vrijednosti iznosi 0,18. Iako banka detaljno objelodanjuje postojanje Odbora i aktivnosti koje isti sprovodi, „Šerijatski odbor radi na tome da banka poštuje odredbe šerijatskog zakona u svim poslovima i aktivnostima. U 2016. godini, šerijatski odbor održao je 45 sastanaka i donio 15 odluka i 240 smjernica“ (Al Rajhi Annual Report, 2016), varijable koje su dijelom ove dimenzije nisu objelodanjene poput imena članova Odbora, fotografija, naknada, izvještaja o eventualnim nedostacima proizvoda.

Ako bismo izuzeli objelodanjivanje o aktivnostima Šerijatskog odbora Albilad banke, može se reći da je ova dimenzija također vrlo nisko zastupljenja u godišnjim izvještajima banke i to u vrijednosti od 0,18 za sve analizirane godine. Pored imena članova Odbora i broja održanih sastanaka, banka nije objelodanila nijednu drugu varijablu koja je dijelom ove dimenzije.

Što se tiče AlJazira banke, analizirana dimenzija raste nakon 2008. godine kada je imala vrijednost 0,18 na maksimum od 0,55 za 2012. godinu. Banka objelodanjuje izvještaj Šerijatskog odbora koji potvrđuje da je distribucija profita i gubitka u skladu sa Šerijatom i koji je potpisan od strane svih članova Odbora. U izvještaju iz 2012. godine banka navodi da

je „u izvještaju za 2011. godinu, Šerijatski odbor skrenuo pažnju na neka zapažanja koja je banka morala ispraviti u vezi sa raspolaganjem prihoda koji nije u skladu sa Šerijatom. Isto tako, preporučuje se da finansijski izvještaji odražavaju stvarni šerijatski opis proizvoda i usluga koje nudi banka. Bilo je nekih zapažanja o načinu izračuna Zakata u skladu sa šerijatskim standardima. Nakon što je pregledao preduzete napore u protekloj godini, Odbor nalazi da je banka započela sa rješavanjem ovih zapažanja“ (AlJazira Annual Report, 2012).

Kada je u pitanju NCB, detaljanje aktivnosti Šerijatskog odbora nisu objelodanjene pa je ova dimenzija zastupljena sa 27% u analiziranim izvještajima banke.

Drugačiju sliku i perspektivu ove dimenzije, daju islamske banke iz Malezije. U slučaju BIMB banke, ta specifičnost ogleđa u tome što je jedan od članova Šerijatskog odbora i žena. Time se još jednom uočava razlika između zemalja odnosno karakteristika islamskih banaka u okviru KISMUT skupine. Isto tako, banka propisuje Kodeks ponašanja članova Šerijatskog odbora što uključuje „uvažavanje različitih mišljenja između članova različitih mezheba i razlike u stručnosti među članovima Odbora“ (BIMB Annual Report, 2014). U tom pogledu, BIMB je jedina banka koja je objelodanila takvu izjavu u izvještaju Šerijatskog odbora i koja istovremeno navodi moguću razliku u mišljenjima mezheba ali naglašava važnost uvažavanja različitih stavova. Ova dimenzija utiče i na druge dimenzije pa tako u izvještaju Odbora, posebno u kontekstu 2016. godine, nalazimo podatak da je Zekat banke izračunat u skladu sa šerijatskim principima i da je upotrebljen u skladu sa Šerijatom. U izvještaju Odbora navedeni su svi njegovi članovi ali bez potpisa. Dimenzija najveću vrijednost ima za 2008., 2015. i 2016. godinu i iznosi 0,55.

U izvještajima BMMB banke, Šerijatski odbor ima najveću vrijednost 0,55, ali ne za sve godine što da znači vrijednost dimenzije varira. Tako na primjer, banka je za većinu analiziranih godina objelodanila koliko se puta Šerijatski odbor sastao ali ne i za sve godine. U cilju upoznavanja javnosti sa islamskim bankarstvom, neki članovi Odbora vrlo često gostuju na televiziji ili radiju, što je objelodanjeno kao sastavi dio biografije članova Odbora. U svim izvještajima se potvrđuje da je distribucija profita i gubitka u skladu sa Šerijatom ali ne i kada je u pitanju varijabla o nedostacima proizvoda ili preporukama menadžmentu u takvim situacijama.

Najveća vrijednost dimenzije Šerijatski odbor CIMB Islamic iznosi 0,45 koja je ista za period 2012-2016. godina. U izvještajima za 2010. i 2011. godinu, banka objelodanjuje aktivnosti Šerijatskog odbora, njegove članove, fotografije, profile članova i broj održanih sastanaka. U ovim izvještajima posebno je navedena struktura Šerijatskog odbora CIMB Islamic banke. Isto tako banka vrlo detaljno objelodanjuje koje su to aktivnosti koje Odbor sprovodi ali kada su u pitanju varijable koje se objelodanjuju one se prije svega odnose na imena članova Odbora, njihove fotografije, broj održanih sastanaka kao i potvrdu da je raspodjela profita i gubitka u skladu sa Šerijatom. U izvještajima nakon 2012. godine objelodanjuje se i varijabla koja se tiče ispitivanja svih poslovnih transakcija.

Kada je u pitanju RHB Islamic, Šerijatski odbor je zastupljen sa 55% ali samo za 2015. i 2016. godinu. Određene varijable poput fotografija, naknada članovima Odbora ili broja održanih sastanaka nisu objelodanjene za sve godine a neke varijable poput preporuka za otklanjanje nedostataka proizvoda nisu objelodanjene ni za jednu analiziranu godinu što je uticalo na vrijednost dimenzije.

Što se tiče DIB, ova dimenzija ima najmanju vrijednost u 2009. godini i iznosi 0,18, dok je najveća iskazana za 2011. godinu i iznosi 0,27. Banka navodi imena svih članova Odbora dok u izvještaju iz 2012. godine samo ime predsjednika. Isto tako banka ne objelodanjuje fotografije članova Odbora, profile, isplaćene naknade ili broj održanih sastanaka.

Veći stepen objelodanjivanja ove dimenzije prisutan je u izvještajima ADIB banke budući da dimenzija ima vrijednost 0,45 za sve analizirane godine. Mišljenje Šerijatskog odbora odnosi se na: „*Odbor je pregledao ugovore, operacije i transakcije koje izvršava banka (i njene podružnice koje nemaju vlastiti Šerijatski odbor), investicije u koje je banka ušla i aktivnosti provedene tokom finansijske godine koja završava 31. decembra, i uglavnom su sprovedeni u skladu sa principima i pravilima Šerijata; one za koje je utvrđeno da imaju nedostatak bile su upućene Upravi na korekciju i njihove posljedice su otklonjene u skladu sa principima Šerijata*“ (ADIB Annual Report, 2016). Ipak, banka nije objelodanila koji nedostaci su u pitanju kao ni na koji način je menadžment iste riješio. U pogledu ostalih varijabli ove dimenzije, banka nije objelodanila fotografije Odbora kao ni njihove profile odnosno naknade dok je izvještaj potpisan od strane svih članova Odbora.

Kao što je ranije spomenuto, analizirane banke iz Turske nisu objelodanjivale ovu dimenziju u svojim izvještajima izuzev Turkiye Finans koja je u izvještaju iz 2015. i 2016. godine objelodanila aktivnosti Šerijatskog odbora odnosno Savjetodavnog odbora, članove i njihove fotografije. Broj održanih sastanaka nije jednako zastupljen u izvještajima za analizirane godine. Time je ova dimenzija imala vrijednost 0,18 odnosno 0,27 samo za te godine. U ranijim izvještajima ista nije bila objelodanjena.

Pitanje Šerijatskog odbora ima posebnu važnost u slučaju BBI banke radi toga što zakonska regulativa u BiH još uvijek ne prepoznaje ovaj vid poslovne aktivnosti. Međutim, BBI banka ni u jednom izvještaju, izuzev imena članova Odbora, nije objelodanila profile članova, broj održanih sastanaka, izvještaj kojim se potvrđuje da su proizvodi u skladu sa Šerijatom ili da je raspodjela profita i gubitka također u skladu sa šerijatskim propisima. Time ova dimenzija ima vrijednost 0,09 za sve analizirane godine. Time se još jednom potvrđuje stav da banka ne objelodanjuje detaljno aktivnosti koje sprovodi Šerijatski odbor budući da smo u razgovoru sa članovima kabineta predsjednika Uprave BBI, a koji su zaduženi i uključeni u aktivnosti korporativne društvene odgovornosti banke, ustanovili da izvršni član Šerijatskog odbora i interna Šerijatska revizija vrše kontrolu implementacije odobrenih proizvoda i investicija i da o tome izvještavaju Šerijatski odbor. U tom kontekstu evidentno je da banka sprovodi ovu aktivnost ali, iako je ona iznimno bitna, ista nije objelodanjena u svojim izvještajima. Općenito posmatrano, ovaj aspekt revizije šerijatskih proizvoda je izuzetno važan radi toga što javnost u našoj zemlji još uvijek nije dovoljno upoznata sa islamskim bankarstvom (Ergun i Djedovic, 2011) a objelodanjivanjem izvještaja Šerijatskog odbora, posebno u domenu potvrde da su proizvodi u skladu sa islamskim postulatima, potvrđuje se i legitimitet banke kao islamske.

Prosječna vrijednost dimenzije za sve analizirane banke predstavljena je u narednoj tabeli.

Tabela 66: Prosječna vrijednost dimenzije „Šerijatski odbor“ banaka iz uzorka

Banka	Prosječna vrijednost
Bank Muamalat Indonesia (BMI)	0.61
Bank Syariah Mandiri (BSM)	0.52
Bank Muamalat Malaysia Berhad (BMBB)	0.47
Abu Dhabi Islamic Bank (ADIB)	0.45
Qatar International Islamic Bank (QIIB)	0.45
RHB Islamic	0.43
AlJazira	0.42
CIMB Islamic	0.40
Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB)	0.36
Qatar Islamic Bank (QIB)	0.27
National Commercial Bank (NCB)	0.27
Turkiye Finans (TF)	0.27
Dubai Islamic Bank (DIB)	0.21
Albilad	0.18
Al Rajhi	0.15
Bosna Bank International (BBI)	0.09
Albaraka	0
Kuveyt Turk (KT)	0

Izvor: Kalkulacija autora na bazi godišnjih izvještaja banke

Najveći stepen objelodanjivanja dimenzije iskazale su islamske banke iz Indonezije, BMI sa 61% zastupljenosti u izvještajima banke i BSM sa 52% zastupljenosti. Interesantno je da je, upravo izvještaj indonežanskih islamskih banaka karakterisao vrlo detaljno objašnjen proces ispitivanja svih poslovnih transakcija kao i uzoraka poslovnih transakcija obavljenih ex ante i ex post. Kako je već ranije objašnjeno, analizirane banke iz Turske su imale najmanji stepen objelodanjivanja, 0, kao i BBI budući da je ova dimenzija u izvještajima banke zastupljena sa manje od 10%. Tačnije, navedena su samo imena članova Odbora. U poređenju sa svojim osnivačima, posebno ADIB, to je iznimno nizak stepen objelodanjivanja. Međutim, ako bismo uporedili praksu objelodanjivanja BBI banke sa znatno većim bankama, poput Al Rajhi, onda ta praksa da se ovom pitanju ne posvećuju dovoljno pažnje u izvještajima banke, nije samo odlika malih banaka.

Na osnovu sprovedene analize evidentno je da analizirane islamske banke imaju izgrađen etički identitet i da su društveno odgovorne ali da stepen objelodanjivanja podataka analiziranih islamskih banaka varira tokom vremena što znači da izvještaji nisu standardizovani i da se isti podaci ne objelodanjuju svake godine. Najveća diskrepanca između onoga što se objelodanjuje i što bi trebalo da se objelodanjuje odnosi se na pitanje Zekata, Qard-hasan kredita i Šerijatskog odbora što se uočava iz tabele 66. S druge strane, analizirane islamske banke najveću pažnju posvećuju dimenziji *Kreditori* (88%) čime naglašavaju opredjeljenost ka aktivnom i najčešće konzervativnom pristupu upravljanja rizikom i politici upravljanja dugom.

Tabela 67: Rangiranje po zastupljenosti dimenzija CSRDI u izvještajima analiziranih banaka

Dimenzija	Vrijednost dimenzije
Izjave o misiji i viziji	0.46 (46%)
Uprava banke i top menadžment	0.74 (74%)
Proizvodi	0.43 (43%)

Zekat, donacije, Qard-hasan krediti	0.22 (22%)
Zaposleni	0.63 (63%)
Kreditori	0.88 (88%)
Društvena zajednica	0.59 (59%)
Šerijatski odbor	0.31 (31%)

Izvor: Kalkulacija autora na bazi godišnjih izvještaja banke

Ako bismo analizirali samo ove dvije dimenzije u kontekstu banaka koje su imale najveći stepen objelodanjivanja i porijekla zemlje, onda su to islamske banke iz Indonezije. U tom pogledu, potvrđuje se istraživanje autora Yadiat et al. (2017), dok što se generalnog zaključka tiče o samom konceptu objelodanjivanja podataka, ovo istraživanje je u skladu sa Haniffa i Hudaib (2007) kao i Rashid et al. (2013), potvrđujući opći stav da je u izvještajima većine analiziranih islamskih banaka više zastupljena posvećenost prema stakeholderima u odnosu na iskazivanje religijskih determinanti.

8.2 Rezultati empirijske analize uticaja korporativne društvene odgovornosti na finansijske performanse analiziranih islamskih banaka

U segmentu analize deskriptivnih statistika prikazani su osnovni statistički pokazatelji varijabli koji opisuju performanse banaka uključenih u uzorak:

- CSRDI i njegove komponente: Izjave o misiji i viziji (MV), Uprava banke i top menadžment (UB), Proizvodi (PR), Zekat, donacije, Qard-hasan krediti (ZE), Zaposleni (ZA), Kreditori (KR), Društvena zajednica (DZ) i Šerijatski odbor (SO)
- ROA, ROE, veličina banke (VB), racio kapitala (RK), tržišno učešće (TU), učešće muslimanskog stanovništva (MR) i veličina Šerijatskog odbora (SB)

U tabeli 68 prikazani su statistički indikatori po posmatranim varijablama za kompletan uzorak. S obzirom da uzorak nije izbalansiran, broj opservacija varira u odnosu na varijable: najveći broj opservacija je dostupan za ROA/ROE, a najmanji je očekivano dostupan za CSRDI, s obzirom da je u pitanju kompozitni indikator čija konstrukcija zahtijeva veći broj pojedinačnih varijabli, kao i njegove pojedinačne komponente. Također, među kontrolnim varijablama se po malom broju dostupnih opservacija ističe i veličina Šerijatskog odbora.

CSRDI ima stabilne vrijednosti koje variraju u opsegu od 0.28 do 0.86, dok je prosječna vrijednost CSRDI od 0.53 blizu medijane, odnosno sredine intervala u kojem variraju pojedinačne vrijednosti. Kao posljedica niskog varijabiliteta, standardne devijacije CSRDI i njegovih komponenti su značajno manje od prosječnih vrijednosti. Pored CSRDI, izrazito nizak varijabilitet karakteriše i veličinu banke: standardna devijacija je značajno manja u odnosu na prosječnu vrijednost (22.87%) i iznosi svega 1.48%. Prosjek veličine banke je nešto bliži minimalnoj vrijednosti što ukazuje na postojanje izvjesne asimetrije u distribuciji veličine banke na nivou cjelokupnog uzorka u smislu da većina banaka obuhvaćena uzorkom ima vrijednost manju od medijane.

Nizak varijabilitet karakteriše i racio kapitala, gdje je srednja vrijednost od 11.53% oko dva puta veća od standardne devijacije, ali je zbog prisustva ekstremnih vrijednosti opseg varijacija relativno izraženiji u odnosu na prethodne dvije varijable. Udio muslimanskog stanovništva i veličina Šerijatskog odbora također imaju nizak varijabilitet, što je očekivano s obzirom da su u pitanju varijable koje vrlo malo ili nimalo variraju u vremenu. Prosječne vrijednosti u slučaju varijabli ROA i tržišno učešće su bliske vrijednostima standardnih

devijacija, što ukazuje na njihov izraženiji varijabilitet u odnosu na prethodno pomenute varijable. Kao poseban slučaj se ističe izraziti varijabilitet ROE – standardna devijacija je čak dva puta veća od prosječne vrijednosti. Izraziti varijabilitet ROE je posljedica širokog opsega varijacija pojedinačnih vrijednosti, što je vidljivo u kolonama četiri i pet.

Tabela 68: Statistički indikatori posmatranih varijabli

CSRDI	141	0.53	0.13	0.28	0.86
MV	144	0.47	0.24	0.00	1.00
UB	141	0.77	0.19	0.07	1.00
PR	144	0.41	0.18	0.00	0.90
ZE	141	0.22	0.16	0.00	0.67
ZA	141	0.65	0.17	0.22	1.00
KR	141	0.88	0.17	0.00	1.00
DZ	143	0.57	0.28	0.00	1.00
SO	141	0.28	0.20	0.00	0.82
ROA	160	1.60	1.57	-8.75	7.81
ROE	160	17.43	36.28	-52.00	459.67
VB	160	22.87	1.48	18.39	29.99
RK	160	11.45	5.32	-1.90	32.88
TU	156	3.65	4.53	0.04	20.39
MR	198	0.84	0.18	0.50	1.00
SB	144	4.68	1.24	3.00	9.00

Direktnim poređenjem deskriptivnih pokazatelja pojedinačnih varijabli prikazanih u tabelama 69 i 70 mogu se izvesti sljedeći zaključci:

- broj dostupnih opservacija je nešto veći u slučaju manjih banaka;
- ne postoji velika razlika u pogledu distribucije CSRDI i njegovih komponenti: prosjek, standardna devijacija i opseg varijacija su vrlo slični i kod velikih i kod malih banaka;
- varijabilitet ROA kod većih i manjih banaka je ujednačen mjereno standardnom devijacijom, ali je prosječna vrijednost ROA kod velikih banaka veća u odnosu na male banke. U opsegu varijacija kod velikih banaka nema negativnih vrijednosti, za razliku od manjih banaka;
- prosječna vrijednost ROE kod velikih i malih banaka se ne razlikuju značajno, ali je varijabilitet ROE značajno izraženiji kod manjih banaka u odnosu na veće banke. Opseg varijabiliteta ROE kod velikih banaka je stabilan i pozitivan. S druge strane, opseg varijacija ROE kod malih banaka karakterišu ekstremne vrijednosti na obje strane intervala varijacija;
- Prosječna vrijednost varijable VB je očekivano veća u slučaju velikih banaka, ali je varijabilitet u oba slučaja ujednačen, što je vidljivo i na osnovu poređenja standardnih devijacija i na osnovu opsega varijabiliteta;
- racio kapitala kod velikih banaka je primjetno veći ali je varijabilitet u oba slučaja ujednačen, što je vidljivo i na osnovu poređenja standardnih devijacija i na osnovu opsega varijabiliteta;
- tržišno učešće kod velikih banaka je značajno veće u odnosu na manje banke, ali je i varijabilitet isto tako značajno izraženiji. To je vidljivo i kroz poređenje standardnih

devijacija, gdje je standardna devijacija TU u slučaju velikih banaka čak sedam puta veća od malih banaka, a i kroz poređenje opsega varijacija;

- veće banke su prisutne u zemljama koje u prosjeku karakteriše veći udio muslimanskog stanovništva.

Tabela 69: Deskriptivna analiza za poduzorak velikih banaka

Varijabla	Broj ops.	Prosjek	St. devijacija	Minimum	Maksimum
CSRDI	62	0.54	0.10	0.28	0.71
MV	62	0.41	0.20	0.10	0.80
UB	62	0.74	0.21	0.07	1.00
PR	64	0.41	0.16	0.00	0.70
ZE	62	0.21	0.12	0.00	0.40
ZA	62	0.66	0.17	0.22	1.00
KR	62	0.95	0.10	0.75	1.00
DZ	64	0.67	0.25	0.00	1.00
SO	62	0.24	0.16	0.00	0.55
ROA	71	2.16	1.54	0.09	7.81
ROE	71	16.43	6.87	0.61	36.18
VB	71	23.72	1.00	21.47	25.51
RK	71	12.91	4.75	3.19	28.52
TU	71	6.21	5.69	0.04	20.39
MR	99	0.92	0.13	0.60	1.00
SB	68	5.04	1.25	3.00	9.00

Tabela 70: Deskriptivna analiza za poduzorak malih banaka

Varijabla	Broj ops.	Prosjek	St. devijacija	Minimum	Maksimum
CSRDI	79	0.53	0.14	0.29	0.86
MV	81	0.50	0.25	0.00	1.00
UB	79	0.78	0.18	0.38	1.00
PR	80	0.41	0.20	0.00	0.90
ZE	79	0.22	0.19	0.00	0.67
ZA	79	0.63	0.18	0.22	1.00
KR	79	0.83	0.19	0.00	1.00
DZ	79	0.50	0.27	0.00	0.86
SO	79	0.31	0.23	0.00	0.82
ROA	89	1.16	1.45	-8.75	3.58
ROE	89	18.22	48.37	-52.00	459.67
VB	89	22.19	1.46	18.39	29.99
RK	89	10.28	5.48	-1.90	32.88
TU	85	1.51	0.84	0.50	3.82
MR	99	0.76	0.18	0.50	1.00
SB	76	4.36	1.15	3.00	6.00

Naredna tabela prikazuje korelacionu matricu svih varijabli uključenih u model na nivou cjelokupnog uzorka. Koeficijenti korelacije su uglavnom pozitivni, a izuzetak predstavljaju CSRDI i veličina Šerijatskog odbora, koji su dominantno negativno korelisani sa ostalim varijablama. Najizraženije korelacije (koeficijent korelacije veći od 0,50%) su između sljedećih parova varijabli:

- ROA i ROE: 0.75
- MR i VB: 0.63
- VB i TU: 0.62
- GDP_pc i VB: 0.57
- RK i ROA: 0.52

ROA kao varijabla iskazuje tendenciju izražene korelacije sa svim varijablama u modelu. S druge strane ROE je slabo korelisani sa ostalim varijablama, o čemu govori činjenica da je najveći koeficijent korelacije ROE i neke druge varijable zabilježen u slučaju VB i iznosi 0.3. Pored iskazane negativne korelacije sa većinom varijabli u modelu, CSRDI je i u apsolutnom smislu slabo korelisani sa ostalim varijablama. U slučaju ROA i ROE, korelacija je izrazito niska i manja od 0,1. Interesanto je da je GDP per capita primjetno korelisani (koeficijent korelacije 0,4 i više) sa čak pet varijable: ROA, VB, RK, TU i MR.

Tabela 71: Korelaciona matrica svih varijabli uključenih u model

	CSRDI	ROA	ROE	VB	RK	TU	MR	SB	GDP_ pc
CSRDI	1.00								
ROA	-0.02	1.00							
ROE	0.16	0.75	1.00						
VB	0.24	0.29	0.31	1.00					
RK	-0.28	0.52	0.00	-0.15	1.00				
TU	0.02	0.49	0.26	0.62	0.37	1.00			
MR	0.11	0.25	0.07	0.63	0.16	0.46	1.00		
SB	-0.06	-0.13	0.09	0.00	-0.21	-0.24	-0.18	1.00	
GDP_pc	-0.08	0.58	0.26	0.57	0.51	0.50	0.40	-0.14	1.00

8.2.1 Rezultati ocjene uticaja CSRDI na ROA

U skladu sa strategijom empirijske analize, najprije je model ocjenjen združenim OLS estimatorom postupnim dodavanjem varijabli, zatim modelom FE (fiksni efekti) i RE (slučajni efekti) u zavisnosti od rezultata Hausman testa, i na kraju AB estimatorom koji pretpostavlja dinamičku specifikaciju modela. Rezultati Hausman testa (*Chi squared* 15.66, *p-value* 0.0157) sugerišu korišćenje FE modela. Rezultati ocjenjivanja za ova tri estimatora su prikazani u tabeli 72.

Tabela 72: Usporedni prikaz POLS, FE i AB ocjena modela sa ROA kao zavisnom varijablom

Zavisna varijabla ROA	pols1	pols2	pols3	pols4	pols5	pols6	pols7	fe	ab
CSRDI							0.06	1.37	4.61
							(1.63)	(2.98)	(3.58)
VB	0.01	0.09	-0.62** *	-0.51	-0.33*	-0.34	-0.44	-0.77	-1.08*
	(0.15)	(0.13)	(0.21)	(0.31)	(0.18)	(0.24)	(0.27)	(0.51)	(0.61)
RK		0.21*	0.12	0.13	0.10	0.10	0.10	-0.00	0.05
		(0.11)	(0.08)	(0.09)	(0.07)	(0.07)	(0.07)	(0.05)	(0.04)
TU			0.18** *	0.16**	0.16** *	0.17** *	0.19** *	-0.33	-0.17
			(0.06)	(0.06)	(0.04)	(0.05)	(0.05)	(0.24)	(0.11)
MR				10.39	21.12* *	23.70	31.57	0.00	0.00
				(13.24)	(7.88)	(25.05)	(29.08)	(.)	(.)
D_SB					1.73**	1.73**	1.88**	1.66**	0.53
					(0.68)	(0.69)	(0.66)	(0.73)	(0.34)
ln_gdp_pc						0.09	0.41	0.79	0.36
						(0.91)	(0.92)	(0.55)	(0.75)
L.ROA									0.15
									(0.17)
D_BIH	-1.32**	-2.75**	-4.72** *	0.72	6.88	8.19	12.20	0.00	0.00
	(0.58)	(1.04)	(1.12)	(7.32)	(4.27)	(12.99)	(15.15)	(.)	(.)
D_QAT	1.30***	-0.35	-0.46	1.75	5.41** *	5.81	7.03	0.00	0.00
	(0.45)	(0.89)	(0.67)	(2.78)	(1.66)	(4.33)	(5.17)	(.)	(.)
D_IDN	-1.05***	-0.20	-1.18** *	0.31	3.31**	3.77	5.11	0.00	0.00
	(0.25)	(0.51)	(0.35)	(2.11)	(1.32)	(4.67)	(5.53)	(.)	(.)
D_SAU	0.46	-0.30	-0.58	-0.73	-0.86*	-0.92	-1.22	0.00	0.00
	(0.64)	(0.59)	(0.39)	(0.45)	(0.41)	(0.73)	(0.88)	(.)	(.)
D_MYS	-1.05***	-0.14	-0.53	3.56	7.56**	8.59	11.76	0.00	0.00
	(0.16)	(0.47)	(0.37)	(5.33)	(3.22)	(9.97)	(11.56)	(.)	(.)
_cons	1.70	-2.55	14.66**	1.67	-14.54	-17.65	-26.44	10.77	
	(3.38)	(3.22)	(4.65)	(19.57)	(11.42)	(30.77)	(36.60)	(11.73)	
No. of Obs.	160.00	160.00	156.00	156.00	156.00	156.00	138.00	138.00	108.00
R-Squared	0.29	0.45	0.55	0.55	0.63	0.63	0.66	0.45	

Napomena: * Nivo značajnosti od 10%, ** Nivo značajnosti od 5%, *** Nivo značajnosti od 1%; standardne greške u zagradama

Ocjenjivanje modela POLS estimatorom je sprovedeno postupno, tako što je u prvoj verziji ocjenjen model u kome figurišu samo vještačke varijable za zemlje i veličina banke, da bi u svakoj sljedećoj verziji bio dodan još jedan regresor iz skupa kontrolnih varijabli. U posljednjoj iteraciji POLS ocjenjivanja u specifikaciju modela je uključen CSRDI, kako bi se utvrdilo da li njegovo dodavanje u model doprinosi osjetnom uvećanju eksplanatorne moći združenog modela.

Rezultati POLS1-POLS7 estimacije ukazuju na sljedeće rezultate:

- vještačke varijable za zemlje su mjestimično signifikantne, ali niti jedna od njih nema robustno značajan uticaj na ROA;
- veličina banke sa postupnim proširivanjem modela ispoljava negativan uticaj na ROA, ali značajnost uticaja nije statistički potvrđena;
- racio kapitala ima robustno pozitivan uticaj na ROA, ali također nije statistički značajan;
- tržišno učešće ima izrazito robustan pozitivan uticaj na ROA;
- udio muslimanskog stanovništva i GDP per capita ispoljavaju pozitivan uticaj na ROA, ali značajnost uticaja nije statistički potvrđena;
- veličina Šerijatskog odbora ima pozitivan i signifikantan uticaj na ROA;
- do osjetnih uvećanja eksplanatorne moći (mjereno koeficijentom determinacije) dolazi nakon uključivanja varijabli RK i TU u model;
- u finalnoj iteraciji, CSRDI ispoljava pozitivan ali ne i statistički značajan uticaj na ROA, a njegovo uključivanje u model neznatno doprinosi rastu eksplanatorne moći modela.

Eksplanatorna moć združenih modela, mjereno koeficijentom determinacije, se kreće u intervalu od 29% do 66%, što se može smatrati zadovoljavajućim.

Rezultati ocjenjivanja FE estimatorom u najvećoj mjeri korespondiraju sa POLS modelom sa punom specifikacijom, u smislu znaka i značajnosti ocjenjenih koeficijenata, te potvrđuje robustnost ocjena. Rezultati ocjene dinamičkog modela daju nešto veću vrijednost pozitivno ocjenjenog regresionog koeficijenta za CSRDI, ali i potvrđuju da CSRDI ne utiče statistički značajno na ROA. Arellano i Bond (1991) su pokazali da nije moguće odrediti distribuciju vjerovatnoća test statistika Sargan-Hansen testa prekomjerne identifikacije u slučaju heteroskedastičnosti slučajnih grešaka, pa su kao alterantivu predložili test autokorelacije prvih diferenci ocjenjenih reziduala. Ovaj test je zasnovan na dokazu da postojanje autokorelacije drugog reda u prvim diferencama slučajnih grešaka implicira da uslovi momenata nisu validni, to jest da instrumenti nisu egzogeni. Rezultati AB testa autokorelacije su prikazani u tabeli 73.

Tabela 73: AB test autokorelacije prvih diferenci slučajnih grešaka

Order	z	Prob > z
1	.04838	0.9614
2	.13521	0.8924

H0: no autocorrelation

Hipoteza o nepostojanju autokorelacije drugog reda nije odbačena, te se instrumenti mogu smatrati validnim. Također treba napomenuti da zbog ekonometrijskog načina izračunavanja regresionih koeficijenta, kod FE i AB estimatora ne figurišu eksplicitne ocjene vremenski invarijantnih varijabli (MR i vještačke za zemlje), kao što je objašnjeno u metodološkom dijelu.

8.2.2 Rezultati ocjene uticaja CSRDI na ROE

Za razliku od ROA modela, u slučaju ROE Hausman test (Chi squared 6.68, p-value 0.351) implicira korištenje RE estimatora. Ocjenjene vrijednosti uticaja CSRDI na ROE POLS, RE i AB prikazane su u tabeli 74. POLS1-POLS7 estimacije ukazuju na sljedeće:

- vještačke varijable za zemlje su mjestimično signifikantne, bez robustno značajnog uticaja na ROE. Jedini izuzetak je Saudijska Arabija, za koju vještačka varijabla iskazuje negativan i značajan uticaj, a koji dolazi do izražaja sa postupnim proširenjem modela;
- veličina banke i ratio kapitala imaju robustno negativan uticaj na ROE, ali statistička značajnost nije potvrđena;
- kao i u slučaju ROA, tržišno učešće ima izrazito robustan pozitivan uticaj na ROE;
- udio muslimanskog stanovništva ima izražen pozitivan uticaj, ali nije statistički potvrđen;
- veličina Šerijatskog odbora ima pozitivan, signifikantan i vrlo robustan uticaj na ROE;
- do osjetnih uvećanja eksplanatorne moći (mjereno koeficijentom determinacije) dolazi nakon uključivanja varijable TU u model;
- u finalnoj iteraciji, CSRDI ispoljava pozitivan ali ne i statistički značajan uticaj na ROE, a njegovo uključivanje u model neznatno doprinosi rastu eksplanatorne moći modela.

Eksplanatorna moć združenih modela, mjereno koeficijentom determinacije, se kreće u intervalu od 3% do 37%, što se ne može smatrati zadovoljavajućim.

Tabela 74: Uporedni prikaz POLS, FE i RE ocjena modela sa ROE kao zavisnom varijablom

Zavisna varijabla	pols1	pols2	pols3	pols4	pols5	pols6	pols7	re	ab
ROA									
CSRDI							9.55 (19.61)	18.45 (31.48)	54.76 (41.77)
VB	-1.31 (2.28)	-2.32 (3.40)	-4.54*** (1.43)	-3.27 (2.18)	-2.15 (1.66)	-2.00 (1.94)	-3.40 (2.82)	-7.05 (4.35)	- 12.74** (6.12)
RK		-2.53 (2.97)	-0.04 (0.29)	0.08 (0.31)	-0.11 (0.22)	-0.11 (0.21)	-0.21 (0.25)	-0.37 (0.29)	-0.51 (0.33)
TU			1.23*** (0.36)	1.09** (0.39)	1.09*** (0.27)	1.07** (0.29)	1.29** (0.36)	1.46** (0.52)	0.67 (1.54)
MR				117.55 (94.07)	182.19* (70.07)	157.19 (125.51)	158.19 (212.51)	62.74 (285.00)	0.00 (.)

D_SB					10.43** *	10.41* **	11.71* **	10.34* **	2.04
					(3.06)	(3.09)	(3.05)	(3.43)	(1.98)
ln_gdp_p c						-0.89	0.64	3.18	5.20
						(4.45)	(5.34)	(5.26)	(5.45)
L.ROA									0.01**
									(0.01)
D_BIH	-	-1.77	-	30.61	67.73	55.02	54.30	-1.29	0.00
	18.79**		30.97***						
	(8.84)	(16.72)	(6.07)	(52.93)	(39.61)	(65.82)	(112.5 4)	(151.9 7)	(.)
D_QAT	-0.50	19.20	-6.12**	18.91	40.95**	37.06	36.11	11.63	0.00
	(2.01)	(23.21)	(2.87)	(20.66)	(15.76)	(22.31)	(39.47)	(55.90)	(.)
D_IDN	-6.42*	-16.48	-	6.47	24.54*	20.07	18.43	1.65	0.00
			10.41***						
	(3.31)	(13.10)	(2.13)	(14.52)	(12.21)	(23.09)	(40.96)	(52.27)	(.)
D_SAU	-0.11	8.96	-5.57**	-	-8.05***	-7.46*	-7.39	-4.34	0.00
				7.25**					
	(4.61)	(13.43)	(2.46)	(2.73)	(2.63)	(3.83)	(6.53)	(8.61)	(.)
D_MYS	8.89	-2.00	-3.23	43.06	67.16**	57.15	57.38	19.83	0.00
	(10.23)	(7.99)	(2.52)	(37.10)	(27.71)	(49.94)	(84.84)	(113.7 8)	(.)
_cons	47.14	97.86	120.07**	-26.83	-124.53	-94.48	-84.08	68.67	
			*						
	(52.64)	(105.3 7)	(32.32)	(139.5 5)	(106.14)	(160.7 8)	(281.0 3)	(378.7 1)	
No. of Obs.	160.00	160.00	156.00	156.00	156.00	156.00	138.00	138.00	108.00
R- Squared	0.03	0.07	0.26	0.27	0.33	0.33	0.37	0.33	

Napomena: * Nivo značajnosti od 10%, ** Nivo značajnosti od 5%, *** Nivo značajnosti od 1%; standardne greške u zagradama

Ocjene RE i AB estimatorom su u velikoj mjeri u saglasnosti sa ocjenama združenog modela POLS estimatorom. Izuzeci su vještačke varijable za zemlje; na osnovu RE estimacije, ni jedna od njih nije statistički značajna. Uticaj CSRDI na ROE je također pozitivno ocjenjen i RE i AB-GMM estimatorom. Za razliku od ROA dinamičkog modela, AB-GMM estimacija ROE dinamičkog modela ukazuje na značajan pozitivni uticaj prve docnje. Arellano-Bond test autokorelacije prvih diferenci slučajnih grešaka implicira da su instrumenti validni što je prikazano u narednoj tabeli.

Tabela 75: AB test autokorelacije prvih diferenci slučajnih grešaka

Order	z	Prob > z
1	-.21602	0.8290
2	.48355	0.6287

H0: no autocorrelation

Uzevši u obzir sve razmotrene estimacije POLS, FE, RE i AB-GMM u tabelama 72-73 i 74-75, **može se konstatovati da je uticaj CSRDI na finansijske performanse banaka pozitivan i robustan, ali da ne postoji dokaz da je taj uticaj i statistički značajan.**

Kao zaključak ovog dijela prije svega može se reći da utvrđivanje navedenog odnosa nije jednostavno (Surroca et al., 2010) jer iako broj istraživanja iz ove oblasti raste, kako ističu Abbott i Monsen (1979), u pitanju je nedovršen proces i upravo u tom kontekstu važno je izvršiti istraživanje u okviru jedne industrije (Chand, 2006). Iako u teoriji korporativne društvene odgovornosti dobiveni rezultati upućuju na pozitivan odnos, ipak možemo reći da se rezultati mogu svrstati u kategoriju “Mix” jer eksplanatorna moć modela sa ROE kao zavisnom varijablom je ispod zadovoljavajuće, dok je u slučaju ROA solidna, ali je posljedica značajnosti uticaja veličine banke i tržišnog učešća. Iz pregleda literature uočeno je da su do sličnih rezultata došli i autori Holman et al. (1990), Berman et al. (1999), Johnson i Greening (1999) odnosno Senyigit i Shuaibu (2017).

Također se potvrđuje i istraživanje autora Matuszak i Rozanska (2017) da aktivnosti korporativne društvene odgovornosti banaka nisu dominantan prediktor njihove profitabilnosti što, u slučaju analiziranih islamskih banaka, znači da finansijske performanse ne korespondiraju sa aktivnostima korporativne društvene odgovornosti. Tako na primjer, rezultati pokazuju da indeks protekom vremena raste a profitabilnost opada. Ovo je posebno izraženo u slučaju analiziranih banaka iz Turske ili na primjeru ADIB koja u 2016. godini, ima najveću izraženu vrijednost indeksa dok su i ROA i ROE zabilježili pad u odnosu na prethodnu godinu. Ista situacija je i u slučaju BBI banke za 2008. godinu, kada je vrijednost indeksa znatno veća u odnosu na prethodnu ali su pokazatelji profitabilnosti znatno manji u odnosu na prethodnu.

Stav o različitom kretanju vrijednosti indeksa u odnosu na pokazatelje profitabilnosti iskazali su i autori Amirul et al. (2017). U ekonomskom pogledu, rezultati potvrđuju i da islamske banke u okviru KISMUT zemalja imaju slične pokazatelje profitabilnosti (Yildirim, 2015), nisu efikasne (Yildirim, 2017) što je slučaj i sa BBI (Efendić, 2011). Iako neka istraživanja, poput Simpson i Kohers (2002) i Platonova et al. (2016) ističu da postoji pozitivna i signifikantna veza između korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi u bankarstvu, takvo stanovište nije uočeno u ovoj analizi što znači da taj generalni zaključak nije prisutan i kada su u pitanju islamske banke koje su dijelom KISMUT skupine, zajedno sa jedinom bankom iz BiH. Tu još jednom dolazi do izražaja različit stepen razvoja i primjene islamskog bankarstva u globalnom kontekstu te finansijske uspješnosti analiziranih banaka uključujući i primjenjeni metod kvantificiranja korporativne društvene odgovornosti.

Sveukupno posmatrano, na osnovu rezultata ekonometrijskih estimacija validnost prve hipoteze **Korporativna društvena odgovornost (CSR) pozitivno utiče na finansijske performanse islamskih banaka je djelimično dokazana:** ocjenjeni regresioni koeficijenti su

pozitivni i robustni, što implicira pozitivan uticaj CSRDI na ROA i ROE, ali značajnost ocjenjenih uticaja nije statistički potvrđena relevantnim t-testovima.

Da bi se empirijski testirala hipoteza H2: *Intenzitet uticaja korporativne društvene odgovornosti na finansijske performanse će biti jači kod većih banaka u odnosu na manje banke*, bilo je potrebno sprovesti sljedeće metodološke korake:

1. podijeliti sve banke na “velike” i “male”;
2. ocijeniti regresione koeficijente uticaja CSRDI na ROA i ROE, posebno za velike i posebno za male banke;
3. sprovesti test statističke značajnosti razlike između regresionih koeficijenata za velike i male banke.

Kada govorimo o prvom koraku, klasifikacija je izvršena tako što je korištena vrijednost aktive analiziranih banaka za 2016. godinu na način da je utvrđena vrijednost medijalne banke. Nakon toga velike banke su definisane kao banke čija je aktiva veća od medijalne banke, dok su male banke definisane kao banke čija je aktiva manja od aktive medijalne banke. Ova klasifikacija je prikazana u tabeli

Tabela 76: Klasifikacija na velike i male banke na osnovu vrijednosti aktive iz 2016. godine

Velike banke	Male banke
Qatar Islamic Bank	Qatar International Islamic bank
Al Rajhi	Bank Syariah Mandiri
National Commercial Bank	Bank Muamalat Indonesia
Bank Albilad	Bank Muamalat Malaysia Berhad
Al Jazira	RHB Islamic Bank Berhad
CIMB Islamic Bank	Turkiye Finans
Abu Dhabi Islamic Bank	Albaraka Turk Participation Bank
Dubai Islamic Bank	Bosna Bank International
Kuveyt Turk	Bank Islam Malaysia Berhad

Izvor: Kalkulacija autora na bazi godišnjih izvještaja

Realizacija koraka 2. i 3. zasnovana je na uvođenju vještačke varijable *size* koja ima vrijednost 1 u slučaju da je banka “velika”, odnosno 0 u slučaju da je banka “mala”. Dodatno, u model je uključena i interakcija vještačke varijable *size* i CSRDI, definisana kao $size_CSRDI = size * CSRDI$. Specifikacija proširenog modela je data izrazom;

$$y_{i,t} = \alpha + \beta csrdi_{i,t} + \beta_s size_i + \beta_{sc} size_CSRDI_{i,t} + \gamma_1 vb_{i,t} + \gamma_2 rk_{i,t} + \gamma_3 tu_{i,t} + \gamma_4 mr_i + \gamma_5 d_sb_{i,t} + \gamma_6 gdp_{i,t} + \sum_{j=1}^{l-2} \delta_j d_iso_{i,j} + u_{i,t}.$$

Smisao uključivanja vještačke varijable *size* i njene interakcije je sljedeći:

a) u slučaju kada je banka mala, $size=0$, prethodni izraz se svodi na osnovnu specifikaciju modela;

b) u slučaju kada je banka velika, $size=1$, prošireni model se može preformulisati kao:

$$y_{i,t} = (\alpha + \beta_s) + (\beta + \beta_{sc}) csrdi_{i,t} + \gamma_1 vb_{i,t} + \gamma_2 rk_{i,t} + \gamma_3 tu_{i,t} + \gamma_4 mr_i + \gamma_5 d_sb_{i,t} + \gamma_6 gdp_{i,t} + \sum_{j=1}^{l-2} \delta_j d_iso_{i,j} + u_{i,t}.$$

Iz prethodnog proizilazi da, u zavisnosti od statističke značajnosti ocjenjenih regresionih koeficijenata β_s i β_{sc} , su moguće sljedeće četiri situacije:

1. $\beta_s = 0$ i $\beta_{sc} = 0$: uticaj CSRDI na ROA/ROE je identičan i kod velikih i kod malih banaka;
2. $\beta_s \neq 0$ i $\beta_{sc} = 0$: razlika u uticaju CSRDI na ROA/ROE kod velikih i kod malih banaka je konstantna i ne zavisi od vrijednosti CSRDI;
3. $\beta_s = 0$ i $\beta_{sc} \neq 0$: razlika u uticaju CSRDI na ROA/ROE kod velikih i kod malih banaka isključivo zavisi od vrijednosti CSRDI;
4. $\beta_s \neq 0$ i $\beta_{sc} \neq 0$: razlika u uticaju CSRDI na ROA/ROE kod velikih i kod malih banaka ima konstantnu i promjenljivu dimenziju (koja zavisi od CSRDI).

Uzimajući u obzir rezultate Hausman testa iz prethodne sekcije, model sa ROA kao zavisnom varijablom je ocjenjen estimatorom FE, a model sa ROE kao zavisnom estimatorom RE. Rezultati estimacije su prikazani u tabeli 77.

Tabela 77: Uporedni prikaz estimacije ROA i ROE regresije sa veličinom banke kao regresorom

	ROA, FE	ROE, RE
CSRDI	2.34	32.91
	(3.11)	(37.50)
size	0.00	33.29**
	(.)	(16.90)
CSRDI_size	-8.88*	-55.94*
	(4.74)	(30.67)
VB	-0.58	-6.26
	(0.58)	(4.72)
RK	0.05	-0.42
	(0.06)	(0.35)
TU	-0.22	1.37**
	(0.20)	(0.65)
MR	0.00	93.67
	(.)	(270.49)
ln_gdp_pc	0.35	1.68
	(0.56)	(5.27)
D_BIH	0.00	19.30
	(.)	(144.36)
D_QAT	0.00	23.42
	(.)	(51.11)
D_IDN	0.00	2.44
	(.)	(51.89)
D_SAU	0.00	-7.37
	(.)	(7.35)
D_MYS	0.00	32.77
	(.)	(108.25)
D_SB		8.92***

		(2.88)
_cons	12.63	26.61
	(13.17)	(365.90)
No. of Obs.	138.00	138.00
R-Squared	0.43	0.43

S obzirom da je veličina banke definisana kao vještačka i samim tim invarijantna varijabla, njena ocjena ne figuriše u FE estimaciji ROA modela, već samo varijabla interakcije.

Ocjenjene vrijednosti regresionog koeficijenta uz interakciju size_CSRDI su negativne i statistički značajne, iz čega proizilazi da je uticaj CSRDI na ROA/ROE kod velikih banaka manje intenzivan u odnosu na male banke, što predstavlja iznenađujuć rezultat, s obzirom da je u suprotnosti sa testiranom hipotezom. No, treba imati u vidu da u slučaju ROE regresije, ocjenjena vrijednost varijable size je pozitivna i značajna. To faktički znači da bi u pretpostavljenom teorijskom slučaju, gdje je CSRDI=0, veće banke u prosjeku imale viši ROE za oko 33 % ali da bi se sa porastom CSRDI ova razlika smanjivala u korist malih banaka.

Uzimajući u obzir rezultate oba ocjenjena modela, može se zaključiti da je hipoteza 2 da će ***Intenzitet uticaja korporativne društvene odgovornosti na finansijske performanse biti jači kod većih banaka u odnosu na manje banke, djelimično dokazana***. Uticaj CSRDI na finansijske performanse velikih banaka je dokazano intenzivniji u smislu apsolutne vrijednosti intenziteta, što djelimično potvrđuje stav Taskin (2015) kao i Aras et al. (2010) o značajnom uticaju na finansijske performanse, ali nije pozitivan kao što je to predviđeno prvom hipotezom. U teoriji korporativne društvene odgovornosti, ističe se važnost veličine kompanije odnosno analiziranog subjekata koju su naglasili i Parket i Eilbirt (1975) a to je da je veličina preduzeća povezana sa naporima društvene odgovornosti.

Na kraju sprovedene analize, može se reći da se potvrđuje stav koji su imali Margolis et al. (2007) a to je da na konačan ishod rezultata veliki uticaj imaju faktori poput industrije u okviru koje se istraživanje sprovodi, veličina banke, angažovani finansijski parametri za mjerenje uticaja itd. Isto tako, uočava se i kompleksnost korporativne društvene odgovornosti koju je iskazao Ullman (1985) budući da nije moguć samo jedan ishod.

8.2.3 Rezultati ocjene uticaja komponenata CSRDI na ROA i ROE

Pored kompozitnog uticaja CSRDI na finansijske performanse, dodatno je analiziran uticaj svake pojedinačne komponente indeksa na ROA i ROE u cilju sagledavanja da li postoje statistički značajni uticaji pojedinačnom nivoa komponenti. Na bazi Hausman testa, kao reprezentativni modeli korišteni su FE za ROA model i RE za ROE model. Rezultati estimacije su prikazani u tabelama 78 i 79. Zbog preglednosti, u tabelama su predstavljene samo ocjene regresionih koeficijenata za CSRDI komponente, dok su kompletni prikazi ocjenjenih modela priloženi u aneksu.

Tabela 78: Ocjene uticaja pojedinačnih komponenti CSRDI na ROA

ROA	MV	UB	PR	ZE	ZA	KR	DZ	SO
	-1.05*	0.16	0.54	0.77	-0.91	2.26	-0.33	3.75*
	(0.54)	(3.42)	(0.85)	(1.30)	(0.81)	(1.36)	(0.64)	(2.11)
No. of Obs.	135.00	138.00	141.00	138.00	138.00	138.00	140.00	138.00
R-Squared	0.45	0.44	0.45	0.44	0.45	0.52	0.45	0.53

Napomena: * Nivo značajnosti od 10%, ** Nivo značajnosti od 5%, *** Nivo značajnosti od 1%; standardne greške u zagradama

Tabela 79: Ocjene uticaja pojedinačnih komponenti CSRDI na ROE

ROE	MV	UB	PR	ZE	ZA	KR	DZ	SO
	-3.90	14.65	6.34	3.04	-5.62	26.64	-1.68	35.70
	(3.99)	(27.22)	(10.90)	(14.69)	(7.47)	(17.51)	(3.47)	(29.67)
No. of Obs.	135.00	138.00	141.00	138.00	138.00	138.00	140.00	138.00
R-Squared	0.16	0.20	0.16	0.15	0.16	0.36	0.15	0.34

Napomena: * Nivo značajnosti od 10%, ** Nivo značajnosti od 5%, *** Nivo značajnosti od 1%; standardne greške u zagradama

Na osnovu priloženih tabela se može uočiti da za nivo značajnosti od 5%, niti jedna od komponenti ne ispoljava statistički značajan uticaj na ROA i ROE. Pri nivou značajnosti od 10%, komponente *Izjave o misiji i viziji* (MV) i *Šerijatski odbor* (SO) ispoljavaju negativan i pozitivan značajan uticaj, respektivno. Poređenjem rezultata iz obje tabele, može se također uočiti da uticaj CSRDI komponenti djeluje u istom smjeru i na ROA i na ROE. Konkretno, *Izjave o misiji i viziji* (MV), *Zaposleni* (ZA) i *Društvena zajednica* (DZ) ispoljavaju negativan, a *Uprava banke i top menadžment* (UB), *Proizvodi* (PR), *Zekat, donacije, Qard-hasan krediti* (ZE), *Kreditori* (KR), i *Šerijatski odbor* (SO) ispoljavaju pozitivan uticaj.

Na osnovu ovih rezultata može se uočiti važnost pojedinačne analize komponenti koje određuju korporativnu društvenu odgovornost radi boljeg razumijevanja istraživane relacije sa finansijskim performansama.

9 ZAKLJUČAK

Korporativna društvena odgovornost je koncept koji u eri modernog biznisa ima karakter „*must have*“ i nezaobilazni je dio strateškog opredjeljenja kompanije. Samim tim je u sferi interesovanja ne samo poslovnih stručnjaka nego i naučne javnosti. Tome u prilog ide i iznimno veliki broj istraživanja na ovu temu koji pored teorijskog imaju i empirijski karakter. Iako je teorija korporativne društvene odgovornosti ponudila niz definicija i poimanja uloge kompanije u društvu i analizi njenog uticaja, jedna i konačna formulacija ovog koncepta još uvijek nije usvojena. Time se ističe njegova kompleksnost i evoluirajući karakter.

Prema poimanju teoretičara sa Zapada, korporativna društvena odgovornost najčešće uključuje definiciju koju je dao Carroll (1991) naglašavajući da kompanija ima ekonomsku, pravnu, etičku i filantropsku odgovornost što je formulisano kao piramida društvene odgovornosti koja je primjenu imala u velikom broju istraživanja. Ipak, ovdje se mora uzeti u obzir i činjenica da je sam koncept ujedno i poslovna filozofija koja predstavlja američko poimanje uloge kompanije u društvu, budući da su joj „*korijeni*“ otamo, što znači da jedinstvena rješenja za korporativnu društvenu odgovornost, koja su zasnovana na zapadnim kodeksima i propisima, ne moraju nužno biti implementirana i na Istoku ili u zemljama u razvoju (Peters et al., 2011).

U skladu sa time, vremenom su se pojavila i druga istraživanja u kojima je primjenjen ovaj model na primjeru drugih, kulturološki različitih, regija pa je samo poimanje korporativne društvene odgovornosti poprimilo drugačije značenje. Ovo se posebno odnosi na koncept kada religija dominira ekonomskim shvatanjem uloge poslovne organizacije u društvu, kao što je slučaj sa islamskim bankama. Odlika islamskog pristupa konceptu korporativne društvene odgovornosti jeste što se on zasniva na inputima islamske etike koji su izvedeni iz religijskih postulata. Teorijski modeli koji su kasnije razvijeni također polaze od pristupa zasnovanog na Šerijatu koji zahtijeva pravednost, dobročinstvo i povjerenje, kao odrednicama etičkog djelovanja. U ovom radu, predstavili smo elemente teorijskog modela islamskog pristupa korporativnoj društvenoj odgovornosti koji težište stavlja na ekonomsku, filantropsku, global i pravno-etičku odgovornost islamskih bankarskih institucija.

Pored teorijskih odrednica, naučna diskusija u ovoj oblasti usmjerena je i na istraživanje uticaja korporativne društvene odgovornosti na finansijske performanse kompanija. Da bi se mogla ispitati veza između korporativne društvene odgovornosti i finansijskih performansi, potrebno je izvršiti kvantifikaciju društvenog angažmana poslovnih subjekata. U literaturi je vrlo često korišten pristup objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti što je u engleskoj terminologiji poznato kao Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR). U slučaju islamskih banaka, autori Haniffa i Hudaib (2007) razvili su indeks etičkog identiteta (*engl. Ethical Identity Index*) islamskih banaka sa ciljem kvantifikacije korporativne društvene odgovornosti.

Autori su pokazali da se analizom godišnjih izvještaja islamskih banaka može odrediti stepen primjene korporativne društvene odgovornosti. Indeks se sastoji od osam dimenzija: a) izjave o viziji i misiji banke, b) uprava banke i top menadžment, c) proizvodi i usluge banke, d) Zekat, sadaka (donacije), krediti dobročinstva (Qard-hasan krediti), e) obaveze prema zaposlenima, f) kreditori, g) obaveze prema društvu i h) Šerijatski odbor. Maksimalna vrijednost svake pojedinačne dimenzije iznosi 1 što znači da je dimenzija 100% objelodanjena u izvještajima. Najmanja vrijednost jeste 0. Svaka dimenzija sastoji se od određenog broja varijabli koji nije jednak za svaku dimenziju. Pored izvornog naziva ovog indeksa autori

poput Hassan i Harahap (2010); Mallin et al. (2014) i Platonova et al. (2016) koriste termin Corporate Social Responsibility Disclosure Index odnosno, skraćeno, CSRDI što je korišteno i u ovom radu.

Sprovedeno istraživanje baziralo se na uzorku od ukupno 18 banaka iz KISMUT zemalja i jedne banke iz Bosne i Hercegovine, za period 2006-2016. KISMUT zemlje (Katar, Indonezija, Saudijska Arabija, Malezija, UAE i Turska) odabrane su za analizu iz razloga što je u okviru tih zemalja skoncentrisano 80% vrijednosti ukupne aktive islamskog bankarstva i što osnivači jedine banke u BiH koja posluje po principima islamskog bankarstva, dolaze iz KISMUT zemalja.

Predstavljeni rezultati potvrđuju istraživanje autora Haniffa i Hudaib (2007) da analizirane islamske banke imaju izgrađen etički identitet, odnosno da su društveno odgovorne ali kada je u pitanju objelodanjivanje podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti da postoje velike razlike među bankama, neovisno o tome da li se radi o bankama iz iste zemlje ili ne. Najveći problem jeste nekonzistentnost u praksi objelodanjivanja. Analiza je također pokazala i da islamske banke u različitom stepenu primjenjuju i regulatorne propise. Tipičan primjer u tom pogledu predstavljaju dvije analizirane islamske banke iz Katara koje čak ne primjenjuju odgovarajuću regulativu na isti način. U tom pogledu se posebno izdvaja Qatar International Islamic Bank, što negativno utiče na praksu objelodanjivanja podataka date banke.

Isto tako, praksa nefinansijskog izvještavanja i koncepta objelodanjivanja podataka jeste prisutna u izvještajima islamskih banaka ali ona nije standardizovana kao što je slučaj sa GRI Smjernicama. U pogledu svake od navedenih dimenzija, najviše zastupljena je svakako dimenzija odnosa prema kreditorima što govori o tome koliko su islamske banke posvećene adekvatnosti regulisanja rizika kojima su izložene i poduzimanju odgovarajuće kreditne politike. Pri tome treba istaći da u ovim izvještajima nije posebno izražena komponenta izloženosti banke prema šerijatskom riziku.

Kada je u pitanju odnos banke prema društvu, različit je spektar aktivnosti koje svaka od islamskih banaka sprovodi; od učestvovanja u akcijama pošumljavanja, sponzorstva kolektivnih vjenčanja, dostavljanja penzija direktno na kućnu adresu, dodjeljivanja stipendija studentima slabijeg imovinskog statusa, akcije darivanja krvi, saradnji sa obrazovnim institucijama u cilju promocije islamskog bankarstva i finansija ili očuvanja kulturno-historijskog naslijeđa u svojim zemljama.

Sve analizirane islamske banke iskazuju zahvalnost svojim zaposlenima i vrlo su posvećene njihovom treningu, koji je najčešće multidisciplinarnog karaktera, iako su neke više posvećene treningu iz oblasti Šerijata i islamske ekonomije u odnosu na druge. Isto tako, skoro sve banke imaju posebne odjele koji se bave aktivnostima sprečavanja pranja novca i praćenja istih ali koncept objelodanjivanja, u pogledu sprovedenih treninga iz ove oblasti, je slabije zastupljen. Još jedna od uočenih nekonzistentnosti jeste što nemaju sve banke eksplicitno navedenu politiku jednakih mogućnosti. Na primjer, u slučaju banke CIMB Islamic ona se ogleda kroz aktivnosti zapošljavanja žena, u određenom procentu, na rukovodeće pozicije ili u slučaju ADIB banke koja naglašava da osnov njihove radne snage čini oko 54 različitih nacionalnosti. S druge strane, QIB banka izričito naglašava da tretira svoje zaposlene na bazi jednakosti kao i kada je u pitanju BMI banka.

U slučaju arapskih islamskih banaka vrlo je naglašen proces zapošljavanja nacionalnog stanovništva u cilju ispunjenja uslova katarizacije, saudizacije odnosno emiratizacije budući

da u ovim zemljama živi i radi jako veliki broj stranaca. Banke također imaju neki vid fonda za zaposlene koji, kao u slučaju DIB, omogućava zaposlenima da postanu vlasnici određenog broja dionica banke. Ipak najčešće objelodanjena aktivnost u okviru određenih pogodnosti za zaposlene jeste isplata otpremnina u slučaju penzije.

Zekat i Qard-hasan krediti je dimenzija koja ima vrlo različit i neujednačen stepen objelodanjivanja među analiziranim bankama. U većini slučajeva, banke objelodanjuju ko je odgovoran za plaćanje Zekata (banka ili dioničari) a u praksi velikog broja banaka najčešće je Zekat obaveza dioničara. Isto tako, banke u okviru finansijskog dijela godišnjeg izvještaja, navode iznos plaćenog Zekata. Neke banke poput QIB ili BMI, imaju svoj Zekat fond koji je nadležan za ovu aktivnost. U pogledu pojedinačnih korisnika Zekata, apsolutni stepen objelodanjivanja imaju islamske banke iz Indonezije. Generalno, slučaj Indonezije je posebno zanimljiv ako se uzme u obzir da je islamsko bankarstvo u ovoj zemlji zastupljeno sa oko 5% što je znatno niže u odnosu na druge zemlje iz KISMUT skupine. Ovakva situacija bi se mogla objasniti nastojanjem indonežanskih islamskih banaka da upravo aktivnostima koje poduzimaju utiču na javnost kako bi se povećao stepen upoznatosti sa karakteristikama islamskog bankarstva i time približe potencijalnim klijentima ovaj vid poslovne aktivnosti. Ovo je naglašeno i kao jedan od primarnih ciljeva u okviru strategije vlade Indonezije pod nazivom „*Indonesia's Masterplan of Sharia Economy 2019-2024*“ koja je donesena 2018. godine sa ciljem razvoja okvira, strategija i akcionih planova za snažniji razvoj industrije islamskog bankarstva i finansija.

Pored aktivnosti Zekata, formirane fondacije ili komiteti predstavljaju i izvor informacija kada su u pitanju dobrotvorne akcije banke i iznos doniranih sredstava. U godinama kada su banke donirale sredstava u dobrotvorne svrhe, ova aktivnost je bila najčešće vrlo detaljno objelodanjena. Ovaj stav potvrđen je i od strane Thomson Reuters koji u izvještaju „*Islamic Finance Development Report 2018: Building Momentum*“, u okviru indikatora korporativne društvene odgovornosti navodi da su u izvještajima islamskih banaka „*najviše objelodanjene dobrotvorne aktivnosti koje provode islamske finansijske institucije kao i obavezne stavke poput politike Zekata i blagostanja zaposlenih*“ (Thomson Reuters, 2018). Ipak, u kontekstu ove dimenzije samo je TF banka iz Turske u izvještaju iz 2016. godine objelodanila da u toj godini nije donirala sredstva u dobrotvorne svrhe dok su ostale banke, u godinama kada nisu donirale sredstva u dobrotvorne svrhe, jednostavno izostavile ovu varijablu iz izvještaja.

U izvještajima banaka obuhvaćenih uzorkom, Qard-hasan krediti su veoma malo zastupljeni. Rijetko se može sresti situacija kada se u izvještajima banaka objašnjava situacija kada korisnik Qard-hasan kredita zapadne u teškoće zbog kojih ne može da servisira ovu vrstu kredita. Samo u jednom slučaju, konkretno u izvještajima BMMB banke iz 2014. godine, opisuje se način na koji će banka postupiti u uslovima nemogućnosti vraćanja Qard-hasan kredita. Konstataciju o niskom stepenu objelodanjivanja Qard-hasan kredita nalazimo u ranije spomenutom izvještaju Thomson Reuters u kome se navodi da je „*Qard-hasan kredit najmanje objelodanjena stavka, kada je u pitanju izvještavanje o društvenoj odgovornosti islamskih finansijskih institucija*“ (Thomson Reuters, 2018).

Dimenzija Šerijatski odbor također ima vrlo nejednaku zastupljenost u izvještajima islamskih banaka od toga da neke banke ovu dimenziju nemaju uopšte zastupljenu u izvještajima, poput banaka KT i Albakara Turk, dok druge banke objelodanjuju samo imena članova Odbora, što je slučaj sa BBI bankom. Samo u nekim slučajevima kao na primjeru BSM banke, stepen objelodanjivanja pojedinih dimenzija varijable Šerijatski odbor je visok i obuhvata čak do 80% relevantnih odrednica ove varijable.

Analiza je pokazala različitu praksu objelodanjivanja podataka o pojedinim varijablama Šerijatskog odbora i u skupu islamskih banaka koje su pioniri islamskog bankarstva kako u svojim zemljama tako i globalno. Ove razlike su upadljive i u poređenju ovih sa malim bankama što najbolje ilustruje razlika koja postoji između Al Rajhi banke, kao najveće islamske banke na svijetu, i malih i mladih islamskih banaka iz Indonezije koje imaju znatno veći stepen objelodanjivanja podataka u svim relevantnim segmentima. Nizak stepen objelodanjivanja podataka o pojedinim dimenzijama Šerijatskog odbora je zastupljen u praksi velikih islamskih banaka NCB a djelimično i QIB.

Pitanje BBI banke potrebno je posebno objasniti iz razloga što je, po našim saznanjima, ovo prvi put da se jedno ovakvo istraživanje sprovodi na primjeru date banke u našoj zemlji. Na osnovu analize izvještaja banke, može se zaključiti da BBI banka ima izgrađen etički identitet i da se radi o instituciji koja je usmjerena na ostvarenje islamskog koncepta društvenog dobra odnosno maslehe. Tome u prilog ide i vrijednost izjave o misiji i viziji banke kao i društvenih aktivnosti koje banka poduzima. Međutim, kao i u slučaju islamskih banaka iz KISMUT skupine, stepen objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti nije dovoljno zastupljen. Ovdje se prije svega ističe neobjelodanjivanje podataka o Zekatu i Šerijatskom odboru. BBI banka ni u jednom analiziranom izvještaju nije navela podatke o Zekatu, pa prema tome niti o tome ko plaća Zekat – banka ili njeni dioničari. Isto tako, u izvještajima su samo objelodanjena imena članova Šerijatskog odbora čime banka ne iskazuje javnosti koliko je proces odobravanja proizvoda specifičan kada je u pitanju islamsko bankarstvo, posebno u uslovima ograničavajuće regulative, kakav je slučaj sa BiH. Noordin i Kassim (2019) ističu da je objelodanjivanje izvještaja Šerijatskog odbora krucijalno radi sticanja povjerenja javnosti u ispravnost i etičnost poslovnih operacija koju data islamska poslovna institucija sprovodi u zemlji.

Za razliku od osnivača BBI banke čiji godišnji izvještaji nisu bili dostupni za većinu godina analiziranog perioda, izvještaji BBI banke nisu bili dostupni samo za jednu godinu posmatranog perioda. Izvještaji DIB banke, kao jednog od osnivača BBI banke, bili su dostupni za 2009, 2011 i 2012. godinu dok su izvještaji ADIB banke bili dostupni za period 2013-2016. Kada se uporede vrijednosti indeksa objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti BBI banke i njenih osnivača, zaključuje se da ADIB banka ima najviši stepen objelodanjivanja u cjelini.

Po našem mišljenju izvještaji BBI banke trebalo bi u znatno većoj mjeri da sadrže nefinansijske pokazatelje poslovanja, posebno one koji predstavljaju suštinske odrednice korporativne društvene odgovornosti izvedene iz fundamentalnih principa islamskog bankarstva, po čemu bi inače ova banka trebalo da se razlikuje od ostalih banaka koje posluju na bankarsko-finansijskom tržištu Bosne i Hercegovine. Prilikom koncipiranja modela integralnog izvještaja, koji pored finansijskog sadrži i elemente nefinansijskog izvještavanja imanentne islamskim bankama, BBI banka bi trebalo da koristi elemente izvještaja njenih osnivača prije svega ADIB banke kao i GRI Smjernica.

Za ocjenjivanje uticaja CSRDI kao eksplanatorne varijable na zavisnu varijablu ROA korišteni su ekonometrijski model panel podataka ocjenjen združenim OLS estimatorom postupnim dodavanjem varijabli, zatim modelom fiksnih efekata (odabranog na osnovu rezultata Hausman testa) kao i na osnovu dinamičke specifikacije modela pomoću Arellano – Bond (AB) estimatora.

Na osnovu dobijenih rezultata ekonometrijskog modeliranja uticaja CSRDI na ROA može se zaključiti da varijabla CSRDI pozitivno utiče na vrijednost varijable ROA, što znači da većim vrijednostima indeksa CSRDI odgovaraju veće vrijednosti finansijskog pokazateja ROA, odnosno, drugim riječima, islamske banke koje imaju veću gamu aktivnosti korporativne društvene odgovornosti ostvaruju bolje finansijske rezultate mjerene pokazateljem ROA.

Na osnovu numeričkih vrijednosti parametara uticaja CSRDI na ROA i odnosa realizovanog nivoa signifikantnosti (*p value*) i prihvatljivog nivoa rizika (alfa) može se zaključiti da uzorak, koji sadrži opservirane vrijednosti varijabli ROA kao zavisne varijable, CSRDI kao osnovne eksplanatorne varijable i drugih modelom obuhvaćenih kontrolnih varijabli za 18 islamskih banaka i deset godina posmatranog perioda nije se moglo pouzdano zaključiti da se varijacijama u vrijednosti varijable CSRDI mogu u statistički značajnoj mjeri objasniti varijacije zavisne varijable ROA.

Hasuman test je u slučaju korištenja ROE kao zavisne varijable pokazao da ekonometrijski panel model sa slučajnim efektima predstavlja adekvatniju analitičku deskripciju zavisnosti ROE od CSRDI (i ostalih modelom obuhvaćenih kontrolnih varijabli). Na osnovu empirijskih rezultata ocjenjivanja proučavane zavisnosti združenim metodom običnih najmanjih kvadrata (POLS), RE estimatorom i AB-GMM estimatorom može se izvesti isti zaključak kao i u slučaju ispitivanja uticaja CSRDI na ROA. Naime, uticaj CSRDI na finansijske performanse islamskih banaka je pozitivan. Ovaj nalaz je robustan, što znači da nije osjetljiv na narušavanje pretpostavki korištenih ekonometrijskih modela. Ni u ovom slučaju, panel podaci iz uzorka nisu mogli da potvrde hipotezu da je uticaj CSRDI na ROE statistički značajan.

Kombinovanjem rezultata ispitivanja CSRDI na ROA i na ROE možemo zaključiti da je prva istraživačka hipoteza koja postulira da korporativna društvena odgovornost pozitivno utiče na finansijske performanse islamskih banaka djelimično dokazana. Regresioni koeficijenti koji izražavaju uticaj CSRDI na ROA odnosno ROE su pozitivni; dobijene ocjene su robustne odnosno invarijantne u odnosu na ispunjenost pretpostavki modela; na osnovu vrijednosti relevantnih t-statistika i njima pridruženih empirijskih realizovanih nivoa signifikantnosti nije se moglo zaključiti da korporativna društvena odgovornost u statistički značajnoj mjeri utiče na finansijske performanse islamskih banaka.

Druga istraživačka hipoteza koja postulira da je intenzitet uticaja korporativne društvene odgovornosti na finansijske performanse jači kod većih banaka u poređenju sa manjim bankama je dokazana modeliranjem uticaja CSRDI na ROE. U dokazivanju navedene istraživačke hipoteze primjenjena je odgovarajuća procedura tako što su u prvom metodološkom koraku sve banke podjeljene na velike i male, zatim su u drugom koraku ocjenjeni parametri panel modela sa slučajnim efektima (s obzirom na dobijene rezultate Hausman testa), da bi u posljednjem, trećem, metodološkom koraku sproveli testove statističke značajnosti razlika između regresionih koeficijenata uticaja CSRDI na ROE odvojeno za velike i za male banke.

Uticaj veličine banke modeliran je pomoću vještačke varijable „*size*“, koja uzima dvije vrijednosti: nula u slučaju malih banaka i jedan u slučaju velikih banaka, pri čemu je pretpostavljena interakcija između osnovne eksplanatorne varijable CSRDI i vještačke varijable koja se odnosi na veličinu banke.

Pored kompozitnog uticaja CSRDI na finansijske performanse, dodatno je analiziran uticaj svake pojedinačne komponente indeksa na ROA i ROE u cilju sagledavanja da li postoje

statistički značajni uticaji na pojedinačnom nivou komponenti. Rezultati Hausman testa su pokazali da je u slučaju ispitivanja uticaja pojedinih komponenti CSRDI na ROA reprezentativan panel model sa fiksnim efektima dok je u slučaju ispitivanja uticaja pojedinačnih komponenti indeksa CSRDI na finansijske performanse mjerene varijablom ROE reprezentativan model sa slučajnim efektima. Zbog izuzetno niskog stepena varijabiliteta elementarnih varijabli koje predstavljaju komponente CSRDI indeksa nijedna od elementarnih varijabli na nivou značajnosti od 5% nije ispoljila signifikantan uticaj na finansijske performanse islamskih banaka mjerene parametrima ROA i ROE. Statistički značajan uticaj ispoljile su samo dvije elementarne varijable – komponente indeksa CSRDI – Izjava o misiji i viziji i Šerijatski odbor, i to na nivou značajnosti od 10%.

10 NAUČNI DOPRINOS ISTRAŽIVANJA, OGRANIČENJA I PREPORUKE ZA DALJNJA ISTRAŽIVANJA

Iako je razvoj islamskog bankarstva u proteklom periodu bio veoma impresivan, što je rezultiralo i brojnim radovima - knjigama, studijama, člancima i sl., ova oblast u našoj naučnoj i stručnoj literaturi još uvijek nije dovoljno istražena. Tu prije svega mislimo na istraživanje korporativne društvene odgovornosti islamskih banaka i povezanih tema. Na osnovu definisanog predmeta istraživanja, postavljenih istraživačkih ciljeva, radnih hipoteza, istraživačkih pitanja, metoda korištenih u istraživanju, prikupljene relevantne naučne i stručne literature, identificiranih izvora podataka te primjenjene ekonometrijske analize, rezultati su dali potpuniji naučni i stručni uvid u osnovne aspekte korporativne društvene odgovornosti islamskih banaka, općenito, i posebno u Bosni i Hercegovini kao i KISMUT zemljama.

Teorijski značaj ove doktorske disertacije jeste u tome da je dat značajan prilog domaćoj naučno-stručnoj literaturi u ovoj oblasti, budući da je većina literature iz ove oblasti dostupna na engleskom jeziku. Poseban doprinos ogleda se u prezentovanju islamskog pristupa korporativnoj društvenoj odgovornosti i prijedlogu za novi model primjene međunarodne piramide korporativne društvene odgovornosti zasnovanoj na islamskim principima.

U naučnom pogledu, ovo istraživanje značajno je i iz razloga što se, prema našim saznanjima, ova tema prvi put istražuje u našoj zemlji, prije svega u domenu kvantifikacije korporativne društvene odgovornosti na bazi indeksa na primjeru jedine banke koja posluje u skladu sa principima islamskog bankarstva. Isto tako, ovaj rad daje i doprinos u analizi primjene korporativne društvene odgovornosti i njenoj relaciji sa finansijskim performansama kada su u pitanju KISMUT zemlje koje su, kako je već ranije navedeno, novija skupina zemlja za istraživanje koja, u tom kontekstu, datira tek od 2014. godine.

Doprinos disertacije ostvaren je i na metodološkom planu koji se ogleda u tome što je razvijen ekonometrijski model multivarijacione analize sa dvije zavisne varijable koje mjere finansijske performanse islamskih banaka i većim brojem nezavisnih (objašnjavajućih) varijabli, pri čemu korporativna društvena odgovornost islamskih banaka predstavlja glavnu eksplanatornu varijablu, dok ostale nezavisne varijable imaju karakter kontrolnih varijabli koje su u model uvedene da bi se preciznije kvantifikovao uticaj korporativne društvene odgovornosti na finansijske performanse islamskih banaka. Posebna vrijednost kreiranog ekonometrijskog modela sastoji se u tome što se zaključci na osnovu modela izvode na osnovu maksimalne količine informacija koje uzorak sadrži, korištenjem maksimalnog broja opserviranih vrijednosti varijabli uključenih u model.

Kao i svako istraživanje tako i ovo ima određene nedostatke. Najviše izraženi svakako je nepostojanje izvještaja za određeni broj godina i određeni broj islamskih banaka što je ograničilo ukupan broj opservacija iz uzorka. Time su ograničene analitičke mogućnosti komparativne analize indeksa objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti koji je za različite banke obračunat na osnovu različitog broja pojedinačnih komponenti koje učestvuju u formiranju njegove kompozitne vrijednosti. Tome treba dodati i značajno ograničenje koje proističe iz činjenice o postojanju razlika između podataka i informacija koje islamske banke objelodanjuju na svojim web stranicama i podataka koje su sadržane u njihovim godišnjim izvještajima a koje su korištene za obračun vrijednosti indeksa objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti.

Drugi nedostatak ovog istraživanja jeste konstrukcija samog indeksa objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti. Iako je isti korišten u već navedenim istraživanjima, u izvornom ili modifikovanom obliku, bitno je naglasiti da se modifikacija mora izvršiti na način da se prilagodi tržištu odnosno regionu koji je predmet istraživanja. Razloge možemo pronaći u različitom stepenu primjene islamskog bankarstva u analiziranim zemljama što utiče i na sam koncept objelodanjivanja podataka.

Neke KISMUT zemlje su ujedno i zemlje Zaliva odnosno GCC regiona (Katar, Saudijska Arabija i UAE) na osnovu čega se i uočava ta razlika u odnosu na Maleziju, Indoneziju i Tursku. U tom kontekstu pojedine varijable određenih dimenzija ne mogu se primjeniti na sve zemlje koje čine analiziranu skupinu kao ni u slučaju Bosne i Hercegovine. To se posebno odnosi na dimenziju "*Društvena zajednica*" i varijablu koja naglašava postojanje specijalne poslovnice za žene. Ova varijabla u slučaju turskih, indonežanskih, malezijskih banaka i BBI banke, za sve analizirane godine, ima vrijednost 0. Razlog tome jeste što u Maleziji, Indoneziji, Turskoj i BiH ne postoji potreba za ovim specijalnim poslovnicama iz razloga što su žene dijelom islamskih banaka kao poslovne organizacije jer su zaposlene na rukovodećim pozicijama u bankama.

U Maleziji se ide čak i korak dalje pa su žene članovi Šerijatskog odbora, za razliku od analiziranih banaka iz Saudijske Arabije, UAE ili Katara, čime se jasno naglašava njihova uloga, ne samo u okviru islamske banke, nego i u društvu, ističući time način kako banka tretira svoje zaposlene. Iako se u Saudijskoj Arabiji, UAE i Kataru naglašava politika jednakih mogućnosti ista se, barem u organizacionom aspektu, ne može uporediti sa onom koja se primjenjuje u Maleziji ili Indoneziji. S druge strane, Bank Albilad ima specijalnu poslovnicu za osobe sa invaliditetom što je čini jedinstvenom bankom ne samo u Kraljevini nego i šire. U tom kontekstu, ukoliko se ova varijabla koristi u analizi potrebno ju je modifikovati u postojanje specijalizovanih filijala.

Isto tako, nedostatak ovako definisanog indeksa jeste u tome što jedna dimenzija ima uticaj na druge, kao u slučaju Šerijatskog odbora, što znači da ako banka nije objelodanila izvještaj Šerijatskog odbora, u kojem se tretiraju pitanje Zekata, odobrenja novih proizvoda ili aktivnosti samog Odbora, to će uticati i na druge dimenzije a samim time i na ukupnu vrijednost indeksa. To može dovesti do nižeg stepena objelodanjivanja date dimenzije, iako to u praksi nije slučaj. Slična situacija je i sa nekim varijablama koje su više tehničke prirode, poput potpisa svih članova Šerijatskog odbora na izvještaj. Na primjer, ukoliko banka objelodani izvještaj Odbora sa svim potrebnim detaljima ali koji nije potpisan od strane svih članova Odbora onda to utiče na vrijednost date dimenzije i snižava je, iako izvještaj sadrži mnogo važnije informacije poput iznosa sredstava koji je nastao na osnovu nedozvoljenih aktivnosti i slično.

Vođeni uočenim nedostacima, u nastavku je dat prijedlog konstrukcije indeksa objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti islamskih banaka koji jasno razgraničava dimenzije koje ga čine i otklanja naprijed pomenute nedostatke. Isto tako, novi prijedlog indeksa riješava nedoumice sa kojima smo se susretali prilikom utvrđivanja istog i dodaje određene varijable koje do sada nisu bile dijelom izvornog indeksa autora Haniffa i Hudaib (2007).

Tabela 80: Prijedlog unaprijeđenih dimenzija CSRD indeksa

Dimenzije indeksa	
I.	Izjave o misiji i viziji
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Predanost u obavljanju poslovne aktivnosti u skladu sa islamskim principima/idealima 2. Poslovanje sa ciljem ostvarenja društvenog interesa (masleha) 3. Vrijednosti kojima banka teži 4. Primjena principa održivog razvoja 5. Poslovanje u cilju zadovoljavanja potreba svih stakeholdera 6. Transparentnost u poslovanju 7. Obezbeđenje povrata za dioničare
II.	Uprava banke (<i>engl. Board of Directors</i>) i top menadžment
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Imena članova Uprave banke 2. Pozicije članova Upravnog odbora banke 3. Fotografije članova Upravnog odbora banke 4. Profili članova Upravnog odbora banke 5. Udjeli članova Upravnog odbora banke 6. Izveštaj predsjednika Uprave 7. Broj održanih sastanaka 8. Članstvo u nekim drugim organizacijama 9. Članovi Odbora za reviziju 10. CEO poruka 11. Imena članova menadžmenta 12. Pozicije članova menadžmenta 13. Fotografije članova menadžmenta 14. Profili članova menadžmenta 15. Broj održanih sastanaka skupštine dioničara 16. Trening članova Uprave iz različitih oblasti 17. Naknade isplaćene predsjedniku Uprave ili svim članovima
III.	Proizvodi i usluge
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Broj ili vrste novih proizvoda i usluga koje je banka uvela 2. Proces odobrenja proizvoda 3. Rječnik pojmova/definicija ugovora 4. Neučestvovanje u nedozvoljenim aktivnostima 5. Postupanje prema nedozvoljenim aktivnostima 6. Plaćeni penali / kazne (ili izjava da istih nema)
IV.	Zekat, donacije i Qard-hasan krediti
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Banka odgovorna za Zekat 2. Iznos plaćen za Zekat 3. Izvori Zekata (Zekat fond) 4. Korisnici Zekata 5. Pojedinačni iznosi Zekata 6. Izvori za dobrotvorne svrhe 7. Iznos doniran u dobrotvorne svrhe 8. Upotreba Qard-hasan kredita 9. Politika obezbeđenja Qard-hasan kredita 10. Politika za neplaćanje Qard-hasan kredita

V. Zaposleni
<ol style="list-style-type: none"> 1. Iskazivanje zahvalnosti zaposlenim 2. Broj zaposlenih 3. Politika jednakih mogućnosti ili mogućnost napredovanja 4. Podrška zaposlenima i njihovim porodicama 5. Obuka za nove zaposlenike 6. Trening: Upoznatost sa Šerijatom 7. Specijalizovani treninzi 8. Iznos sredstava utrošen na trening zaposlenih 9. Nagrade za zaposlene 10. Zapošljavanje studenata
VI. Kreditori
<ol style="list-style-type: none"> 1. Risk management 2. Izloženost Šerijatskom riziku 3. Politika otpisa dugova 4. Iznos otpisanih dugova
VII. Društvena zajednica
<ol style="list-style-type: none"> 1. Odnos banke prema konceptu korporativne društvene odgovornosti 2. Predanost u obavljanju društvene uloge banke 3. Podupiranje organizacija koje podržavaju društvene aktivnosti 4. Aktivnosti na zaštiti životne sredine 5. Učešće u vladinim društvenim aktivnostima 6. Sponzorstvo društvenih aktivnosti 7. Organizacija obrazovnih programa za javnost 8. Angažovanje zaposlenih u društvenoj zajednici
VIII. Šerijatski odbor
<ol style="list-style-type: none"> 1. Imena članova Šerijatskog odbora 2. Fotografije članova Šerijatskog odbora 3. Profili članova Šerijatskog odbora 4. Naknade članovima Šerijatskog odbora 5. Broj održanih sastanaka 6. Opis nadležnosti Šerijatskog odbora 7. Ispitivanje svih poslovnih transakcija 8. Distribucija profita i gubitka u skladu sa Šerijatom 9. Potvrda Šerijatskog odbora da je proizvod odobren u skladu sa Šerijatom 10. Potvrda Šerijatskog odbora da je Zekat izračunat u skladu sa Šerijatom

Izvor: Autor

Određena ograničenja istraživanja proizlaze iz činjenice da uzorkom nisu obuhvaćene sve islamske banke, prije svega iz KISMUT skupine, već samo određeni broj banaka tako da se rezultati mogu uopštavati samo uz određeni rizik greške čiji je osnovni izvor odstupanje strukture uzorka od strukture čitave populacije odnosno skupa svih islamskih banaka u KISMUT zemljama.

U pogledu preporuka za daljnja istraživanja, koncept primjene korporativne društvene odgovornosti u islamskom bankarstvu ima svoje specifičnosti koje moraju predstavljati polazno osновиšte za istraživanja u ovoj oblasti. U kontekstu primjene objelodanjivanja podataka o korporativnoj društvenoj odgovornosti, iako je ovaj metod vrlo rasprostranjen u ovakvim vrstama istraživanja, važno je unaprijed definisati set pravila koja će služiti kao

orijentir za validnu kvantifikaciju korporativne društvene odgovornosti. Napori istraživača u ovoj oblasti trebalo bi da budu usmjereni na potpuniji obuhvat islamskih banaka i na vremenske serije koje će prirodno biti duže od vremenskih serija koje smo mi koristili. Time će se povećati stepen pouzdanosti i preciznosti rezultata istraživanja. Jedna od preporuka bi bila i uporedna analiza web stranice banke, zajedno sa godišnjim izvještajima, kao u slučaju Kilic (2015).

Daljni istraživački napori svakako bi trebalo da budu usmjereni na kreiranje alternativnih funkcionalnih formi modela koji bi na adekvatniji način izrazili zavisnost finansijskih performansi od stepena korporativne društvene odgovornosti islamskih banaka jer važno je naglasiti da je korporativnu društvenu odgovornost teško mjeriti i da odabir metode mjerenja uveliko utiče na rezultat istraživanja. Isto tako, veoma je važno pitanje industrije i odabrane metode mjerenja korporativne društvene odgovornosti. U tom aspektu, može se dati preporuka da se za utvrđivanje korporativne društvene odgovornosti primjeni metoda koja će biti više kvantitativnog karaktera, kao u slučaju Rehan et al. (2018) ali sa mogućnošću korekcije i primjene u skladu sa islamskim bankarstvom pa bi na osnovu toga formula mogla da izgleda na sljedeći način:

Korporativna društvena odgovornost = Donacije + Zekat + Fondovi za zaposlene / Zarade prije poreza.

Tim pristupom se može prevazići i problem dostupnosti godišnjih izvještaja jer, većina islamskih banaka kotira na berzi čime su njihovi finansijski izvještaji dostupni što može koristiti kao izvor podataka za utvrđivanje kvantitativne mjere korporativne društvene odgovornosti. Isto tako, pored računovodstvenih mjera mogu se koristiti i tržišne kako bi analiza imala dublji i detaljniji karakter i kako bi se sagledao stav dioničara prema ovom pitanju kao što je parametar Tobin's Q kojeg primjenjuju autori poput Wang et al. (2016).

Ova tema svakako predstavlja izazov u naučnom pogledu budući da, i pored iznimno bogate literature koja je usko povezana sa istom, još uvijek nije u potpunosti istražena i ostavlja mogućnost daljnjeg unapređenja. To se posebno odnosi na njenu primjenu kada je Bosna i Hercegovina u pitanju jer ona može predstavljati podlogu da se koncept nefinansijskog izvještavanja, ali i sama korporativna društvena odgovornost, inkorporira i u određena zakonska rješenja. Time ova disertacija može da posluži i kreatorima javnih politika da sagledaju važnost primjene i adekvatne regulacije ovog pristupa budući da je on kao takav već harmonizovan u pravnoj regulativi EU kojoj Bosna i Hercegovina teži u kontekstu članstva.

11 LITERATURA

Knjige i monografije

1. Abdul-Rahman, Y. (2010). *The art of the Islamic banking and finance*. New Jersey: John Wiley & Sons.
2. Ackerman, R.W, Bauer, R.A. (1976). *Corporate Social Responsiveness*. Reston VA: Reston Publishing Company.
3. Ahmad, K. (1979). *Economic Development in an Islamic Framework*. Leicester: Islamic Foundation.
4. Ahmad, K. (1994). *Islamic Approach to Development – Some Policy Implications*. Islamabad, Pakistan: Institute of Policy Studies.
5. Ahmad, K. (2002). Islamic Ethics in a Changing Environment for Managers. U Sadeq, A. (Eds.). *Ethics in Business and Management: Islamic and Mainstream Approaches*. London: Asean Academic Press.
6. Ahmad, M. (1947). *Economics of Islam: A Comparative Study*. Lahore: Muhammad Ashraf.
7. Algaoud, L. M., Lewis, M. K. (2007). Islamic critique of conventional financing. U Hasan, M.K., Lewis, M. K. (2007). *Handbook of Islamic Banking*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.
8. Ali, A. (2011). Islamic ethics and marketing. U O. Sandikci, G. Rice (Eds.). *Handbook of Islamic marketing*. Cheltenham: Edward Elgar.
9. Ali, J. A. (2014). *Business Ethics in Islam*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
10. Alrifai, T. (2015). *Islamic finance and the new financial system: An Ethical Approach to Preventing Future Financial Crises*. Singapore: John Wiley & Sons Singapore.
11. Al-Zuhayli, W. (2003). *Al-Fiqh Al-Islamiwa Adillatuh (Islamic Jurisprudence and its Sources)*. Beirut: Dar al-Fikr al-Mouser.
12. Anwar, M. (1987). *Modelling Interest-Free Economy*. Herndon: International Institute of Islamic Thought
13. Arif, M. (1989). Towards establishing the microfoundations of Islamic economics: The basis of the basics. U A. Ghazali and S. Omar (Eds). *Readings in the Concept and Methodology of Islamic Economics*. Selangor Darul Ehsan: Pelanduk Publications.
14. Askari, H., Iqbal Z., Krichene, N., Mirakhor, A. (2011). *Risk Sharing in Finance: The Islamic Finance Alternative*. Singapur: John Wiley and Sons.
15. Askary, S. (2001). The Influence of Islamic Culture on the Accounting Values and Practices of Muslim Countries. PhD Dissertation.
16. Asutay, M. (2013). Islamic moral economy as the foundation of Islamic finance. U Cattelan, V. (2013). *Islamic finance in Europe: Towards a Plural Financial System*. Edward Elgar: Cheltenham.
17. Auda, J. (2012). *Intencije Šerijata kao filozofija islamskog prava*. (N. Begović, prev.) Sarajevo: El- Kalem i Centar za napredne studije.
18. Ayub, M. (2007). *Understanding Islamic Finance*. West Sussex: John Wiley & Sons.
19. Barnard, C. (1938). *The Functions of the Executive*. Cambridge: Harward University Press.
20. Beekun, R.I. (1996). *Islamic Busienss Ethics*. International Institute of Islamic Thought.
21. Belas, J. (2010). *Management komerčných bánk, bankových obchodov a operácií*. Žilina: Georg.
22. Bentham, J. (1815). *A Table of the Springs of Action*. Oxford: Oxford University Press.
23. Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. Michigan: Free Press.

24. Berle, A., Means, G.C. (1932). *The Modern Corporation and Private Property*. McMillan, New York.
25. Berman, J. H. (1974). *The Interaction of Law and Religion*. Nashville: Abingdon Press.
26. Bowen, H.R. (1953). *Social Responsibilities of Businessmen*. Harper & Row, New York, NY.
27. Bruderl, J. (2005). *Panel data analysis*. Lecture notes. University of Mannheim.
28. Burns, D., Heywood, F., Taylor, M., Wilde, P., Wilson, M. (2004). *Making community participation meaningful: A handbook for development and assessment*. Bristol: The Policy Press.
29. Carroll, A.B. (2018). Corporate Social Responsibility (CSR) and Corporate Social Performance (CSP). U *The SAGE Encyclopedia of Business Ethics and Society*. SAGE Publications
30. Center for Ethical Business Cultures (CEBC). (2005). *Corporate Social Responsibility: The Shape of a History, 1945-2004*. Minnesota: Center for Ethical Business Cultures.
31. Chapra, M. U. (1991). Relevance and importance of Islamic economics. U Kahf, M. (1991). *Lessons in Islamic economics*. Proceedings of the Seminar on "Teaching Islamic Economics at University Level.
32. Chapra, M.U. (1985). *Towards a Just Monetary System*. Leicester: The Islamic Foundation.
33. Chapra, M.U. (1992). *Islam and the Economic Challenge*. Leicester: Islamic Foundation.
34. Choudhury, M.A. (2011). *Islamic Economics And Finance: An Epistemological Inquiry*. Bingley: Emerald, eBook Collection (EBSCOhost).
35. Clark, J.M. (1939). *Social Control of Business*. New York: McGraw-Hill.
36. Crane, A., Matten, D. (2007). *Business Ethics*. (2 ed). Oxford: Oxford University Press
37. Crane, A., McWilliams, A., Matten, D., Moon, J., Siegel, D. (2008). The corporate social responsibility agenda. U Crane, A., McWilliams, A., Matten, D., Moon, J., Siegel, D. (Eds.). *The Oxford handbook of corporate social responsibility*. New York: Oxford University Press.
38. Davis, K., Blomstrom, R. L. (1966). *Business and its environment*. New York: McGrawHill.
39. Deegan, C., Unerman, J. (2011). *Financial Accounting Theory*. McGraw-Hill Higher Education, New York.
40. Donaldson, T., Dunfee, T.W. (1999). *Ties That Bind: A Social Contracts Approach to Business Ethics*. Cambridge: Harvard Business School Press.
41. Drucker, P. (1954). *The Practice of Management*. New York: Harper & Brothers.
42. Drucker, P. (2003). *Moj pogled na menadžment: Ideje koje su unapredile menadžment*. Novi Sad: Adizes.
43. Eden, C., Ackermann, F. (1998). *Making Strategy: The Journey of Strategic Management*. Sage: London.
44. Eells, R. (1956). *Corporate giving in a free society*. New York.
45. Efendić, V., Bisić, M. (2020). Potentials of Waqfs from a Socio-Economic Perspective: The Case of Bosnia and Herzegovina. *Islamic Finance Practicies. Experiences from South Eastern Europe*. Palgrave Macmillan.
46. Efendić, V., Hadžić, F. (2017). Business Model and Operational Efficiency of Microfinance in Bosnia and Herzegovina: Lessons for Islamic Microfinance. U Efendić, V., Hadžić, F., Izhar, H. (2017). *Critical Issues and Challenges in Islamic Economics and Finance Development*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
47. El-Ashker, A., Wilson, R. (2006). *Islamic economics: A short history*. New York: E. J. Brill.

48. El-Faruki, R., I. (2011). *Tevhid – implikacije na mišljenje i život* (2. izd.). (Dž. Latić, prev.). Sarajevo: El- Kalem i Centar za napredne studije.
49. El-Gamal, M.A. (2006). *Islamic Finance: Law, Economics and Practice*. Cambridge: Cambridge University Press.
50. Er- Rejsuni, A. (2011). *Ciljevi Šerijata: Eš – Šatibijeva teorija*. (E. Ljevaković, prev.) Sarajevo: El- Kalem i Centar za napredne studije.
51. Evan, W. M., Freeman, R. E. (1993). A stakeholder theory of the modern corporation: Kantian capitalism. U Beauchamp, T. & Bowie, N. (Eds.). *Ethical theory and business*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
52. Evan, W. M., Freeman, R.E. (1988). A Stakeholder Theory of the Modern Corporation: Kantian Capitalism. U Beauchamp, T., Bowie, N. (eds.). *Ethical Theory and Business*: Prentice Hall, Englewood Cliffs.
53. Finkelstein, N, H. (2014). *Schools of Hope: How Julius Rosenwald Helped Change African American Education*. Calkins Creek.
54. Frederick, W.C. (2006). *Corporation, be Good!: The Story of Corporate Social Responsibility*. Indianapolis: Dog Ear Publishing.
55. Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman/ Ballinger.
56. Freeman, R. E. Harrison, J., Wicks, A., Parmar, B., de Colle, S. (2010). *Stakeholder theory: The state of the art*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
57. Gambling, T., Karim, R.A.A. (1991). *Business and accounting ethics in Islam*. Manell Publishing: London.
58. Gray, R. (2010). Some theories for social accounting? A review essay and a tentative pedagogic categorisation of theorisations around social accounting. U Freedman, M., Jaggi, B. (Eds.). *Sustainability, environmental performance and disclosure: Advances in environmental accounting and management*. Bingley: Emerald Group Publishing.
59. Gray, R. H. (1995). The silent practice of corporate social reporting in companies: reconstructing the silent account. Dundee Discussion Paper ACC/9506.
60. Gray, R., Owen, D., Adams, C. (1996). *Accounting & accountability: Changes and challenges in corporate and environmental reporting*. Hemel Hempstead: Prentice Hall.
61. Gray, R., Owen, D., Maunders, K. (1987), *Corporate Social Reporting: Accounting and Accountability*. Prentice-Hall: London.
62. Gujarati, D. (2004). Basic econometrics. (4th Edition). The McGraw Hill Companies.
63. Hadžić, F. (2005). *Islamsko bankarstvo i ekonomski razvoj*. Sarajevo: Ekonomski fakultet u Sarajevu.
64. Hadžić, F. (2014). *Islamsko finansijsko tržište*. Sarajevo: Ekonomski fakultet.
65. Hadžić, F., Hanić, A. (2015). Specifics of Tawarruq financing models in Islamic banking. U Kozarević, E., Okčić, J. (Eds.) *Challenges of Economy in Environment Under Crisis*, Conference proceedings - ICEI 2015. Tuzla: Ekonomski fakultet.
66. Hadžić, F., Hanić, A. (2017). The concept of Corporate Social Responsibility from the Islamic perspective. U *Economy of integration: The Role of Economic Thought in Modern Environment*, ICEI 2017.
67. Hanić, A. (2017). Process of Internationalization in Islamic Banking: The Case of Serbia. *Economic Analysis*, Vol. 50, No. 3-4, str. 66-74.
68. Hanić, A. (2018). Corporate social responsibility in banking: The evidence from research and academy areas. U Domazet, I., Zubović, J. (2018). *Business and applied economics*, Book of Abstract.
69. Hanić, A., Sućeska, A. (2018). Sustainable development and disclosure practice among islamic banks. U Ljumović, I., Elteto, A. (2018). *Sustainable growth and development in*

- small open economies*. Budapest: Institute of World Economics Centre for Economic and Regional Studies of the Hungarian Academy of Sciences
70. Hanić, H., Hanić, A. (2016). Risk Management in Islamic Banking. U Kočović, J. (2016). *Risk Management in the Financial Services Sector*. Beograd: Ekonomski fakultet.
 71. Haron, S. (1997). *Islamic banking: rules and regulations*. Petaling Jaya, Selangor: Pelanduk Publications.
 72. Harrington, H.J. (1987). *The Improvement Process*. McGraw-Hill: New York, NY.
 73. Hasanuzzaman, S.M. (2003). *Islam and business ethics*. London: Institute of Islamic Banking and Insurance.
 74. Hayat, U., Malik, A. (2014). *Islamic Finance: Ethics, Concepts, Practice (Literature Review)*. CFA Institute.
 75. Heald, M. (1957). *Management's responsibility to society: The growth of an idea*.
 76. Heald, M. (1970). *The social responsibilities of business: Company and community, 1900-1960*. Cleveland, OH: Case Western Reserve University Press.
 77. Hendriksen, E. S. (1982). *Accounting Theory*. Illinois, Homewood: Irwin International Accounting Standards.
 78. Hodžić, M., Saračević, N. (2020). Credit Risk Assessment for an Islamic Bank in Bosnia and Herzegovina. U Efendić, V. (2020). *Islamic Finance Practicies. Experiencies from South Eastern Europe*. Palgrave Macmillan.
 79. Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. Beverly Hills, CA: Sage.
 80. Hohnen, P., Potts, J. (2007). *Corporate Social Responsibility: An Implementation Guide for Business*. International Institute for Sustainable Development: Winnipeg, Manitoba.
 81. Holsti, O. R. (1969). *Content analysis for the social sciences and humanities*. Reading, MA: Addison-Wesley
 82. Homer, S., Sylla, R. (2005). *A History of Interest Rates* (4th ed.). New Jersey: John Wiley & Sons.
 83. Hopkins M. (1999). *The Planetary Bargain – Corporate Social Responsibility Comes of Age*. Basingstoke: Macmillan Press.
 84. Hopkins M. (2003). *The Planetary Bargain – Corporate Social Responsibility Matters*. Basingstoke: Macmillan Press.
 85. Hopkins M. (2007). *Corporate social responsibility and international development: Is business the solution?* London: Earthscan.
 86. Iley, R.A., Lewis, M.K. (2013). *Global finance after the Crisis: The United States, China and the New World Order*. Cheltenham: Edward Elgar.
 87. Iqbal, M., Molyneux, P. (2005). *Thirty Years of Islamic Banking: History, Performance and Prospects*. London: Palgrave Macmillan.
 88. Iqbal, Z., Mirakhor A. (2009). *Uvod u Islamske financije*. Zagreb: Mate.
 89. Islahi, A.A. (2005). *Contributions of Muslim Scholars to the history of economic thought and analysis*. Jeddah: Scientific Publishing Centre, King Abdulaziz University.
 90. Ismail, A. H. (1986). *Islamic Banking in Malaysia: Some Issues, Problems and Prospects*. Kuala Lumpur: Banks Islam Malaysia Berhad.
 91. Jackson, A., Dyson, B. (2012). *Modernising Money: Why Our Monetary System Is Broken and How It Can Be Fixed*. London: Positive Money.
 92. Jensen, M.C. (2000). Value Maximization, Stakeholder Theory, and the Corporate Objective Function. U Beer, M., Nohria. N. (Eds.). *Breaking the Code of Change*. Boston: Harvard Business School Press.
 93. Johnson, H. L. (1971). *Business in contemporary society: Framework and issues*. Belmont CA: Wadsworth.

94. Kamali, M.H., Auda, J. (2015). *Uvod u teoriju ciljeva Šerijata*. (Š. Ramić, prev.) Sarajevo: Centar za napredne studije.
95. Kang, Y.C. (1995). Before-profit corporate social responsibility and stakeholder management systems. Unpublished doctoral dissertation, University of Pittsburgh.
96. Kang, Y.C., Wood, D. J. (1995). Before-profit social responsibility: Turning the economic paradigm upside-down. U Nigh, D., Collins, D. (Eds.). *Proceedings of the 6th Annual Meeting of the International Association for Business and Society*, Austria.
97. Kant, I. (1785). *Grounding for the Metaphysics of Morals*. (3rd Edition), (trans. James W. Ellington). Indianapolis: Hackett.
98. Karčić, F. (2011). *Studije o Šerijatskom pravu i institucijama* (2. dopunjeno izd.). Sarajevo: El- Kalem i Centar za napredne studije.
99. Kedia, B. L., Kuntz, E. C. (1981). The context of social performance: An empirical study of Texas banks. U Preston, L.E. (Ed.), *Research in corporate social performance and policy*. Greenwich, CT: JAI Press.
100. Kettell, B. (2011). *Introduction to Islamic banking and finance*. John Wiley & Sons.
101. Khan, A., Mould, H. (2008). *Islam and Debt*. Birmingham: Islamic Relief Worldwide.
102. Khan, M. M., Bhatti, I. (2008). *Developments in Islamic banking: The case of Pakistan*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
103. Khoury, G., Rostami, J., Turnbull, J.P. (1999). *Corporate Social Responsibility: Turning Words into Action*. Conference Board of Canada: Ottawa
104. Khurshid, A. (1992). Nature and Significance of Islamic Economics. U Ahmad, A., Awan, K.R. *Lectures on Islamic Economics*. Jeddah: Islamic Development Bank.
105. Korkut, B. (1996). Prijevod Kur'ana. Sarajevo: Starješinstvo Islamske zajednice u Bosni i Hercegovini, Hrvatskoj i Sloveniji.
106. Kotler, P., Keller, K. (2006). *Marketing Management* (12th edition). PrenticeHall: Upper Saddle River.
107. Kotler, P., Lee, N. (2005). *Korporativna društvena odgovornost. Učiniti najviše za svoju kompaniju i izabrati društveni cilj: Najbolje prakse vodećih kompanija*. Beograd: Čigoja.
108. Kotlikoff, L.J. (2010). *Jimmy Stewart Is Dead: Ending the World's Ongoing Financial Plague with Limited Purpose Banking*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
109. Kreps, T.J. (1940). *Measurement of the social performance of business*. Washington: U.S. Government Printing Office.
110. Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis – An Introduction to Its Methodology*. University of Pennsylvania.
111. Krkač, K. (2007). Problem naravi i odgovornosti korporacije. U Krkač, K. (2007). *Uvod u poslovnu etiku i korporacijsku društvenu odgovornost* (urd.). Mate: Zagreb.
112. Krkač, K. (2007a). Utjecaj europskih kultura na poslovnu etiku i korporacijsku društvenu odgovornost. U Krkač, K. (2007). *Uvod u poslovnu etiku i korporacijsku društvenu odgovornost* (urd.). Mate: Zagreb.
113. Krooss, E.H. (1970). *Executive Opinion: What Business Leaders Said and Thought on Economic Issues, 1920's-1960's*. New York: Doubleday & Co.
114. Lenk, H. (1996). *Ethik in der Wirtschaft*. Stuttgart: Verlag W. Kohlhammer.
115. Lewis, M. K., Algaoud, L. M. (2001). *Islamic banking*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
116. Mannan, M.A. (1980). *Islamic Economics Theory and Practice*. Delhi: Idarah-i Adabiyat-i Delli.
117. Manne, H.G., Wallich, H.C. (1972). *The modern corporation and social responsibility*. Washington, DC: American Enterprise Institute for Public Policy Research.

118. Marcus, A.A., Goodman, R.S. (1986). Compliance and performance: Toward a contingency theory. U Preston, L.E. (Ed.), *Research in corporate social performance and policy*. Greenwich, CT: JAI Press.
119. Margolis, J.D., Walsh, J.P. (2001). *People and Profits? The Search for a Link between a Company's Social and Financial Performance*. Psychology Press, Hove.
120. Mason, Richard O., Mitroff, Ian I. (1981). *Challenging Strategic Planning Assumptions: Theory, Cases, and techniques*. New York: John Wiley & Sons.
121. Maurer, J.G. (1971). *Readings in Organization Theory*. Random House.
122. McGuire, J. (1963). *Business and society*. McGraw Hill, New York.
123. McKee, D., Garner, D. and McKee, Y. (1999). *Accountancy Services, the Islamic Middle East and the Global Economy*. Quorum Books, London.
124. Mele, D. (2008). Corporate social responsibility theories. U A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon, and D. Siegel (Eds.). *The Oxford handbook of corporate social responsibility*. Oxford: Oxford University Press.
125. Mešanović, E. (2005). *Corporate Social Responsibility: Leading aspects of CSR concept in Bosnia and Herzegovina*. Magistarski rad.
126. Milić, V. (1996). *Sociološki metod*. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
127. Mitroff, I. I., Denton, E. A. (1999). *A Spiritual Audit of Corporate America*. San Francisco: JosseyBass.
128. Mohammed, J.A. (2007). *Corporate Social Responsibility in Islam*. PhD dissertation.
129. Moon, J., Kang, N., Gond, J.P. (2010). Corporate social responsibility and government. U Coen, D., Grant, W., Wilson, G. (2010). *Oxford Handbook of Business and Politics*. Oxford: Oxford University Press.
130. Muirhead, S.A. (1999). *Corporate contributions: The view from 50 years*. The Conference Board, New York.
131. Murray, M. (2005). *Econometrics: A modern introduction*. 1st Edition. Prentice Hall.
132. Musa, M.A. (2015). *Islamic Business Ethics & Finance: An Exploratory Study of Islamic Banks in Malaysia*. U H.A. El- Karashawy et al. (Eds). *Ethics, Governance and Regulation in Islamic Finance*. Qatar: Boomsbury Qatar Foundation.
133. Nanji, A. (2004). *Islamska etika*. U Singer, P. (2004). *Uvod u etiku*. Sremski Karlovci, Novi Sad: Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića.
134. Naqvi, S.N. (1978). *Ethical Foundation of Islamic Economics*. Islamic Studies.
135. Naqvi, S.N. (1981). *Ethics and Economics: An Islamic Synthesis*. Leicester, UK: The Islamic Foundation.
136. Naqvi, S.N. (2003). *Perspective on Morality and Human Well-Being: A Contribution to Islamic Economics*. Leicester: The Islamic Foundation.
137. Nasr, S. H. (1979). *Ideals and Realities of Islam*. London: George Allen and Unwin.
138. Neuendorf, K.A. (2002). *The Content Analysis Guidebook*. SAGE
139. Ng, A., Mirakhor, A., Ibrahim, M.H. (2015). *Social capital and risk sharing*. London: Palgrave Macmillan.
140. Nielsen, K., & Norgaard, R. (2009). *CSR and Mainstream Investing-A New Match: An analysis of how companies and investors perceive the value of Corporate Social Responsibility (CSR)*. Copenhagen Business School Master's Thesis, 1-160.
141. Nwankwo, G.O. (1991). *Bank Management, Principles and Practice*. Malthouse Press Ltd. Lagos.
142. Orlitzky, M. (2008). *Corporate Social Performance and Financial Performance: A Research Synthesis*. U *The Oxford handbook of corporate social responsibility*. New York: Oxford University Press.
143. Palmer, J. H. (2012). *Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Does it Pay to Be Good?* Claremont McKenna College, CMC Senior Theses, Paper 529.

144. Preston, L. E., Post, I. E. (1975). *Private management and public policy: The principle of public responsibility*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
145. Quinn, J., Mintzberg, H., James, R. (1987). *The strategy process*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
146. Qureshi, A. I. (1946). *Islam and the theory of Interest*. Lahore: Kashmiri Bazar.
147. Richards, R.D. (2012). *The early history of banking in England*. Abingdon: Routledge.
148. Robbins, L. C. (1935). *An Essay on the Nature and Significance of Economic Science*. (2nd ed.). London: Macmillan.
149. Routh, G. (1989). *The Origin of Economic Ideas*. London: Macmillan.
150. Sairally, S. (2006). *A study on the corporate Social Responsibility of Islamic Financial Institutions: Learning from the Experiences of Socially Responsible Financial Institutions in the United Kingdom*. PhD Dissertation.
151. Saračević, N., Šarlija, N. (2017). The Usefulness of Financial Ratios in Discriminating Between Healthy and Distressed Companies: The Case of an Islamic Bank. U Efendić, V., Hadžić, F., Izhar, H. (2017). *Critical Issues and Challenges in Islamic Economics and Finance Development*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
152. Sardar, Z. (2015). *O islamu nauci i budućnosti*. (A. Mulović i M. Sarajkić, prev.) Sarajevo: Centar za napredne studije.
153. Schacht, J. (1964). *An Introduction to Islamic Law*. Oxford: Clarendon Press.
154. Schumpeter, J. A. (1954). *History of economic analysis*. London: Allen & Unwin.
155. Selekman, B. (1959). *A moral philosophy for business*. New York: McGraw-Hill.
156. Shanmugam, B., Zahari, Z.R. (2009). *A Primer on Islamic Finance*. Charlottesville: Research Foundation of CFA Institute.
157. Siddiqi, F.A. (1967). *Studies in Islamic History*. Jamiyat Publications.
158. Siddiqi, M. N. (1996). Islamska ekonomska misao: Počeci, evolucija i potrebni pravci. U Sadeq, A.H.M i Ghazali, A. (1996). *Pregled Islamske ekonomske misli*. Sarajevo: El-Kalem.
159. Siddiqi, M.N. (1981). *Muslim Economic Thinking. A Survey of Contemporary Literature*. Leicester: The Islamic Foundation.
160. Siddiqi, M.N. (1983). *Banking Without Interest*. Leicester: The Islamic Foundation.
161. Siddiqi, M.N. (1985). *Partnership and Profit Sharing in Islamic Law*. Leicester: The Islamic Foundation.
162. Smolo, E. (2013). *Uvod u islamsku ekonomiju i finansije; teorija i praksa*. Sarajevo: Dobra knjiga.
163. Stakić, B. (2012). *Međunarodne finansijske institucije*. Beograd: Univerzitet Singidunum.
164. Stewart, D. (1996). *Business Ethics*. New York, McGraw-Hill.
165. Swanson, R.A., Chermack, T.J. (2013). *Theory Building in Applied Disciplines*. Berrett-Koehler Publishers, Inc.
166. Šabić, M. (2003). *Islamska ekonomija*. Bemust: Sarajevo.
167. Taslaman, C. (2008). *Kur'an nenadmašni fenomen* (2. dopunjeno izd.). (E. Ibrahimkadić, prev.). Sarajevo: Dobra knjiga.
168. Tata, R. N., Matten, D. (2016). Corporate Community Involvement in the 21st century. U Barton, D., Horváth, D., Kipping, M. (Eds). *Re-imagining Capitalism: Towards a responsible, long-term model*. Oxford: Oxford University Press.
169. Thani, N.N., Abdullah, M.R., Hassan, M.H. (2003). *Law and Practice of Islamic Banking and Finance*. Sweet & Maxwell Asia: Malaysia.
170. Thomson, I. (2007). Mapping the terrain of sustainability accounting. U: Unerman, J., Bebbington, J., O'Dwyer, B. *Sustainability Accounting and Accountability*. Abingdon: Routledge.

171. Turker, D. (2016). Islamic roots of corporate social responsibility. In: Habisch, A., Schmidpeter, R. (eds). *Cultural roots of sustainable management*. Springer, Cham.
172. Udovitch, A.L. (1970). Commercial Techniques in Early Medieval Islamic Trade. U Richards, D. S. (1970). *Islam and the Trade of Asia*. Oxford: Bruno Cassirer and Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
173. Usmani, T.M. (2004). *An Introduction to Islamic Finance*. Kluwer Law International: Netherlands.
174. Van Greuning H., Iqbal, Z. (2008). *Risk Analysis for Islamic Banks*. Washington DC.
175. Vaughan, E., Vaughan, T. (1995). *Osnove osiguranja: Upravljanje rizicima*. Mate: Zagreb.
176. Venardos, A. M. (2005). *Islamic banking and finance in South-east Asia: Its development and future*. Sinagapore: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd.
177. Vigano, F., Nicolai, D. (2009). CSR in the European banking sector: Evidence from a survey. U Barth, R., Wolff, F. (2006). *Corporate Social Responsibility in Europe*.
178. Visser, W. (2006). Revisiting Carroll's CSR pyramid: An African perspective. U Huniche, M., Rahbek, E.P. (Eds.). *Corporate citizenship in developing countries-new partnership perspectives*. Copenhagen: Copenhagen Business School Press.
179. Visser, W. (2008). *Corporate Social Responsibility in Developing Countries*. U Crane, A., McWilliams, A., Matten, D., Moon, J., Siegel, D. (Eds.). *The Oxford handbook of corporate social responsibility*. New York: Oxford University Press.
180. Visser, W. (2010). *The world guide to CSR*. UK: Greenleaf Publishing Limited.
181. Votaw, D. (1973). Genius becomes rare. U Votaw, D., Sethi, S.P. (Eds.) *The corporate dilemma*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
182. Waddock, S. (2006). *Leading Corporate Citizens: Vision, Values, Value Added*. New York: McGraw-Hill Higher Education.
183. Walton, C. C. (1967). *Corporate social responsibilities*. Belmont, CA: Wadsworth.
184. Wang, R., Wang, X. (2015). What determines the profitability of banks? Evidence from the US. Master Thesis.
185. Warde, I. (2000). *Islamic Finance in the Global Economy*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
186. Weber, M. (1904). *Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus/ Protenstantska etika i duh kapitalizma* (1989) (N. Milićević, prev.). Sarajevo: Veselin Masleša, Svjetlost.
187. Weber, R.P. (1990). *Basic Content Analysis*. Sage Publications, London.
188. Wheeler, D., Sillanpaa, M. (1997). *The Stakeholder Corporation: Blueprint for Maximizing Stakeholder Value*. Pearson Education.
189. Wilson, R. (2004). Screening criteria for Islamic equity funds. U Jaffer, S. (Eds.), *Islamic Asset Management: Forming the Future for Shariah-Compliant Investment Strategies*. London: Euromoney Books.
190. Wood, D. J. (1990). *Business and society*. Glenview, Illinois: Scott, Foresman (Harper Collins).
191. Wooldridge, J. (2009). *Introductory econometrics: a modern approach*. (4th Edition). Mason, Ohio: South-Western Cengage Learning.
192. Yousef, T. (2004). The Murabaha Syndrome in Islamic Finance: Laws, Institutions and Politics. U Henry C., Wilson, R. (ed.) *The Politics of Islamic Finance* (str. 63-80). Edinburgh: Edinburgh University Press.
193. Yusri, A.R. (1988). Comments on Teaching Programs in Islamic Economics: A Comparative Study. U Oreibi, M. (1988). *Contribution of Islamic thought to modern economics*. Cairo: Proceedings of the economics seminar held jointly by al Azhar University and the International Institute of Islamic Thought.

194. Zarqa, M. A. (1991). Methodology of Islamic economics. U Kahf, M. (1991). *Lessons in Islamic economics*. Proceedings of the Seminar on "Teaching Islamic Economics at University Level".
195. Žunić, E. (2017). *Uticaj nekvalitetnih kredita na finansijsku stabilnost bankarskog sektora Bosne i Hercegovine*. Doktorska disertacija.

Članci

1. Abbott, W. F., Monsen, R.J. (1979). On the measurement of corporate social responsibility: Self-reported disclosures as a method of measuring corporate social involvement. *Academy of Management Journal*, Vol. 22, str. 501-515.
2. Abdel – Majid, M.F. (1981). The theory of Islamic banking: accounting implications. *The international journal of accounting*, Vol. 17, No, 1, str. 79-102.
3. Abdul Rahman, A., Hashim, M.F.A., Abu Bakar, F. (2010). Corporate Social Reporting: A Preliminary Study of Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB). *Issues in Social and Environmental Accounting*, Vol. 4, No. 1, str. 18-39.
4. Abdullah, A. (2017). A comparison between Malaysia and Indonesia in Islamic banking industry. *Research Journal of Business and Management*, Vol. 4, No. 3, str. 276-286.
5. Abdullah, W.A.W., Percy, M., Stewart, J. (2013). Shari'ah disclosures in Malaysian and Indonesian Islamic banks: The Shari'ah governance system. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, Vol. 4 No. 2, str. 100-131.
6. Abeng, T. (1997). Business Ethics in Islamic Context: Perspective of a Muslim Business Leader. *Business Ethics Quarterly*, Vol. 7, No.3, str. 47–54.
7. Ackerman, R.W. (1973). How companies respond to social demands. *Harvard Business Review*, str. 88-98.
8. Ackermann, F., Eden, C. (2011). Strategic Management of Stakeholders: Theory and Practice. *Long Range Planning*, Vol. 44, str. 179 – 196.
9. Adams, C., Hill, W., Roberts, C. (1998). Corporate social reporting practices in Western Europe: legitimating corporate behaviour? *British Accounting Review*, Vol. 30 No. 1, str. 1-21.
10. Adams, C.A. (2002). Internal organisational factors influencing corporate social and ethical reporting: Beyond current theorising. *Accounting, Auditing and Accountability*, Vol. 15, No. 2, str. 223-250.
11. Adnan, M.A. (1997). The Shariah Islamic Banks and Accounting Concepts. *Jurnal akuntansi dan auditing Indonesia*, Vol. 1, No. 1, str. 47-80.
12. Adnan, M.A., Muhamad. (2007). Agency problems in Mudrabah financing: The case of Sharia (rural) banks, Indonesia. *International Journal of Economics, Management and Accounting*, Vol. 15, No. 2, str. 219-243.
13. Aguilera, R.V., Rupp, D.E., Williams, C.A., Ganapathi, J. (2007). Putting the S back into corporate social responsibility: A multilevel theory of social exchange in organizations. *Academy of Management Review*, Vol. 32, str. 836-863.
14. Aguinis, H., Glavas, A. (2012). What We Know and Don't Know About Corporate Social Responsibility: A Review and Research Agenda. *Journal of Management*, Vol. 38 No. 4, str. 932-968.
15. Ahmad, A., Malik, I.M., Humayoun, A. A. (2010). Banking Developments in Pakistan: A Journey from Conventional Banking to Islamic Banking. *European Journal of Social Sciences*, Vol. 17, No. 1, str. 12-17.
16. Ahmad, A.U.F., Hassan, M.K. (2007). Riba and it's implication on Islamic banking and finance. Regulation and performance of Islamic banking in Bangladesh. *Thunderbird International Business Review*, Vol. 49, No. 2, str. 251–277.

17. Ahmed, H. (2009). Financial crisis: risks and lessons for islamic Finance. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, Vol. 1, No. 1, str. 7 – 32.
18. Ahmed, I., Shaukat, M, Z., Islam, T. (2013). Mission statements readability: An insight into Islamic banks. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, Vol. 4 No. 2, str. 132-150.
19. Ahmed, S.S. (2011). A critical analysis of Mudarabah & A new approach to equity financing in Islamic finance. *Journal of Islamic Banking & Finance*, Vol. 28, No. 3, str. 1-10.
20. Alam, N., Zainuddin, S. S. B, Rizvi, S.A.R. (2019). Ramifications of varying banking regulations on performance of Islamic Banks. *Borsa Istanbul Review*, Vol. 19, No. 1, str. 49-64.
21. Alamer, A.R.A., Salamon, H.B., Qureshi, M.I., Rasl, A.M. (2015). How do we Measure Corporate Social Responsibility of Islamic Banks through their Business Processes and Oriented Outcomes? *International Journal of Economics and Financial Issues*, Vol. 5, Special Issue, str. 190-197.
22. Alexander, J. J., Buchholz, R. A. (1978). Corporate social responsibility and stock market performance. *Academy of Management Journal*, Vol. 21, No.3, str. 479-486.
23. Alharbi, A. (2015).Development of the Islamic Banking System. *Journal of Islamic Banking and Finance*, Vol. 3, No. 1, str. 12-25
24. Ali, A.J., Al-Aali, A. (2012). Corporate Social Responsibility in Saudi Arabia. *Middle East Policy*, Vol. 19, No.4, str. 40-53.
25. Ali, A.J., Al-Aali, A., Al-Owaihian, A. (2013). Islamic perspectives on profit maximization. *Journal of Business Ethics*, Vol. 117, No. 3, str. 467-475.
26. Alić, A., Hubijer-Zukić, D., Arslanagić-Kalajdžić, M. (2018). Modern trade and CSR: The case of cosmetic chains in Bosnia and Herzegovina. 9th International Conference of the School of Economics and Business.
27. Allport, G. W., Ross, J. M. (1967). Personal religious orientation and prejudice. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 5, str. 432-443.
28. Almanaseer, M. (2014). The Impact of the Financial Crisis on the Islamic Banks Profitability - Evidence from GCC. *International Journal of Financial Research*, Vol. 5, No. 3, str. 176 – 187.
29. AlNaimi, A.H., Hossain,M., Momin, M.A. (2012). Corporate social responsibility reporting in Qatar: A descriptive analysis. *Social Responsibility Journal*, Vol. 8, No. 4, str. 511 - 526 .
30. Altman, B. W. Vidaver-Cohen, D. (2000). Corporate Citizenship in the New Millennium: Foundation for an Architecture of Excellence. *Business and Society Review*, Vol. 105, No. 1, str. 145–169.
31. Amaeshi, K.M., Adi, B. (2007). Reconstructing the corporate social responsibility construct in Utlish. *Business Etchis: A European Review*, Vol. 16, No. 1, str. 3-18.
32. Amirul, A.M., Jaafar, M.N., Basri, M.F. (2017). Corporate Social Performance (CSP) Influences on Islamic Bank’s Financial Performance. *Journal of International Business, Economics and Entrepreneurship*, Vol. 2, No.1, str. 11-16.
33. Anderson, R.H. (1977). Social Responsibility Accounting: Time to Get Started. *CPA Magazine*, str. 28-31.
34. Aras, G., Aybars, A., Kutlu, O. (2010). Managing corporate performance Investigating the relationship between corporate social responsibility and financial performance in emerging markets. *International Journal of Productivity and Performance Management*, Vol. 59, No. 3, str. 229-254.

35. Arellano, M., Bond, S. (1991). Some Tests of Specification for Panel Data: Monte Carlo Evidence and an Application to Employment Equations. *The Review of Economic Studies*, Vol. 58, No. 2, str. 277-297.
36. Aribi, Z., Arun, T. (2015). Corporate social responsibility and Islamic Financial Institutions (IFIs): Management perceptions from IFIs in Bahrain. *Journal of Business Ethics*, Vol. 129, str. 785–794.
37. Aribi, Z., Gao, S. (2010). Corporate social responsibility disclosure: A comparison between Islamic and conventional financial institutions. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, Vol. 8, No. 2, str. 72-91.
38. Aribi, Z., Gao, S. (2011). Narrative disclosure of corporate social responsibility in Islamic financial institutions. *Managerial Auditing Journal*, Vol. 27, str. 199–222.
39. Ariff, M. (1988). Islamic Banking. *Asian-Pacific Economic Literature*, Vol. 2, No. 2, str. 46-62.
40. Arlow, P., Gannon, M.J. (1982). Social Responsiveness, Corporate Structure, and Economic Performance. *Academy of Management Review*, Vol. 7, No. 2, str. 235-241.
41. Arrive, J.T., Feng, M. (2018). Corporate social responsibility disclosure: Evidence from BRICS nations. *Corporate Social Responsibility Environment Management*, Vol. 25, str. 920–927.
42. Arshad, N.C., Zakaria, R.H., Mohamad, A.A.S., Irijanto, T.T. (2014). Determinants of Displaced Commercial Risk in Islamic Banking Institutions: Malaysia Evidence. *Trikonomika*, Vol. 13, No. 2, str. 205–217.
43. Arslanagić-Kalajdžić, M., Zabkar, V. (2017). Hold me responsible. *Corporate Communications: An International Journal*, Vol. 22, No. 2, str. 209-219.
44. Askari, H., Taghavi, R. (2005). The principle foundations of an Islamic economy. *BNL Quarterly Review*, Vol. 58, No. 235, str. 187-205.
45. Asutay, M. (2007). A political economy approach to Islamic economics: Systemic understanding for an alternative economic system. *Kyoto Journal of Islamic Area Studies*, Vol. 1, No. 2, str. 3–18.
46. Asutay, M. (2012). Conceptualising and Locating the Social Failure of Islamic Finance: Aspirations of Islamic Moral Economy vs the Realities of Islamic Finance. *Asian and African Area Studies*, Vol. 11, No. 2, str. 93-113.
47. Asutay, M., Harningtyas, A.F. (2015). Developing Maqasid al-Shari'ah index to evaluate social performance of Islamic banks : A conceptual and empirical attempt. *International journal of Islamic economics and finance studies*, Vol.1, No.1, str. 5-64.
48. Aupperle, K. E., Carroll, A.B., Hatfield, J.D. (1985). An empirical examination of the relationship between corporate social responsibility and profitability. *Academy of Management Journal*, Vol. 28, str. 446-463.
49. Austin, J. E., Leonard, H. B. (2008). Can the virtuous mouse and the wealthy elephant live happily ever after? *California Management Review*, Vol. 51, str. 77–102.
50. Avdukić, A., Efendić, V., Hadžić, F. (2017). Islamska ekonomija kroz prizmu političke ekonomije. *Znakovi vremena - Časopis za filozofiju, religiju, znanost i društvenu praksu*, God. XX, No. 76/77, str. 169 – 179.
51. Awais, M., Ahmad, I., Khan, A., Hayee, R. (2015). Is Profitability Driven by Corporate Social Responsibility? Evidence from the Banking Sector of Pakistan. *South Asian Journal of Banking and Social Sciences*, Vol. 1, No.1, str. 1-15.
52. Aydin, N. (2013). Redefining Islamic Economics as a New Economic Paradigm. *Islamic Economic Studies*, Vol. 21, No. 1, str. 1-34.
53. Azad, A. S. M. S., Azmat, S., Chazi, C., Ahsan, A. (2018). Can Islamic Banks Have Their Own Benchmark? *Emerging Markets Review*, Vol. 35, str. 120-136.

54. Azmat, S., Skully, M., Brown, K. (2015). Can Islamic banking ever become Islamic? *Pacific-Basin Finance Journal*, Vol. 34, No. C, str. 253-272.
55. Babić-Hodović, V., Mehić, E., Kramo, A. (2010). Corporate responsibility– Marketing or Legal issues for Transitional countries - case of Bosnia and Herzegovina. *Journal of Studies in Economics and Society*, Vol.1, No. 2, str. 7-18.
56. Babiker, M.E.Z.F., Awad, H., Mohamed, E.W., Ebrahim, S.M. (2011). Islamic banking in Sudan. *SSRN Electronic Journal*, dostupno na: <http://ssrn.com/abstract=1926895>.
57. Bacha, O. I. (1997). Adapting Mudarabah Financing to Contemporary Realities: A Proposed Financing Structure. *The Journal of Accounting, Commerce & Finance*, Vol. 1, No. 1, str. 26-54.
58. Bakar, F.A., Yusof, M.A.M (2015). Islamic concept of corporate social responsibility (CSR) from the perspective of CSR players at Bank Islam Malaysia Berhad. International Conference on Accounting Studies (ICAS). Johor Bahru, Johor, Malaysia.
59. Barić, A. (2017). Corporate social responsibility and stakeholders: Review of the last decade (2006-2015). *Business Systems Research*, Vol. 8 No. 1, str. 133-146.
60. Barnett, M.L. (2007). Tarred and untarred by the same brush: Exploring interdependence in the volatility of stock returns. *Corporate Reputation Review*, Vol. 10, No.1, str. 3–21.
61. Barnett, M.L., Salomon, R.M. (2012). Does It Pay to Be Really Good? Addressing the Shape of the Relationship between Social and Financial Performance. *Strategic Management Journal*, Vol. 33, str. 1304-1320.
62. Barro, R.J., McCleary, R. M. (2003). Religion and economic growth across countries. *American Sociological Review*, Vol. 68, str. 760–781.
63. Bashir, M.S. (2010). Islamic finance and its contribution to solving the current financial crisis. *International Journal of Knowledge Management Studies*, Special Issue, str. 85-99.
64. Baughn, C., Bodie, N., McIntosh, J. (2007). Corporate Social and Environmental Responsibility in Asian Countries and Other Geographical Regions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol. 14, No. 4, str. 189-205.
65. Baydoun, N., Willett, R. (1994). *Islamic Accounting Theory*. Proceeding of AAANZ Annual Conference, Sydney, Australia.
66. Baydoun, N., Willett, R. (2000). Islamic Corporate Reports. *Abacus*, Vol. 36, str. 71-90.
67. Beams, F.A. and Fertig, P.E. (1971). Pollution control through social costs conversion. *Journal of Accountancy*, Vol. 141, str. 37-42.
68. Beck, T., Demirguc-Kunt, A., Merrouche, O. (2012). Islamic vs. Conventional Banking Business Model, Efficiency and Stability. *Policy Research Working Paper 5446*.
69. Bedeian, A. G., Wren, D. A. (2001). Most influential management books of the 20 the Century. *Organizational Dynamics*, Vol. 29, No. 3, str. 221-225.
70. Bedoui, H.E. (2012). Ethical Competitive advantage for Islamic Finance Institutions: How should they measure their performances? Paper presented to the Tenth Harvard University Forum on Islamic Finance Harvard Law School, str. 1-22.
71. Bedoui, H.E., Mansour, W. (2014). Performance and *Maqasid al-Shari'ah*'s pentagon-shaped ethical measurement. *Science and Engineering Ethics*, Vol. 21, No. 3, str. 555–576.
72. Belal, A.R., Abdelsalam, O., Nizamee, S. (2014). Ethical reporting in Islami Bank Bangladesh Limited (1983-2010). *Journal of Business Ethics*, Vol. 129, No. 4, str. 769–784.
73. Belal, A.R., Lubinin, V. (2009). Russia: Corporate social responsibility. *Global Practices of Social Responsibility*, Vol.1, str. 165-179.
74. Belkaoui, A. (1976). The impact of the disclosure of the environmental effects of organizational behavior on the market. *Financial Management*, Vol. 5, No. 4, str. 26-31.

75. Belkaoui, A. (1984). Economic, political and civil indicators and reporting and disclosure adequacy: Empirical investigation: A reply. *Journal of Accounting and Public Policy*, Vol. 3, No. 3, str. 249-250.
76. Belkaoui, A., Karpik, P.G. (1989). Determinants of the corporate decision to disclose social information. *Accounting Auditing & Accountability Journal*, Vol. 2 No. 1, str. 36-51.
77. Benić, Đ. (2016). Ekonomska misao u antičkoj Grčkoj: Aristotel. *Ekonomska misao i praksa*, God XXV. No. 2, str. 337-354.
78. Benić, Đ. (2016). Ibn Haldun: Ekonomske misli u Mukaddimi. *Ekonomski pregled*, Vol.67 No.5, str. 462 – 488.
79. Berger, A. N. (1995). The Relationship between Capital and Earnings in Banking. *Journal of Money, Credit and Banking*, Vol. 27, No. 2, str. 432-456.
80. Berman, S.L., Wicks, A.C., Kotha, S., Jones, T.M. (1999). Does Stakeholder Orientation Matter? The Relationship between Stakeholder Management Models and Firm Financial Performance. *The Academy of Management Journal*, Vol. 42, No. 5, str. 488-506.
81. Berrone, P., Surroca, J., & Tribo, J. A. (2007). Corporate ethical identity as a determinant of firm performance: A test of the mediating role of stakeholder satisfaction. *Journal of Business Ethics*, Vol. 76, No. 1, str. 35-53.
82. Bertels, S. Pelozo, P. (2008). Running just to stand still? Managing CSR reputation in an era of ratcheting expectations. *Corporate Reputation Review*, Vol. 11, No. 1, str. 56-72.
83. Bleher, S.M. (1992). Islam: Taking root in Europe. U Benić, Đ. (2017). *Ekonomske misli i koncepti u Kur'anu*. Ekonomska misao i praksa, br.2, 429 – 451.
84. Bourke, P. (1989). Concentration and Other Determinants of Bank Profitability in Europe, North America and Australia. *Journal of Banking and Finance*, Vol.13, str. 65-79.
85. Bowman, E.H., Haire, M.A.(1975). Strategic posture toward corporate social responsibility. *California Management Review*, Vol.18, No. 2, str. 49-58.
86. Bragdon, J. H., Jr., Marlin, J.A.T. (1972). Is pollution profitable? *Risk Management*, Vol. 19, No. 4, str. 9-18.
87. Brammer, S., Williams, G., Zinkin, J. (2007). Religion and Attitudes to Corporate Social Responsibility in a Large Cross-Country Sample. *Journal of Business Ethics*, Vol. 71, No. 3, str. 229-243.
88. Branco, M.C., Rodrigues, L.L. (2006). Communication of corporate social responsibility by Portuguese banks: A legitimacy theory perspective. *Corporate Communications: An International Journal*, Vol. 11 No. 3, str. 232-248.
89. Brinkerhoff, R.O. (2005). The Success Case Method: A Strategic Evaluation Approach to Increasing the Value and Effect of Training. *Advances in Developing Human Resources*, Vol. 7, str. 86-101.
90. Broomhill, R. (2007). Corporate Social Responsibility: Key Issues And Debates. *Dunstan Paper No. 1*
91. Brown, B., Perry, S. (1994). Removing the financial performance halo from Fortunes "Most Admired Companies". *Academy of Management Journal*, Vol. 37, str. 1346–1359.
92. Brown, J.A., Forster, W.R. (2013). CSR and Stakeholder Theory: A Tale of Adam Smith. *Journal of Business Ethics*, Vol. 112, No. 2, str. 301-312.
93. Brown, T.J., Dacin, P.A. (1997). The Company and the Product: Corporate Associations and Consumer Product Responses. *Journal of Marketing*, Vol. 61, No. 1, str. 68-84.
94. Buehler, V.M., Shetty, Y.K. (1976). Managerial Response to Social Responsibility Change. *Academy of Management Journal*, Vol. 19, str. 66–78.

95. Burke, L., J. M. Logsdon, W. Mitchell, M. Reiner, D. Vogel (1986). Corporate community involvement in the San Francisco Bay Area. *California Management Review*, Vol. 28, No. 3, str. 122–141.
96. Campbell, D. (2004). A longitudinal and cross-sectional analysis of environmental disclosure in UK companies – a research note. *The British Accounting Review*, Vol. 36 No. 1, str. 107-117
97. Campbell, J.C.(2007). Why would corporations behave in socially responsible ways? An institutional theory of corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, Vol. 32, No. 3, str. 946-967.
98. Carnegie, A. (1889). Evandjelje bogatstva. *Revija za socijalnu politiku* (2012), Vol 19, br. 2, str. 199-206.
99. Carroll, A.B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate social performance. *Academy Management Review*, Vol. 4, str. 497–505.
100. Carroll, A.B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, Vol. 34, No. 4, str. 39-48.
101. Carroll, A.B. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. *Business & Society*, Vol. 38, No. 3, str. 268-295.
102. Carroll, A.B. (2016). Carroll's pyramid of CSR: taking another look. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, Vol 1, No. 3, str. 1-8.
103. Chand, M. (2006). The relationship between corporate social performance and corporate financial performance: Industry type as a boundary condition. *Business review* (Federal Reserve Bank of Philadelphia), Vol. 5, No. 1, str. 240-245.
104. Chapra, M. U. (1996). What is Islamic Economics?, Training. doi: 10.4337/9781782544159.00011
105. Chapra, M. U. (2006). The nature of riba in Islam. *The Journal of Islamic Economics and Finance*, Vol. 2, No. 1, str. 7-25.
106. Chapra, M. U. (2008). The Islamic Vision of Development in the Light of Maqāsid Al-Shari'ah. <https://doi.org/10.13140/rg.2.1.4188.5047>
107. Chapra, M.U. (1991). The Need for a New Economic System. *Review of Islamic economics*, Vol. 1, No. 1, str. 9–47.
108. Cheffins, B.R. (2012). The History of Corporate Governance. *Working Paper N°.184/2012*, str. 1-32.
109. Chih, H-L., Chih, H-H., Chen, T-Y. (2010). On the Determinants of Corporate Social Responsibility. International Evidence on the Financial Industry. *Journal of Business Ethics*, Vol. 93, No. 1, str. 115-135.
110. Chong, B. S., Liu, M. H. (2010). Islamic banking: Interest-free or interest-based? *Pacific Basin Finance Journal*, Vol. 17, No. 1, str. 125-144.
111. Christian, C., Moffitt, J. S., & Suberly, L. A. (2008). Fundamental analysis for evaluating performance: What variables provide the greatest insight into future earnings? *Journal of Bank Accounting and Finance*, Vol. 4, str. 17-24.
112. Churchman, C.W. (1971). On the Facility, Felicity, and Morelity of Measuring Social Change. *The Accounting Review*, Vol. 46, No. 1, str. 30-35.
113. Clark, B.H. (1999). Marketing Performance Measures: History and Interrelationships. *Journal of Marketing Management*, Vol. 15, No. 8, str. 711–732.
114. Clarkson, M.B.E. (1995). A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of Management Review*, Vol. 20, No. 1, str. 92-117.
115. Cochran, P.L., Wood, R.A. (1984). Corporate Social Responsibility and Financial Performance. *The Academy of Management Journal*, Vol. 27, No. 1, str. 42-56.

116. Collier, J., Esteban, R. (2007). Corporate social responsibility and employee commitment. *Business Ethics: A European Review*, Vol. 16, str. 19-33.
117. Creyer, E.H., Ross, W.T. (1997) The influence of firm behaviour on purchase intention: Do consumers really care about business ethics? *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 14, No. 6, str. 421-433.
118. Cuesta-Gonzales, M., Munoz-Torres, M.J., Fernandez-Izquierdo, M.A. (2006). Analysis of Social Performance in the Spanish Financial Industry Through Public Data. A Proposal. *Journal of Business Ethics*, Vol. 69, str. 289–304.
119. Čavalić, A., Bećirević, D. (2017). Corporate Social Responsibility of companies in Bosnia and Herzegovina. *DIEM: Dubrovnik International Economic Meeting*, Vol. 3, No. 1, str. 24-33.
120. Čavalić, A., Bećirević, D. (2017). Employee Perception Of Corporate Social Responsibility In Bosnia And Herzegovina. *Business Excellence*, Vol. 12, No. 1, str. 117-129.
121. Čatić-Kajtažović, E. (2011). Ekonomski i pravni okvir za implementaciju društvene odgovornosti preduzeća u Bosni i Hercegovini. *Tranzicija, Časopis za ekonomiju i politiku tranzicije*, Vol. 28, str. 104 – 114.
122. Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: An analysis of 37 definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol. 15, No. 1, str. 1–13.
123. Dang, C.D., Li, F., Yang, C. (2018). Measuring Firm Size in Empirical Corporate Finance. *Journal of Banking & Finance*, Vol. 86, str. 159-176.
124. Dar, H. A., Presley, J. R. (2000). Lack of profit loss sharing in Islamic banking: Management and control imbalances. *Research paper 00/24*
125. Darrag, M., & E-Bassiouny, N. (2013). An introspect into the Islamic roots of CSR in the Middle East: the case of Savola Group in Egypt. *Social Responsibility Journal*, Vol. 9, No. 3, str. 362-378.
126. Darus, F., Yusoff, H., Abang Naim, D. M., Mohamed Zain, M., Amran, A., Fauzi, H. (2013). Islamic Corporate Social Responsibility (i-CSR) Framework from the Perspective of Maqasid al-Syariah and Maslahah. *Issues in Social & Environmental Accounting*, Vol. 7, No. 2, str. 102-112.
127. Davis, J.H., Schoorman, F.D., Donaldson, L. (1997). Toward a Stewardship Theory of Management. *The Academy of Management Review*, Vol. 22, No. 1, str. 20-47.
128. Davis, K. (1960). Can Business afford to ignore Corporate Social Responsibility? *California Management Review*, Vol. 2, str. 70-76.
129. Davis, K. (1967). Understanding the Social Responsibility Puzzle. *Business Horizons*, Vol. 10, str. 45-50.
130. Davis, K. (1973). The case for and against business assumption of social responsibilities. *Academy of Management Journal*, Vol. 16, str. 312-322.
131. Day, R., Woodward, T. (2009). CSR reporting and the UK financial services sector. *Journal of Applied Accounting Research*, Vol. 10, No. 3, str. 159-175.
132. De Lorenzo, Y. (2000). Shari`ah Supervision of Islamic Mutual Funds. Proceedings of the 4th Annual Harvard University Forum on Islamic Finance.
133. Decker, S., Sale, C. (2009). An Analysis of Corporate Social Responsibility, Trust and Reputation in the Banking Profession. U Idowu S., Leal Filho W. (eds). *Professionals' Perspectives of Corporate Social Responsibility*.
134. Deegan, C. (2002). Introduction: The legitimising effect of social and environmental disclosures – A theoretical foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 15, No. 3, str. 282–311.

135. Deegan, C., Rankin, M., and Tobin, J. (2002). An examination of the corporate social and environmental disclosures of BHP from 1983–1997: A test of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 15, No. 3, str. 312–343.
136. Deegan, C., Geddes, S., Staunton, J. (1995). A survey of Australian accountants' attitudes on environmental reporting. *Accounting Forum*, Vol. 19 No. 2-3, str. 143-163.
137. Deegan, C., Gordon, B. (1996). A Study of the Environmental Disclosure Practices of Australian Corporations. *Journal of Accounting and Business Research*, Vol. 26, No.3, str. 187-199.
138. Delić, A. (2013). Društvena odgovornost preduzeća. *PREGLED - časopis za društvena pitanja*, Vol. 54, No. 1, str. 233-249.
139. Dempsey, B. (1949). The Roots of Business Responsibility. *Harvard Business Review*. Vol. 27, str. 393–404.
140. Demriguc-Kunt, A., Huizinga, H. (2000). Financial Structure and Bank Profitability. *World Bank Policy Research Working Paper No. 2430*
141. Demriguc-Kunt, A., Huizinga, H. (2012). Do we need big banks? Evidence on performance, strategy and market discipline. *CEPR Discussion Paper No. DP8276*
142. Derigs, U., Marzban, S. (2008). Review and Analysis of Current Shariah - Compliant Equity Screening Practices. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, Vol. 1, No. 4, str. 285-303.
143. Dietrich, A., Wanzenried, G. (2011). Determinants of bank profitability before and during the crisis: Evidence from Switzerland. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, Vol. 21, No. 3, str. 307-327.
144. Dilley, S.C. (1975). Practical Approaches to Social Accounting. *CPA Journal*, str. 17-21.
145. Dima, S.M., Delia, D., Luminita, P. (2010). Specific features of Islamic accounting and cultural paradigm. *MPRA Paper No. 27174*, str. 1-20.
146. Doane, D. (2005). The Myth of CSR: The Problem with Assuming That Companies Can Do Well While Also Doing Good is That Markets Don't Really Work That Way. *Stanford Social Innovation Review*, str. 1-29.
147. Dodd, E.M. (1932). For whom are corporate managers trustees? *Harvard Law Review*, Vol. 45, No. 8, str. 1365– 1372.
148. Donaldson, L., Davis, J.H. (1991). Stewardship Theory or Agency Theory: CEO Governance and Shareholder Returns. *Australian Journal of Management*, Vol. 16, No.1, str. 49 – 65.
149. Donaldson, T., Dunfee, T.W.(1994). Toward a Unified Conception of Business Ethics: Integrative Social Contracts Theory. *Academy of Management Review*, Vol. 19, str. 252–284.
150. Donaldson, T., Preston, L. (1995). The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications. *Academy of Management Review*, Vol. 20, str. 65-91.
151. Douglas, A., Doris, J., Johnson, B. (2004). Corporate social reporting in Irish financial institutions. *The TQM Magazine*, Vol. 16, No. 6, str. 387–395.
152. Dragsted, B. (2014). A case study of letters to shareholders in annual reports before, during and after the financial crisis. *LSP Journal*, Vol.5, No.2, str. 84-104.
153. Drucker, P. (1984). The new meaning of Corporate Social Responsibility. *California Management Review*, Vol. 26, str. 53-63.
154. Duran, J.J., Lopez, M.J.G. (2012). The Internationalization of Islamic Banking and Finance: The Co-Evolution of Institutional Changes and Financial Services Integration. *International Journal of Business and Management*, Vol. 7, No. 13, str. 49-74.
155. Duriau, V.J, Reger, R.K., Pfarrer, M.D. (2007). A Content Analysis of the Content Analysis Literature in Organization Studies Research Themes, Data Sources, and

- Methodological Refinements. *Organizational Research Methods*, Vol. 10, No. 5, str. 5-34.
156. Dusuki, A. W. (2008). Understanding the Objectives of Islamic Banking: A Survey of Stakeholders' Perspectives. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, Vol. 1, No. 2, str. 132-48.
157. Dusuki, A. W. (2011). Islamic Financial Systems: Principles and Operations, *ISRA*, Malaysia, str. 701-14.
158. Dusuki, A. W., Abdullah, N. I. (2007). Why do Malaysia customers patronise Islamic banks. *International Journal of Bank marketing*, Vol. 25, No. 3, str. 142-160.
159. Dusuki, A.W. (2008a). What Does Islam Say about Corporate Social Responsibility? *Review of Islamic Economics*, Vol. 12, No.1, str. 5-28.
160. Dusuki, A.W., Abdullah, N.I. (2007a). Maqasid al-Shari`ah, Maslahah, and Corporate Social Responsibility. *The American Journal of Islamic Social Sciences*, Vol. 24, No.1, str. 25-45.
161. Dusuki, A.W., Dar, H. (2005). Stakeholders' Perceptions of Corporate Social Responsibility of Islamic Banks: Evidence from Malaysian Economy. In: Advances in Islamic economics and finance—proceedings of 6th international conference on Islamic economics and Finance, Vol 1, str. 249–277.
162. Dusuki, A.W. (2007). Commodity murabahah programmes (CMP): An innovative approach to liquidity management. *Journal of Islamic Economics, Banking and Finance*, Vol. 3 No. 1, str. 1-23.
163. Efendić, V. (2008). Mogućnosti potpunije primjene beskamratnog bankarstva u Bosni i Hercegovini. *Zbornik radova Ekonomskog fakulteta u Sarajevu*, Vol. 28, str. 185-200.
164. Efendić, V. (2011). Efficiency of the banking sector of Bosnia–Herzegovina with special reference to relative efficiency of the existing Islamic bank. 8th International Conference on Islamic Economics and Finance, Doha – Qatar, December 18th–20th.
165. Efendić, V. (2014). Poslovna etika islama u kontekstu savremenih ekonomskih trendova. *Novi Muallim*, God. XV, No. 58, str. 15-19.
166. Efendić, V., Hadžić, F. (2017a). Društvena odgovornost u kontekstu islamske ekonomije i finansija. *Znakovi vremena*, God. 20, br. 78, str. 105-121.
167. Egresi, I., Belge, R. (2015). Development Of Islamic Banking In Turkey. *Annals - Economy Series*, Vol. 6, str. 5-20.
168. Ehsan, S., Nazir, M.S., Nurunnabi, M., Khan, Q.R., Tahir, S., Ahmed, I. (2018). A Multimethod Approach to Assess and Measure Corporate Social Responsibility Disclosure and Practices in a Developing Economy. *Sustainability*, Vol. 10, str. 1-18.
169. El Alfy, A., Weber, O. (2019). Corporate Sustainability Reporting: The Case of the Banking Industry. *CIGI Papers*, No. 211, str. 1-18.
170. El Moslemany, R., Etab, M. (2017). The effect of corporate social responsibility disclosures on financial performance in the banking industry: Empirical study on Egyptian banking sector. *International Journal of Business and Economic Development*, Vol. 5 No. 1, str. 20-34.
171. El-Halaby, S., Hussainey, K. (2015). The determinants of social accountability disclosure: Evidence from Islamic Banks around the World. *International Journal of Business*, Vol. 20, No. 3, str. 202-223.
172. Elkington, J. (1998). Partnerships from Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st- Century Business. *Environmental Quality Management*, Vol. 8, No. 1, str. 37- 51.
173. Ellen, P.S., Mohr, L.A. and Webb, D.J. (2000). Charitable programs and the retailer: do they mix? *Journal of Retailing*, Vol. 76 No. 3, str. 393-406.
174. Emshoff, J. R., Freeman, R.E. (1978). Stakeholder Management. *Working Paper from the Wharton Applied Research Center*.

- 175.Emshoff, J.R. (1978). Planning the Process of Improving the Planning Process: A Case Study in Meta-Planning. *Management Science*, Vol. 24, No. 11, str. 1095-1108.
- 176.Epstein, E.M. (1987). The corporate social policy process: Beyond business ethics, corporate social responsibility, and corporate social responsiveness. *Calif Management Review*, Vol. 29, str. 99–114.
- 177.Ergun U., Djedovic I. (2011). *Islamic Banking with a Closer Look at Bosnia and Herzegovina: Knowledge, Perceptions and Decisive Factors for Choosing Islamic Banking*. 8th International Conference on Islamic Economics and Finance, Doha – Qatar, 18th–20th December 2011.
- 178.Errico, L., Farrahbaksh, M. (1998). Islamic banking: Issues in prudential regulation and supervision. *IMF Working Paper No. 98/30*, str. 1-32.
- 179.Esa, E., Ghazali, N.A.M. (2012). Corporate social responsibility and corporate governance in Malaysian government-linked companies. *Corporate Governance. The International Journal of Business in Society*, Vol. 12, No. 3, str. 292-305.
- 180.Farook, S. (2007). On corporate social responsibility of Islamic financial institutions. *Islamic Economic Studies*, Vol. 15, No. 1, str. 31-46.
- 181.Farook, S., Kabir. H.M., Lanis, R. (2011). Determinants of corporate social responsibility disclosure: the case of Islamic banks. *Journal of Islamic Accounting Business Research*, Vol. 2, str. 114–141.
- 182.Farooq, M. O. (2007). Partnership, equity-financing and Islamic finance: whither profit-loss sharing? *Review of Islamic Economics*, Vol. 11, Special Issue, str. 67-88.
- 183.Farooq, M., Farooq, O., Jasimuddin, S.M. (2014). Employees response to corporate social responsibility: Exploring the role of employees' collectivist orientation. *European Management Journal*, Vol. 32, No. 6, str. 916-927.
- 184.Farooq, M.O. (2014). Islamic Interbank Benchmark Rate (IIBR). *Journal of Islamic Business & Management*, Vol. 4, No. 2, str. 155-158.
- 185.Fatma, M., Rahman, Z. (2015). Consumer perspective on CSR literature review and future research agenda. *Management Research Review*, Vol. 38, No. 2, str. 195 – 216.
- 186.Fauzi, H., Idris, K.M. (2010). The Relationship of CSR and Financial Performance: New Evidence From Indonesian Companies. *Issues in Social and Environmental Accounting*, Vol. 3, No. 1, str. 66-87.
- 187.Fetscherin, M., Shaomin, L., Alon, I., Lattemann, C., Kuang, Y. (2010). Corporate social responsibility in emerging markets: The importance of the governance environment. *Management International Review: Journal of International Business*, Vol. 50, str. 635–54.
- 188.Fiori, G., di Donato, F., Izzo, M.F. (2007). Corporate social responsibility and firms performance. An analysis on Italian listed companies. *SSRN Electronic Journal*, str. 1-14.
- 189.Folger, H. R, Nutt, F. (1975). A note on social responsibility and stock valuation. *Academy of Management Journal*, Vol. 18, str. 155-160.
- 190.Forcadell, F. J., Aracil, E. (2017). European Banks' reputation for corporate social responsibility. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol. 24, No. 1, str. 1-14.
- 191.Frankental, P. (2001). Corporate social responsibility – a PR invention? *Corporate Communications: An International Journal*, Vol. 6, No. 1, str. 18-23.
- 192.Franzosi, R. (2007). Content analysis: Objective, systematic, and quantitative description of content. Dostupno na <https://sociologie.cuso.ch/fileadmin/sociologie/Content-Analysis---Introduction.pdf>
- 193.Frederick,W.C. (1960). The growing concern over business responsibility. *California Management Review*, Vol. 2, str. 54-61.

194. Frederick, W.C. (1978). From CSR1 to CSR2: The maturing of business and society thought. *Working Paper No. 279*, Graduate School of Business, University of Pittsburgh.
195. Frederick, W.C. (1986). Toward CSR3: Why Ethical Analysis is indispensable and Unavoidable in Corporate Affairs. *California Management Review*, Vol. 28, No. 2, str. 126-141.
196. Frederick, W.C. (1998). Moving to CSR4. What to pack for the trip? *Business and Society*, Vol. 37, No.1, str. 40-59.
197. Freedman, M., Jaggi, B. (1982). Pollution disclosures, pollution performance and economic performance. *Omega*, Vol. 10, str. 167-176.
198. Freedman, M., Jaggi, B. (1988). An analysis of the association between pollution disclosure and economic performance. *Accounting Auditing & Accountability Journal*, Vol.1 No.2, str. 43-58.
199. Freeman, R. E. (1994). The politics of stakeholder theory. *Business Ethics Quarterly*, Vol. 4, No. 4, str. 409-421.
200. Freeman, R. E., R. Phillips. (2002). Stakeholder theory: A libertarian defense. *Business Ethics Quarterly*, Vol 12, No. 3, str. 331-350.
201. Freeman, R.E. (2004). The Stakeholder Approach Revisited. *Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik*, Vol. 5, str. 228-241.
202. Freeman, R.E., Dmytriyev, S. (2017). Corporate Social Responsibility and Stakeholder Theory: Learning From Each Other. *Symphonya Emerging Issues in Management*, No.1, str. 7-15.
203. Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. *New York Times Magazine*, str. 32.
204. Frooman, J. (1997). Socially Irresponsible and Illegal Behaviour and Shareholder Wealth: A Meta-Analysis of Event Studies. *Business and Society*, Vol. 36, str. 221-249.
205. Fry, F., Hock, R. J. (1976). Who claims corporate responsibility? The biggest and the worst. *Business and Society Review/Innovation*, Vol. 18, str. 62-65.
206. Galant, A., Cadez, S. (2017). Corporate social responsibility and financial performance relationship: A review of measurement approaches. *Economic Research – Ekonomska istraživanja*, Vol. 30, No. 1, str. 676 – 693.
207. Gallen, M.L., Peraita, C. (2017). The effects of national culture on corporate social responsibility disclosure: A cross-country comparison. *Applied Economics*, Vol. 50, No. 27, str. 2967-2979.
208. Gambling, T.E., Karim, R.A.A. (1986). Islam and „social accounting“. *Journal of Business Finance and Accounting*, Vol. 13, No. 1, str. 39-50.
209. Garas, S., Pierce, C. (2010). Shari'a supervision of Islamic financial institutions. *Journal of Financial Regulation and Compliance*, Vol. 18, str. 386-407.
210. Garcia-Zamor, J. (2003). Workplace Spirituality and Organizational Performance. *Public Administration Review*, Vol. 63, No. 3, str. 355-363.
211. Garriga, E., Mele, D. (2004). Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. *Journal of Business Ethics*, Vol. 53, str. 51-71.
212. Giacalone, R.A., Jurkiewicz, C.L. (2003). Right from Wrong: The Influence of Spirituality on Perceptions of Unethical Business Activities. *Journal of Business Ethics*, Vol. 46, No. 1, str. 85-97.
213. Gibbons, R. (1998). Incentives in Organizations. *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 12, str. 115-132.
214. Gibson, R., Guthrie, J.E. (1995). Recent environmental disclosures in annual reports of Australian public and private sector organisations. *Accounting Forum*, Vol. 19 No. 2/3, str. 111-127.

215. Gilbert, R. A., Wheelock, D. C. (2007). Measuring commercial bank profitability: Proceed with caution. *Federal Reserve Bank of St. Louis Review*, Vol. 89, No. 6, str. 515-532.
216. Goddard, J. A., Molyneux, P. M., Wilson, J. O. S. (2004). Dynamics of Growth and Profitability in Banking. *Journal of Money, Credit and Banking*, Vol. 36, No. 6, str. 1069-1090.
217. Goksu, A., Becic, A. (2012). Awareness of Islamic Banking in Bosnia and Herzegovina. *International Research Journal of Finance and Economics*, No. 100, str. 1-14.
218. Gond, J-P., Kang, N., Moon, J. (2011). The government of self-regulation: on the comparative dynamics of corporate social responsibility. *Economy and Society*, Vol. 40, No. 4, str. 640-671.
219. Goodpaster, K. (1991). Business Ethics and Stakeholder Analysis. *Business Ethics Quarterly*, Vol. 1, No. 1, str. 53-73.
220. Gormez, Y. (2008). Banking in Turkey: History and Evolution. *Working Papers 83*, Bank of Greece, str. 6-43.
221. Graafland, J.J., Mazereeuw V/d Duijn Schouten, C., Yahia, A. (2006). Islam and socially responsible business conduct. *Business Ethics: A European Review*, Vol. 15, No. 4, str. 390-406.
222. Grais, W., Pellegrini, M. (2006). Corporate Governance and Shariah Compliance in Institutions Offering Islamic Financial Services. *World Bank Policy Research Working Paper 4054*
223. Graves, S. B., Waddock, S.A. (1994). Institutional owners and corporate social performance. *Academy of Management Journal*, Vol. 37, No.4, str. 1035-1046.
224. Gray, R., Kouhy, R., Lavers, S. (1995). Corporate social and environmental reporting: A review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 8, No. 2, str. 47-77.
225. Gray, R., Owen, D., Adamas, C. (2009). Some theories for social accounting?: A review essay and a tentative pedagogic categorisation of theorisations around social accounting. *Advances in Environmental Accounting & Management*, Vol. 4, str. 1-54.
226. Gray, R., Owen, D., Maunders, K. (1988). Corporate Social Reporting: Emerging Trends in Accountability and the Social Contract. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 1, No. 1, str. 6-20.
227. Gray, R.H., Kouhy, R., Lavers, S. (1995a). Constructing a research database of social and environmental reporting by UK companies: A methodological note. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 8, No. 2, str. 78-101.
228. Gray, S. J. (1988). Towards A Theory of Cultural Influence On the Development of Accounting Systems Internationally. *ABACUS*, Vol. 24, No. 1, str. 1-15.
229. Gregović, N., Hodžić, N. (2017). Perspektive valutnog odbora u Bosni i Hercegovini. *Ekonomski izazovi*, br. 11, str. 108-125.
230. Griffin, J.J., Mahon, J.F. (1997). The Corporate Social Performance and Corporate Financial Performance Debate: Twenty-Five Years of Incomparable Research. *Business & Society*, Vol. 36, No.1, str. 5-31.
231. Guiso, L., Sapienza, P., Zingales, L. (2003). People's opium? Religion and economic attitudes. *Journal of Monetary Economics*, Vol. 50, str. 225-282.
232. Gun, M. (2016). Analysis of Participation Banks in Turkey in Terms of Agency Theory and a Model Proposal. *International Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, Vol: 2, No. 1, str. 51-65.
233. Guthrie, J., Abeysekera, I. (2006). Content analysis of social, environmental reporting: What is new? *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, Vol. 10, No. 2, str. 114-126.

234. Guthrie, J., Parker, L.D. (1989). Corporate social reporting: A rebuttal of legitimacy theory. *Accounting and Business Research*, Vol. 19, str. 343–352.
235. Guthrie, J., Parker, L.D. (1990). Corporate social disclosure practice: A comparative international analysis. *Advances in Public Interest Accounting*, Vol. 3, str. 159-175.
236. Guthrie, J.E., Mathews, M.R. (1985). Corporate social accounting in Australasia. *Corporate Social Performance and Policy*, Vol. 7, str. 251-277.
237. Gutierrez-Gutierrez, L., Castilo, A., Montiel, I. (2020). Companies vs Coronavirus: A Call for Rapid Responsible Innovation. *Organizations & Natural Environment, Academy of Management*.
238. Hadžić, F. (2002). Islamski pristup ekonomskom razvoju. *Znakovi vremena - Časopis za filozofiju, religiju, znanost i društvenu praksu*. Vol. 16, str. 227-246.
239. Hadžić, F., Klepić, DŽ. (2009). Experience of Normative Regulation of Islamic Banking in United Kingdom and Possibility of Applying in Bosnia and Herzegovina. *Zbornik radova Ekonomskog fakulteta u Sarajevu*, Vol. 29, str. 279-297.
240. Hakimi, A., Rachdi, H., Mokni, R.B.S., Hissni, H. (2018). Do board characteristics affect bank performance? Evidence from the Bahrain Islamic banks. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, Vol. 9 No. 2, str. 251-272.
241. Hall, R. (1993). A Framework Linking Intangible Resources and Capabilities to Sustainable Competitive Advantage. *Strategic Management Journal*, Vol. 14, str. 607-618.
242. Hameed, I., Riaz, Z., Arain, G.A., Farooq, O. (2016). How Do Internal and External CSR Affect Employees' Organizational Identification? A Perspective from the Group Engagement Model. *Frontiers in Psychology*, Vol. 7, str. 1-13.
243. Hameed, S., Wirman, A., Alrazi, B., Nor, M. N. M., Pramono, S. (2004). Alternative disclosure and performance measures for islamic banks. *Proceeding of Second Conference on Administrative Science: Meeting The Challenges of The Globalization Age, Saudi Arabia*.
244. Hamid, A.F.Z. (2004). Corporate social disclosure by banks and finance companies: Malaysian evidence. *Corporate Ownership and Control*, Vol. 1, No. 4, str. 118-129.
245. Hamid, S., R. Craig, Clarke, F. (1993). Religion: A Confounding Cultural Element in the International Harmonization of Accounting? *Abacus*, Vol. 29, No. 2, str.
246. Hamza, H. (2013). Sharia governance in Islamic banks: effectiveness and supervision model. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, Vol. 6 No. 3, str. 226-237.
247. Haniffa, R. M., Hudaib, M. (2007). Exploring the ethical identity of Islamic banks. *Journal of Business Ethics*, Vol. 76, str. 97–116.
248. Haniffa, R.M, Hudaib, M. (2002). A theoretical framework for the development of the Islamic perspective of accounting. *Accounting Commerce and Finance: The Islamic Perspective Journal*, Vol. 6, str. 1-42.
249. Haniffa, R.M, Hudaib, M. (2004). Disclosure practices of Islamic financial institutions: An exploratory study. *Working paper series (No 04/32)*. School of Management, Bradford University.
250. Haniffa, R.M. (2002). Social Reporting Disclosure: An Islamic Perspective. *Indonesian Management and Accounting Research*, Vol. 1, No. 2, str. 128-146.
251. Hansen, S. D., Dunford, B. B., Boss, A. D., Boss, R. W., Angermeier, I. (2011). Corporate Social Responsibility and the Benefits of Employee Trust: A Cross-Disciplinary Perspective. *Journal of Business Ethics*, Vol. 102, str. 29-45.
252. Harahap, S.S. (2003). The disclosure of Islamic values—annual report. The analysis of Bank Muamalat Indonesia's annual report. *Managerial Finance*, Vol. 29 No. 7, str. 70-89.

253. Haron, S. (1996). Islamic Banking: A New Vehicle in Fostering Entrepreneurship. *Journal of Islamic Banking and Finance*, Vol. 13, No. 3, str. 28-39.
254. Hart, S.L. (1995). A Natural-Resource-Based View of the Firm. *Academy of Management Review*, Vol. 20, No. 4, str. 986–1012.
255. Hart, S.L., Christensen, C.M. (2002). The Great Leap. Driving Innovation from the Base of the Pyramid. *MIT Sloan Management Review*, Vol. 44, No. 1, str. 51–57.
256. Harte, G., Owen, D.L. (1991). Environmental disclosure in the annual reports of British companies: a research note. *Accounting Auditing and Accountability Journal*, Vol. 4 No. 3, str. 51-61.
257. Hasan, Z. (2008). Islamic banks: Profit sharing, equity, leverage lure, and credit control. *Journal of King Abdulaziz University: Islamic Economics*, Vol. 23 No. 1, str. 129-146.
258. Hasanuzzaman, S.M. (1994). What Is Mudaraba? *Journal of Islamic Banking and Finance*, Vol. 11, No. 3, str. 7-24.
259. Hassan, A., Harahap, S. S. (2010). Exploring corporate social responsibility disclosure: The case of Islamic banks. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, Vol. 3 No. 3, str. 203-227.
260. Hayat, R., Hasan, K. M. (2017). Does an Islamic Label Indicate Good Corporate Governance? *Journal of Corporate Finance*, Vol. 43, str. 159-174.
261. Hegazy, W.S. (2007). Contemporary Islamic Finance: From Socioeconomic Idealism to Pure Legalism. *Chicago Journal of International Law*, Vol. 7. No. 2., str. 581-603.
262. Herremans, I.M., Akathaporn, P., McInnes, M. (1993). An investigation of corporate social responsibility reputation and economic performance. *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 18, str. 587–604.
263. Hilary, G., Hui, K. W. (2009). Does religion matter in corporate decision making in America? *Journal of Financial Economics*, Vol. 93, str. 455–473.
264. Hirigoyen, G., Poulain-Rehm, T. (2015). Relationships between Corporate Social Responsibility and Financial Performance: What is the Causality? *Journal of Business and Management*, Vol 4, No. 1, str. 18-43.
265. Hoang, T.Y.T. (2014). CSR in banking sector: A literature review and new research directions. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, Vol. 2, No. 11, str. 1-22.
266. Hockerts, K. and Moir, L. (2004) Communicating corporate responsibility to investors: the changing role of the investor relations function. *Journal of Business Ethics*, Vol. 52, No. 1, str. 85-98.
267. Holman, W, R., J, R, New, Singer, D. (1990). The impact of corporate social responsiveness on shareholder wealth. U Preston, L. (ed.). *Corporation and Society Research: Studies in Theory and Measurement: 265-280*, Greenwich, CT: JAI Press.
268. Holub, J.M. (2003). Questioning Organizational Legitimacy: The Case of U.S. Expatriates. *Journal of Business Ethics*, Vol. 47, No. 3, str. 269–293.
269. Hopkins, W. E., Hopkins, S. A. (1997). Strategic Planning-Financial Performance Relationships in Banks: A Causal Examination. *Strategic Management Journal*, Vol. 18, No. 8, str. 635-652.
270. Huang, C-J. (2010). Corporate governance, corporate social responsibility and corporate performance. *Journal of Management & Organization*. Vol. 16, No. 5, str. 641-655.
271. Hussain, A. (1988). Islamic Awakening in the Twentieth Century: An Analysis and Selective Review of the Literature. *Third World Quarterly*, Vol. 10, No. 2, str. 1005-1023.
272. Hyland, K. (1998). Exploring Corporate Rhetoric: Metadiscourse in the CEO's Letter. *Journal of Business Communication*, Vol. 35, No.2, str. 224-245.

273. Iannaccone, L.R. (1988). Introduction to the Economics of Religion. *Journal of Economic Literature*, Vol. 36, No. 3, str. 1465-1495.
274. Ibreljić, I. (2001). Kamata i lihvarstvo u teoriji i praksi i problemi tranzicije savremene islamske privrede u beskamatnu. *Znakovi vremena - Časopis za filozofiju, religiju, znanost i društvenu praksu*. Vol. 4/5, No. 13/14, str. 224 – 235.
275. Imam, P., Kpodar, K. (2010). Islamic banking: How has it diffused. *IMF Working Paper Series, WP/10/195*.
276. Ingram, R. (1978). An investigation of the information content of (certain) social responsibility disclosures. *Journal of Accounting Research*, Vol. 16, str. 270-85.
277. Iqbal, Z., Shafiq, B. (2015). Islamic finance and the role of Qard-al-Hassan (benevolent loans) in enhancing inclusion: A case study of Akhuwat. *ACRN Oxford Journal of Finance and Risk Perspectives*. Special Issue of Social and Sustainable Finance, Vol.4 No. 4, str. 23 – 40.
278. Ismail, A.G. (2011). The theory of Islamic banking: look back to original idea. *Journal of Islamic Economics, Banking and Finance*, Vol. 113, No. 453, str. 1-14.
279. Ismail, A.G., Kamil, K.H. (2010). A note on debt selling and their impact on Islamic bank value. *The International Journal of Banking and Finance*, Vol. 7. No.1, str. 161-170.
280. Iyer, S. (2016). The New Economics of Religion. *Journal of Economic Literature*, Vol. 54, No. 2, str. 395–441.
281. Jewell, J.J., Mankin, J.A. (2011). What is your ROA? An investigation of the many formulas for calculating return on assets. *Academy of Educational Leadership Journal*, Vol. 15, Special Issue, str. 79-91.
282. Jizi, M.I., Salama, A. Dixon, R., Stratling, R. (2014). Corporate Governance and Corporate Social Responsibility Disclosure: Evidence from the US Banking Sector. *Journal of Business Ethics*, Vol. 125, str. 601–615.
283. Jo, H., Song, M.H., Tsang, A. (2015). Corporate Social Responsibility and Stakeholder Governance Around the World. *Global Finance Journal*, str. 42-69.
284. Johnson, R.A., Greening, D.W. (1999). The Effect of Corporate Governance and Institutional Ownership Types on Corporate Social Performance. *The Academy of Management Journal*, Vol. 42, No. 5, str. 564-576.
285. Jones, C., Volpe, E.H. (2011). Organizational identification: Extending our understanding of social identities through social networks. *Journal of Organizational Behavior*, Vol. 32, No. 3, str. 413-434.
286. Jones, T.M. (1980). Corporate social responsibility revisited, redefined. *Calif Management Review*, str. 59–67.
287. Kahf, M. (2002). Strategic Trends in the Islamic Banking and Finance Movement. Paper presented at the Harvard Forum on Islamic Finance and Banking, Harvard University, Cambridge, Boston.
288. Kahf, M., Khan, T. (1992). Principles of Islamic financing: A survey. Islamic Research and Training Institute, Islamic Development Bank. *Research Paper No 35*.
289. Kahle, L.R., Poulos, B., Sukhdial, A. (1988). Changes in social values in the United States during the past decade. *Journal of Advertising Research*, Vol. 28, str. 35-41.
290. Kakabadse, N.K., Rozuel, C., Lee-Davies, L. (2005). Corporate Social Responsibility and Stakeholder Approach: A conceptual review. *International Journal of Business Governance and Ethics*, Vol. 1, No. 4, str. 277.
291. Kaku, R. (1997). The Path of Kyosei. *Harvard Business Review*, Vol. 75, No. 4, str. 55–62.
292. Kamali, M.H. (1999). Maqāṣid al-Sharī'ah: The objectives of Islamic law. *Islamic Studies*, Vol. 38, No. 2, str. 193-208.

293. Kamla, R. (2007). Critically approaching social accounting and reporting in the Arab Middle East: a postcolonial perspective. *Advances in International Accounting*, Vol. 20, str.105-170.
294. Kamla, R., Rammal, G.H. (2013). Social reporting by Islamic banks: Does social justice matter? *Accounting Auditing & Accountability Journal*, Vol. 26, str. 911–945.
295. Karagiorgos, T. (2010). Corporate Social Responsibility and Financial Performance: An Empirical Analysis on Greek Companies. *European Research Studies*, Vol. 13, No, 4, str. 85-108.
296. Karake, Z.A. (1998). An examination of the impact of organizational downsizing and discrimination activities on corporate social responsibility as measured by a company's reputation index. *Management Decision*, Vol. 36, No. 3, str. 206-216.
297. Karić, E. (2010). Kur'an u islamu. *Preporod*, broj 10/924.
298. Karim, R. A. A. (1995). The Nature and Rationale of a Conceptual Framework for Financial Reporting by Islamic Banks. *Accounting and Business Research*, Vol. 25, No. 100, str. 285-300.
299. Kashif, M., Wan Shukran, S.S., Rehman, M.A., Sarifuddin, S. (2015). Customer satisfaction and loyalty in Malaysian Islamic banks: A PAKSERV investigation. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 33 No. 1, str. 23-40.
300. Keenan, D. (2012). *My thwarted attempt to tell of Libor shenanigans*. Financial Times
301. Key, S. (1999). Toward a New Theory of the Firm: A Critique of Stakeholder Theory. *Management Decision*, Vol. 37, No. 4, str. 317–328.
302. Khan, A., M. B. Muttakin., Siddiqui, J. (2013). Corporate governance and corporate social responsibility disclosures: Evidence from emerging economy. *Journal of Business Ethics*, Vol. 114, No. 2, str. 207-223.
303. Khan, B., Tariq, R. (2017). Corporate Social Responsibility Impact on Financial Performance of Islamic and Conventional Banks: Evidence from Asian Countries. *Research Journal of Finance and Accounting*, Vol.8, No.7, str. 20-28.
304. Khan, M. F. (2009). World financial crisis: Lesson from Islamic economics. U Group of Researchers (2009). *Issues in the International Financial Crisis from an Islamic Perspective*.
305. Khan, M.H.U.Z., Halabi, A.K. and Samy, M. (2009). CSR reporting practice: A study of selected banking companies in Bangladesh. *Social Responsibility Journal*, Vol. 5 No. 3 str. 43-57.
306. Khandelwal, S. (2009). Better Understanding of Risk Management Essentials. *Islamic Finance Asia*, str. 45- 47.
307. Khasharmeh, H., Suwaidan, M.S. (2010). Social responsibility disclosure in corporate annual reports: Evidence from the Gulf Cooperation Council countries. *International Journal of Accounting Auditing and Performance Evaluation*, Vol. 6, No. 4, str. 327-345.
308. Khurshid, M. A., Al-Aali, A., Soliman, A. A., & Mohamad Amin, S. (2014). Developing an Islamic corporate social responsibility model (ICSR). *Competitiveness Review*, Vol. 24, No. 4, str. 258-274.
309. Kilic, M. (2015). Online corporate social responsibility (CSR) disclosure in the banking industry: Evidence from Turkey. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 34, No. 4, str. 550-569.
310. Kilic, M., Kuzey, C., Uyar, A. (2015). The impact of ownership and board structure on corporate social responsibility (CSR) reporting in the Turkish banking industry. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, Vol. 15, No. 3, str. 357-374.

311. King, A. A. Lenox, M. J. (2000). Industry self-regulation without sanctions: The chemical industry's responsible care programme. *Academy of Management Journal*, Vol. 43, No. 4, str. 698-716.
312. King, B. G., & Whetten, D. A. (2008). Rethinking the relationship between reputation and legitimacy: A social actor conceptualization. *Corporate Reputation Review*, Vol.11, No. 3, str. 192 – 207.
313. Klonoski, R.J. (1991). Foundational considerations in the corporate social responsibility debate. *Business Horizons*, str. 9-18.
314. Koehler, B. (2011). The Economist Mohammed Ibn Abdullah (570–632). *Economic Affairs*, Vol. 31, No. 1, str. 109-111.
315. Komorowski, R., Kubiszewska, K. (2015). An Assessment of Islamic Banking in Bosnia and Herzegovina – a comparative analysis using the CAMELS approach. *Ekonomia Międzynarodowa*, Vol. 16, str. 367-386.
316. Kozarević, E., Baraković-Nurikić, M., Husenović, S. (2014). Specifics of Risk Management in Islamic Finance and Banking, with Emphasis on Bosnia and Herzegovina. *Journal of The Faculty of Economics and Administrative Sciences*, Vol. 4, No. 1, str.151-166.
317. Kozarić, K., Žunić, E. (2017). Causes and Consequences of NPLs in Bosnia and Herzegovina Banking Sector. *Journal of Economic and Social Studies*, Vol. 5, No. 1, str. 127-144.
318. Kramer, M.R. (2020). Coronavirus Is Putting Corporate Social Responsibility to the Test. *Harvard Business Review*, Online edition (<https://hbr.org/2020/04/coronavirus-is-putting-corporate-social-responsibility-to-the-test>)
319. Krasodomska, J. (2015). CSR disclosures in the banking industry. Empirical evidence from Poland. *Social Responsibility Journal*, Vol. 11, No. 3, str. 406-423.
320. Kundid, A. (2012). Društveno odgovorno poslovanje banaka u Republici Hrvatskoj. *Ekonomiska misao praksa*, No. 2. str. 497-528.
321. Laan Smith, J., Adhikari, A., Tondkar, R.H. (2005). Exploring differences in social disclosures internationally: A stakeholder perspective. *Journal of Accounting and Public Policy*, Vol. 24, No. 2, str.123-151.
322. Lackmann, B. (2014). The Six Key Countries Driving Global Islamic Finance Growth. *Nomura Journal of Capital Markets*, Vol. 6, No. 2, str. 1-28.
323. Lantos, G. (2001). The boundaries of strategic corporate social responsibility. *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 19, No. 3, str. 205-230.
324. Lasasna, A. (2015). Fiqh Muamalat course (FQ 6123/FQ 5123). Bay' al-Inah, Bay' al wafa and Tawarruq: Liquidity management- based transactions. International Centre for Islamic Finance
325. Lassoued, M. (2018). Comparative study on credit risk in Islamic banking institutions: The case of Malaysia. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, Vol. 70, str. 267-278.
326. Lee, D.D., Faff, R.W., Langfield-Smith, K. (2009). Revisiting the Vexing Question: Does Superior Corporate Social Performance Lead to Improved Financial Performance? *Australian Journal of Management*, Vol. 34, No. 1, str. 21–49.
327. Lee, E., Schumann, D.W. (2009). Proposing and testing the contextual gender influence theory: An examination of gender influence types on trust of computer agents. *Journal of Consumer Psychology*, Vol. 19, No.3, str. 440-450.
328. Lee, M.P. (2008). A review of the theories of corporate social responsibility: its evolutionary path and the road ahead. *International Journal of Management Reviews*, Vol. 10, str. 53-73.

329. Lekpek, A. (2019). Korporativna društvena odgovornost u islamskom bankarstvu: teorija i praksa. *Sociologija*, Vol. 1, str. 32-54.
330. Lenka, B., Jiri, P. (2014). Corporate Social Responsibility in Commercial Banking - A Case Study from the Czech Republic. *Journal of Competitiveness*, Vol. 6, No. 1, str. 50-70.
331. Lentner, C., Szegedi, K., Tatay, T. (2006). Corporate Social Responsibility in the Banking Sector. *Public Finance Quarterly*, str. 95-103.
332. Lev, B., Petrovits, C., Radhakrishnan, S. (2010). Is doing good for you? How corporate charitable contributions enhance revenue growth. *Strategic Management Journal*, Vol. 31, str. 182–200.
333. Levkov, N., Palamidovska-Sterjadovska, N. (2019). Corporate social responsibility communication in Western Balkans banking industry: A comparative study. *Management Research and Practice*, Vol. 11, No. 3, str. 18-30.
334. Lin, C-S., Chang, R-Y., Dang, V.T. (2015). An Integrated Model to Explain How Corporate Social Responsibility Affects Corporate Financial Performance. *Sustainability*, Vol. 7, No. 7, str. 8292-8311.
335. Lindsey, T. (2012). Between Piety and Prudence: State Syariah and the Regulation of Islamic Banking in Indonesia. *Sydney Law Review*, Vol. 34, No. 1, str. 107-127.
336. Linowes, D.F. (1972). Socio-economic accounting. *Journal of Accountancy*, Vol. 133, str. 37-42.
337. Lone, F.A., Alshehri, S. (2015). Growth and Potential of Islamic Banking in GCC: The Saudi Arabia Experience. *Journal of Islamic Banking and Finance*, Vol. 3, No.1, str. 35-43.
338. Longenecker, J.G., McKinney, A.J., Moore, C.W. (2004). Religious Intensity, Evangelical Christianity, and Business Ethics: An Empirical Study. *Journal of Business Ethics*, Vol. 55, str. 373- 386.
339. Lourenco, I., Branco, M., Curto, D., Eugenio, T. (2012). How Does the Market Value Corporate Sustainability Performance? *Journal of Business Ethics*, Vol. 108, No. 4, str. 417-428.
340. Lu, J.Y., Castka, P. (2009). Corporate Social Responsibility in Malaysia - Experts' Views and Perspectives. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol. 16, No. 3, str. 146 – 154.
341. Maali, B., Casson, P., Napier, C. (2006). Social reporting by Islamic banks. *Abacus*, Vol. 42, str. 266–289.
342. Maali, B., Napier, C. (2009). Twenty-five years of “Islamic” Accounting Research: Is There a Silver Jubilee to Celebrate? Fifth Asia Pacific Interdisciplinary Research in Accounting Conference.
343. Madrakhimova, F. (2013). History of Development of Corporate Social Responsibility. *Journal of Business and Economics*, Vol. 4, No. 6, str. 509-520.
344. Magill, G. (1992). Theology in Business Ethics: Appealing to the Religious Imagination. *Journal of Business Ethics*, Vol. 11, str. 129–135.
345. Mahfooz, S., Ahmed, H. (2014). Shariah Investment Screening Criteria: A Critical Review. *Journal of King Abdulaziz University, Islamic Economics*, Vol. 27 No. 1, str. 3-38.
346. Mahoney, L., Roberts, R.W. (2007). Corporate social performance, financial performance and institutional ownership in Canadian firms. *Accounting Forum*, Vol. 31, No. 3, str. 233-253.
347. Maignan I., Ferrell O.C., Ferrell L. (2005). A stakeholder model for implementing social responsibility in marketing. *European Journal of Marketing*, Vol. 39, No. 9/10, str. 956-977.

348. Mallin, C., Farag, H. and Ow-Yong, K. (2014). Corporate social responsibility and financial performance in Islamic banks. *Journal of Economic Behavior and Organization*, Vol. 103, str. S21-S38.
349. Maon, F., Lindgreen, A., Swaen, V. (2009). Designing and implementing corporate social responsibility: An integrative framework grounded in theory and practice. *Journal of Business Ethics*, Vol. 87, No. 1, str. 71-89.
350. Margolis, J.D., Elfenbein, H.A., Walsh, J.P. (2007). Does it pay to be good? A meta-analysis and redirection of research on the relationship between corporate social and financial performance. Dostupno na: <https://doi.org/10.2139/ssrn.1866371>
351. Margolis, J.D., Walsh, J.P. (2003). Misery Loves Companies: Rethinking Social Initiatives by Business. *Administrative Science Quarterly*, Vol. 48, No. 2, str. 268-305.
352. Marinković, S. (2013). Islamsko nasuprot konvencionalnom bankarstvu: Uperedna analiza aranžmana finansiranja. *Bankarstvo*, Vol. 3, str. 106-141.
353. Masoud, N. (2017). How to win the battle of ideas in corporate social responsibility: the International Pyramid Model of CSR. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, Vol. 2, No. 4, str. 1-22.
354. Mathews, M. (1997). Twenty-five years of social and environmental accounting research. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 10 No. 4, str. 481-531.
355. Matten, D., Crane, A., Chapple, W. (2003). Behind the Mask: Revealing the True Face of Corporate Citizenship. *Journal of Business Ethics*, Vol. 45, No 1-2, str. 109-120.
356. Matten, D., Moon, J. (2008). „Implicit“ and „Explicit“ CSR: A conceptual framework for a comparative understanding of corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, Vol. 33, No. 2, str. 1-27.
357. Matuszak, L., Rozanska, E. (2017). An Examination of the Relationship between CSR Disclosure and Financial Performance: The Case of Polish Banks. *Journal of Accounting and Management Information Systems*, Vol. 16, No. 4, str. 522-533.
358. McCleary, R. M., Barro, R.J. (2006). Religion and Economy. *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 20, No. 2, str. 49 –72.
359. McDaniel, S.W., Burnett, J.J. (1990). Consumer Religiosity and Retail Store Evaluative Criteria. *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 18, str. 101-112.
360. McDonald, L.M., Rundle-Thiele, S. (2008). Corporate social responsibility and bank customer satisfaction: A research agenda. *International Journal Of Bank Marketing*, Vol. 26, No. 3, str. 170-182.
361. McGuire, J.B., Sundgren, A., Schneeweiss, T. (1988). Corporate Social Responsibility and Firm Financial Performance. *Academy of Management Journal*, Vol. 31, No. 4, str. 854-872.
362. McIlroy, D.H. (2008). Regulating risks: A measured response to the banking crisis. *Journal of Banking Regulation*, Vol. 9, No. 4, str. 284-292.
363. McWilliams, A., Siegel, D. (2001). Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective. *Academy of Management Review*, Vol. 26, str. 117-127.
364. McWilliams, A., Van Fleet, D. D., Cory, K. (2002). Raising rivals costs through political strategy: An extension of the resource based theory. *Journal of Management Studies*, Vol. 39, str. 707-723.
365. Meera, A.K., Abdul, Razak. D. (2009). Home Financing through Musharakah Mutanaqisah Contract: Some Practical Issues. *Journal of King Abdul Aziz University: Islamic Economics*, Vol. 22, No.1, str. 121-143.
366. Mejia, A.L., Aljabrin, S., Awad, R., Norat, M., Song, I. (2014). Regulation and Supervision of Islamic Banks. *IMF Working Paper No. 219*.

367. Memić, D., Škaljić-Memić, S. (2013). Performance Analysis and Benchmarking of Commercial Banks Operating in Bosnia and Herzegovina: a DEA Approach. *Business Systems Research*, Vol. 4. No. 2, str. 17-37.
368. Mergaliyev, A., Asutay, M., Avdukić, A., Karbhari, Y. (2019). Higher Ethical Objective (Maqasid al-Shari'ah) Augmented Framework for Islamic Banks: Assessing Ethical Performance and Exploring Its Determinants. *Journal of Business Ethics*. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04331-4>
369. Mihajat, M.I.S. (2015). Hybrid Contract in Islamic Banking and Finance: A Proposed Shariah Principles and Parameters for Product Development. *EJBM - Special Issue: Islamic Management and Business*, Vol 7, No.16, str. 89 – 99.
370. Milne, M. J., Adler, R.W. (1999). Exploring the reliability of social and environmental disclosures content analysis. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 12, No. 2, str. 237-256.
371. Milne, M., Patten, D. (2002). Securing organizational legitimacy. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 15, No. 3, str. 372-405.
372. Mirza, M., Baydoun, N. (2000). Accounting Policy Choice in Riba-Free Environment. *Accounting, Commerce and Finance: The Islamic Perspective Journal*, Vol. 4, No. 1, str. 30-47.
373. Mitchell, R, K., Agle, B, R., Wood, D, J. (1997). Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts. *The Academy of Management Review*, Vol. 22, str. 853-886.
374. Mittelstaedt, J.D. (2002). A Framework for Understanding the Relationships between Religions and Markets. *Journal of Macromarketing*, Vol. 22, No. 1, str. 6-18.
375. Mobley, S.C. (1970). The Challenges of Socio-Economic Accounting. *The Accounting Review*, str. 762-768.
376. Mohamad, N., Ab Rahman, A. (2014). Tawarruq application in Islamic banking: A review of the literature. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, Vol. 7, No. 4, str. 485-501.
377. Mohammed, M. O., Dzuljastri, A. R., Fauziah, M. T. (2008). *The Performance measures of Islamic banking based on the Maqasid framework*. Paper presented on IIUM International Accounting Conference (INTAC IV) held at Putra Jaya Marroitt, Malaysia.
378. Mohd Nor, S. (2012). Integrating moral in a dynamic model of corporate social responsibility in Islamic economics and finance. *Asian and African Area Studies*, Vol. 11, No. 2, str. 137-150.
379. Mohieldin, M., Iqbal, Z., Rostom, A., Fu, X. (2012). The Role of Islamic Finance in Enhancing Financial Inclusion in Organization of Islamic Cooperation (OIC) Countries. *Islamic Economic Studies*, Vol. 20, No. 2, str. 55-120.
380. Mokhtar, H.S.A., Abdullah, N., Al-Habshi, S. (2006). Efficiency of Islamic banking in Malaysia: A stochastic frontier approach. *Journal of Economic Cooperation*, Vol. 27, No. 2, str. 37-70.
381. Mollah, S., Zaman, M. (2015). Shari'ah supervision, corporate governance and performance: Conventional vs. Islamic banks. *Journal of Banking & Finance*, Vol. 58, No. C, str. 418-435.
382. Monty, L. L., Naughton, M.J., VanderVeen, S. (2009). Faith at Work Scale (FWS): Justification, Development, and Validation of a Measure of Judaeo-Christian Religion in the Workplace. *Journal of Business Ethics*, Vol, 85, No. 2., str. 227-243.
383. Mosaid, F., Boutti, R. (2012). Relationship between Corporate Social Responsibility and Financial Performance in Islamic Banking. *Research Journal of Finance and Accounting*, Vol. 3, No, 10, str. 93-103.

384. Moskowitz, M. (1972). Choosing socially responsible stocks. *Business and Society Review*, Vol. 1, str. 71-75.
385. Moura-Leite, R. C., Padgett, R.C. (2011). Historical background of corporate social responsibility. *Social Responsibility Journal*, Vol. 7, No, 4, str. 528-539.
386. Mueller, G.G. (1968). Accounting principles generally accepted in the united states versus those generally accepted elsewhere. *International Journal of Accounting Education and Research*, Spring ed., str. 93-101
387. Muhamad, R., Sukor, M.E.A., Muwazir, M.R. (2008). Corporate social responsibility: An Islamic perspective. *Journal of Accounting Perspectives*, Vol. 1, str. 43-56.
388. Murphy, P. E. (1978). An Evolution: Corporate Social Responsiveness. *University of Michigan Business Review*, Vol. 30, No. 6, str. 20–22.
389. Murray, K., Montanari, J.R. (1986). Strategic Management of the Socially Responsible Firm: Integrating Management and Marketing Theory. *The Academy of Management Review*, Vol. 11, No. 4, str. 815 – 827.
390. Muwazir, M., Muhamad, R., Noordin, K. (2006). Corporate Social Responsibility Disclosure: A Tawhidic Approach. *Journal of Syariah*, Vol. 14, No. 1, str. 125-142.
391. Nagaoka, S. (2007). Beyond the Theoretical Dichotomy in Islamic Finance: Analytical Reflections on Murabahah Contracts and Islamic Debt Securities. *Kyoto Bulletin of Islamic Area Studies*, Vol. 1, No. 2, str. 72-91.
392. Naser K, Hassan Y. (2013). Determinants of corporate social responsibility reporting: evidence from an emerging economy. *Journal of Contemporary Issues in Business Research*, Vol. 2, str. 56–74.
393. Nasi, J., Nasi, S., Philips, N., Zyglidopoulos, S. (1997). The evolution of corporate social responsiveness. *Business and Society*, Vol. 36, No. 3, str. 296-321.
394. Nechi, S., Smaoui, H.E. (2018). Interbank offered rates in Islamic countries: Is the Islamic benchmark different from the conventional benchmarks? *The Quarterly Review of Economics and Finance*, Vol. 74, str. 75-84.
395. Ngoc, N. (2018). The Effect of Corporate Social Responsibility Disclosure on Financial Performance: Evidence from Credit Institutions in Vietnam. *Asian Social Science*, Vol. 14, No. 4, str. 109-122.
396. Nickell, S. (1981). Biases in Dynamic Models with Fixed Effects. *Econometrica*, Vol. 49, No. 6, str. 1417-1426.
397. Nielsen, A.E., Thomsen, C. (2007). Reporting CSR – what and how to say it? *Corporate Communications: An International Journal*, Vol. 12 No. 1, str. 25-40.
398. Nomran, N.M., Haron, R., Hassan, R. (2018). Shari’ah supervisory board characteristics effects on Islamic banks’ performance: Evidence from Malaysia. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 36, No. 2, str. 290-304.
399. Noordin, N.N., Kassim, S. (2019). Does Composition of Shariah Committee Influence Shariah Governance Disclosure? Evidence from Islamic Banks in Malaysia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, Vol. 10, No.2, str. 158-184.
400. Nunn, A.K. (2015). *The Corporate Social Responsibility and Financial Performance Debate*. Finance Undergraduate Honors Theses.
401. Orlitzky, M. (2015). The politics of corporate social responsibility or: why Milton Friedman has been right all along. *Annals in social responsibility*, Vol. 1, No. 1, str. 5-29.
402. Orlitzky, M., Benjamin, J.D. (2001). Corporate Social Performance and Firm Risk: A Meta-Analytic Review. *Business and Society*, Vol. 40, No. 4, str. 369-396.
403. Orlitzky, M., Schmidt, F. L., Rynes, S.L. (2003). Corporate Social and Financial Performance: A Meta Analysis. *Organization Studies*, Vol. 24, No. 3, str. 403-441.

404. Orlitzky, M., Shen, J. (2013). Corporate social responsibility, industry, and strategy. *Industrial and Organizational Psychology: Perspectives on Science and Practice*, Vol. 6, No. 4, str. 346-350.
405. Palalić, R. (2014). A study on Business Ethics and Corporate Social Responsibility (CSR): Evidence from Bosnia and Herzegovina. *Southeast Europe Journal of Soft Computing*, Vol. 3, No. 1, str. 26-31.
406. Palazzo, G., Scherer, A.G. (2006). Corporate legitimacy as deliberation: A communicative framework. *Journal of Business Ethics*, Vol. 66, str. 71-88.
407. Panwar, R., Paul, K., Nybakk, E., Hansen, E., Thompson, D. (2012). The Legitimacy of CSR Actions of Publicly Traded Companies Versus Family-Owned Companies. *Journal of Business Ethics*, Vol. 125, No. 3, str 481–496.
408. Parker, L. (2005). Social and Environmental Accountability Research: A view from the Commentary Box. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 18, No. 6, str. 842-860.
409. Parket, I.R., Elibirt, H. (1975). The practice of business social responsibility: the underlying factors. *Business Horizons*, Vol. 18, No. 4, str. 5-10.
410. Pasiouras, F., Kosmidou, K. (2007). Factors influencing the profitability of domestic and foreign commercial banks in the European Union. *Research in International Business and Finance*, Vol. 21, No. 2, str. 222-237.
411. Patten, D.M. (1992). Intra-industry environmental disclosures in response to the Alaskan oil spill: A note on legitimacy theory. *Accounting, Organizations and Society*, Vol.17, No.5, str.471-475.
412. Patterson, J. (2013). The surprising link between social responsibility disclosure and profits. Dostupno na <http://news.vanderbilt.edu>
413. Paz-Fuchs, A. (2011). The social contract revisited: The modern welfare state. *The Foundation for Law, Justice and Society in affiliation with The Centre for Socio-Legal Studies, University of Oxford*
414. Peloza, J. (2006). Using corporate social responsibility as insurance for financial performance. *California Management Review*, Vol. 48, No. 2, str. 52-72.
415. Peloza, J., Papania, L. (2008). The Missing Link between Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Stakeholder Salience and Identification. *Corporate Reputation Review*, Vol. 11, No. 2, str. 165-181.
416. Perera, M. (1989). Toward a Framework to Analyze the Impact of Culture on Accounting. *International Journal of Accounting Education and Research*, Vol. 24 No. 1, str. 42-56.
417. Perrini, F., Russo, A., Tencati, A., Vurro, C. (2011). Deconstructing the Relationship Between Corporate Social and Financial Performance. *Journal of Business Ethics*, Vol. 102, No. 1. str. 59–76.
418. Peters, S, Miller, M, Kusyk, S. (2011). How relevant is corporate governance and corporate social responsibility in emerging markets? *Corporate Governance*, Vol. 11 No. 4, str. 429-445.
419. Platonova, E. (2013). Corporate Social Responsibility from an Islamic Moral Economy Perspective: A Literature Survey. *Afro Eurasian Studies*, Vol. 2, No. 1-2, str. 272-297.
420. Platonova, E., Asutay, M., Dixon, R., & Mohammad, S. (2016). The Impact of Corporate Social Responsibility Disclosure on Financial Performance: Evidence from the GCC Islamic Banking Sector. *Journal of Business Ethics*, Vol. 151, No. 2, str. 451–471.
421. Porter, M. E., Kramer, M.R. (2002). The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy. *Harvard Business Review*, Vol. 80, No. 12, str. 56–69.
422. Prahalad, C.K., Hammond, A. (2002). Serving the World's Poor, Profitably, *Harvard Business Review*, Vol. 80, No. 9, str. 48–58.

423. Preston, L. E. (1990). Stakeholder management and corporate performance. *Journal of Behavioral Economics*, Vol. 19, No. 4, str. 361-375.
424. Preston, L.E., O'Bannon, D.P. (1997). The corporate social-financial performance relationship: A typology and analysis. *Business and Society*, Vol. 36, str. 419-429.
425. Preston, L.E., Post, J.E. (1981). Private management and public policy. *California management review*, Vol. 23, No. 3, str. 56–63.
426. Prutina, Ž., Šehić, Dž. (2016). Employees' Perceptions Of Corporate Social Responsibility: A Case Study Of Award Recipient. *Ekonomika misao i praksa*, Vol. 25, No. 1, str. 239-260.
427. Qadir, A.M. (1941). The social and political ideas of Ibn Khaldun. *The Indian Journal of Political Science*, Vol. 3, No. 2, str. 117-126.
428. Quazi, A.M. (2003). Identifying the determinants of corporate managers' perceived social obligations. *Management Decision*, Vol. 41, No. 9, str. 822-831.
429. Rabun, T.M., Williams, C.W. (1974). Social Accounting: The Accountant's Role. *Federal Accountant*, str. 3-8.
430. Rahman, A.A., Bukair, A.A. (2013). The influence of the Shariah supervision board on corporate social responsibility disclosure by Islamic banks of Gulf Co-operation Council countries. *Asian Journal of Business and Accounting*, Vol. 6, No.2, str. 65-104.
431. Ramadan, I.Z., Kilani, Q.A., Kaddumi, T.A. (2011). Determinants of bank profitability: Evidence from Jordan. *International Journal of Academic Research*, Vol.3, No.4, str. 180-190.
432. Ramanathan, K.V. (1976). Toward a theory of corporate social accounting. *The Accounting Review*, Vol. 51 No. 3, str. 516-528.
433. Ramasamy, B., Yeung, M., Au, A. (2010). Consumer Support for Corporate Social Responsibility (CSR): The Role of Religion and Values. *Journal of Business Ethics*, Vol. 91, str. 61-72.
434. Ramić, Š. (2009). Islamski fondovi i mikrofinansiranje u službi realizacije socijalne dimenzije islamskog bankarstva. *Zbornik radova Islamskog pedagoškog fakulteta u Zenici*, Vol. 7, str. 139-158.
435. Rammal, H. G. (2006). The importance of shariah supervision in Islamic financial institution. *Corporate Ownership and Control*, Vol. 3, No. 3, str. 204-208.
436. Rashid, M., Abdeljawad, I., Ngali, S.M., Hassan, M.K. (2013). Customer-centric corporate social responsibility: A framework for Islamic banks on ethical efficiency. *Management Research Review*, Vol. 36, No. 4 str. 359 – 378.
437. Razak, R.A. (2015). Corporate Social Responsibility Disclosure and its Determinants in Saudi Arabia. *Middle-East Journal of Scientific Research*, Vol. 23, No. 10, str. 2388-2398.
438. Regehr, K., Sengupta, R. (2016). Has the Relationship between Bank Size and Profitability Changed? *Economic Review*, Federal Reserve Bank of Kansas City, No. Q II, str. 49-72.
439. Reger, R. K., Duhaime, I. M., Stimpert, J. L. (1992). Deregulation, Strategic Choice, Risk and Financial Performance. *Strategic Management Journal*, Vol. 13, No.3, str.189-204.
440. Rehan, M., Khan, M.I., Khan, M.K. (2018). Effect of Corporate Social Responsibility on Profitability of Banks. *European academic research*, Vol. 6, No. 7, str. 3763-3782.
441. Renouard, C. (2010). Corporate Social Responsibility, Utilitarianism, and the Capabilities Approach. *Journal of Business Ethics*, Vol. 98, No. 1, str. 85–97.
442. Ridho, T.K. (2018). The Development of CSR Implementation in Indonesia and Its Impact on Company's Financial and Non-financial Performance. *International Conference on Islamic Finance, Economics and Business, KnE Social Sciences*, str. 324–334.

443. Rifkin, S. D., Muller, F. and Bichman, W. (1988) Primary healthcare: on measuring participation. *Social Science Medicine*, Vol. 29, str. 931–940.
444. Roberts, R. W. (1992). Determinants of corporate social responsibility disclosure: An application of stakeholder theory. *Accounting, Organizations & Society*, Vol. 17, No. 6, str. 595-612.
445. Rogošić, A. (2014). Corporate social responsibility reporting of the banks in Bosnia and Herzegovina, Croatia and Montenegro. *Theoretical and Applied Economics*, Vol. 21, No. 9, str. 71-82.
446. Roman, R.M., Hayibor, S., Agle, B.R. (1999). The Relationship Between Social and Financial Performance: Repainting a Portrait. *Business and Society*, Vol. 38, No. 1, str.109-125.
447. Rosenwald, J. (1929). The Burden of Wealth. *Saturday Evening Post*.
448. Rosly, S. A. (1989). Welfare implications of interest-free bank asset management. *Journal of Islamic Economics*, Vol. 2, No. 2, str. 109-118.
449. Russo, A., Perrini, F. (2010). Investigating Stakeholder Theory and Social Capital: CSR in Large Firms and SMEs. *Journal of Business Ethics*, Vol. 91, No. 2, str. 207-221.
450. Sadou, A., Alom, F., Laluddin, H. (2017). Corporate social responsibility disclosures in Malaysia: evidence from large companies. *Social Responsibility Journal*, Vol. 13 No. 1, str. 177-202.
451. Sairally, S. (2005). Evaluating the ‘Social Responsibility’ of Islamic Finance: Learning from the Experiences of Socially Responsible Investment Funds. Conference proceedings. 6th *International Conference on Islamic Economics and Finance, Islamic Economics and Banking in the 21st Century*. Jakarta, Indonesia. Vol. 1, str. 419-458.
452. Sairally, S. (2007). Community Development Financial Institutions: Lessons in Social Banking for the Islamic Financial Industry. *Kyoto Bulletin of Islamic Area Studies*, Vol. 1, No. 2, str. 19-37.
453. Salman, A.S. (2010). Sources of Public Finance in an Islamic Economy. *MPRA Paper No. 22998*, str. 1-18.
454. Sapkauskiene, A., Leitoniene, S. (2014). Corporate social responsibility research methods analysis. *European Scientific Journal*, Vol. 1, str. 237-244.
455. Sari, D., Tjen, C. (2016). Corporate Social Responsibility Disclosure, Environmental Performance, and Tax Aggressiveness. *International Research Journal of Business Studies*, Vol.9, No. 2, str. 93 – 104.
456. Sarker, M. A. A. (1999). Islamic Business Contracts, Agency Problem and the Theory of Islamic Firm. *International Journal of Islamic Financial Services*, Vol. 1, No. 2, str. 1-15.
457. Satkunasegaran, E. B. (2003). Corporate Governance and the Protection of Customers of Islamic Banks. *International Islamic Banking Conference in Prato, Italy*.
458. Schwartz, M. S. (2006). God as a Managerial Stakeholder. *Journal of Business Ethics*, str. 291-306.
459. Sen, S., Bhattacharya, C.B. (2001). Does doing good always lead to doing better? Consumer reactions to corporate social responsibility. *Journal of Marketing Research*, Vol. 38, str. 225-243.
460. Senyigi, M.B., Shuaibu, A. (2017). The Effect of Corporate Social Responsibility on Financial Performance: Evidence from the Banking Industry in Emerging Economie. *Journal of Business Studies Quarterly*, Vol. 9, No. 1, str. 22-31.
461. Serafeim, G. (2014). The Role of the Corporation in Society: An Alternative View and Opportunities for Future Research. *Harvard Business School Working Paper*, str. 1-28.
462. Sethi, S.P. (1975). Dimensions of corporate social performance: An analytic framework. *California Management Review*, str. 58–64.

463. Sharawy, H. M (2000). Understanding the Islamic prohibition of interest: A guide to aid economic cooperation between the Islamic and Western worlds. *Georgia Journal of International & Comparative Law*, Vol. 29. No.1, str. 153 – 179.
464. Sharma, P., Chen, I.S.N., Luk, S.T.K. (2012). Gender and age as moderators in the service evaluation process. *Journal of Services Marketing*. Vol. 26, No. 2, str. 102- 114.
465. Shen, C-H., Wu, M-W., Chen, T-H., Fang, H. (2016). To engage or not to engage in corporate social responsibility: Empirical evidence from global banking sector. *Economic Modelling*, Vol. 55, str. 207-225.
466. Shetty, Y.K. (1979). New look at corporate goals. *California Management Review*, Vol. 22, No. 2, str. 71-79.
467. Shinsuke, N. (2012). Critical Overview of the History of Islamic Economics: Formation, Transformation, and New Horizons. *Asian and African Area Studies*, Vol. 11, No. 2, str. 114-136.
468. Short, B. (1979). The relation between commercial bank profit rates and banking concentration in Canada, Western Europe, and Japan. *Journal of Banking and Finance*, Vol. 3, str. 209-219.
469. Siddiqi, M. N. (2009). Current financial crisis and Islamic economics. U Islamic Economic Research Center. Issues in the International Financial Crisis from an Islamic Perspective. Jeddah, KSA: Scientific Publishing Center King Abdulaziz University, str. 1-10.
470. Siddiqui, S.H. (2001). Islamic banking: true modes of financing. *New Horizon*, Vol. 109, May-June
471. Sierra-Garcia, L., Garcia-Benau, M.A., Bolas-Araya, M. (2018). Empirical Analysis of Non-Financial Reporting by Spanish Companies. *Administrative sciences*, Vol. 8, No. 29, str. 1-17.
472. Sigurthorsson, D. (2012). The Icelandic Banking Crisis: A Reason to Rethink CSR? *Journal of Business Ethics*, Vol. 111, No. 2, str. 147-156.
473. Simpson, G., Kohers, T. (2002). The link between corporate social and financial performance: Evidence from the banking industry. *Journal of Business Ethics*, Vol. 35, str. 97-109.
474. Singh, D., Ahuja, J. (1983). Corporate Social Reporting in India. *International Journal of Accounting*, Vol. 18, No. 2, str. 151-169.
475. Sirageldin, I. (1995). Islam, Society, and Economic Policy. *The Pakistan Development Review*. Papers and Proceedings, Vol. 34, No. 4 , str. 457-478.
476. Smirlock, M. (1985). Evidence on the (non) relationship between concentration and profitability in banking. *Journal of Money, Credit and Banking*, Vol. 17, No.1, str. 69-83.
477. Smith, N. C. (2003). Corporate social responsibility: Whether or how? *California Management Review*, Vol. 45, No. 4, str. 52-76.
478. Soana, M-G. (2011). The relationship between corporate social performance and corporate financial performance in the banking sector. *Journal of Business Ethics*, Vol. 104, No. 1, str.133–148.
479. Sparkes, R., Cowton, C.J. (2004). The Maturing Of Socially Responsible Investment: A Review Of The Developing Link With Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, Vol. 52, No. 1, str. 45-57.
480. Spencer, B., Taylor, G. (1987). A Within and Between Analysis of the Relationship Between Corporate Social Responsibility and Financial Performance. *Akron Business and Economic Review*, Vol. 18, No. 1, str. 7–18.
481. Spicer, B. H. (1978). Investors, corporate social performance and information disclosure: An empirical study. *Accounting Review*, Vol. 53, str. 94-110.

482. Stemler, S. (2001). An Overview of Content Analysis. *Practical Assessment, Research & Evaluation*, Vol. 7, No. 17, str. 1-6.
483. Stevens, B., Buechler, S. (2013). An Analysis of the Lehman Brothers Code of Ethics and the Role It Played in the Firm. *Journal of Leadership, Accountability and Ethics*, Vol. 10, No. 1, str. 43-57.
484. Stolowy, H., Paugam, L. (2018). The expansion of non-financial reporting: An exploratory study. *HEC Paris Research Paper No. ACC-2018-1262*, str. 1-35.
485. Sturdivant, F. D., Ginter, J. L. (1977). Corporate social responsiveness: Management attitudes and economic performance. *California Management Review*, Vol. 19, No. 3, str. 30-33.
486. Su, K. (2019). Does religion benefit corporate social responsibility (CSR)? Evidence from China. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol. 26, No. 6, str. 1-16.
487. Suchman, M. C. 1995. Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*, Vol. 20, No. 3, str. 571-610.
488. Sulaiman, M., Willett, R.J. (2003). Using the Hofstede-Gray Framework to Argue Normatively for an Extension of Islamic Corporate Reports. *Malaysian Accounting Review*, Vol. 2, No. 1, str. 81-105.
489. Sundararajan, V., Errico, L. (2002). Islamic financial institutions and products in the global financial system: Key issues in risk management and challenges ahead. *IMF Working Paper No. WP/02/192*.
490. Surroca, J., Tribo, J. A., Waddock, S. (2010). Corporate responsibility and financial performance: The role of intangible resources. *Strategic Management Journal*, Vol. 31, str. 463-490.
491. Swanson, D. L. (1995). Addressing a Theoretical Problem by Reorienting the Corporate Social Performance Model. *Academy of Management Review*, Vol. 20, No. 1, str. 43–64.
492. Sweeney, J.C., Soutar, G. (2001). Consumer perceived value: The development of multiple item scale. *Journal of Retailing*, Vol. 77 No. 2, str. 203-20.
493. Šehić, Dž., Šabanović, J. (2009). Corporate social responsibility of B&H companies in globalization. *5th International Scientific Conference Business and Management*
494. Tag el-Din, S. I. (2003). Incentivising an Ethical Economy. *The Muslim World Book Review*, Vol. 23, No. 3, str. 5-17.
495. Tantawi, P., Youssef, A. (2012). The importance of corporate social performance in place branding of retail banks in Egypt. *African Journal of Economic and Management Studies*, Vol. 3, str. 77-94.
496. Taskin D. (2015). The Relationship between CSR and Banks' Financial Performance: Evidence from Turkey. *Journal of Yasar University*, Special Issue, str. 21-30.
497. Tilt, C. A. (1994). The influence of external pressure groups on corporate social disclosure some empirical evidence. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 7, No. 4, str. 47-72
498. Tilt, C.A., Rahin, N.Md. (2015). Building A Holistic Conceptual Framework of Corporate Social Reporting from an Islamic Perspective. *Asian Journal of Accounting Perspectives*, Vol. 8, str. 46-67.
499. Tlemsani, I., Al Suwaidi, H. (2016). Comparative analysis of islamic and conventional banks in the uae during the financial crisis. *Asian Economic and Financial Review*, Vol. 6, No. 6, str. 298-309.
500. Tomes, N. (1985). Religion and the Earnings Function. *The American Economic Review*, Vol. 75, No. 2, str. 245-250.
501. Tuhin, M.H. (2014). Content analysis of the banks' mission statements: A study of Bangladesh listed banks. *Journal of Management & Science*, Vol. 4, No. 1, str. 30-36.

502. Ugur, K., Erdogan, Y.H. (2007). Remembering Thirty-five Years of Social Accounting: A Review of the Literature and the Practice. *MPRA Paper No. 3454*.
503. Ullah, S., Jamali, D. (2010). Institutional Investors and Corporate Social Responsibility: The Role of Islamic Financial Institutions. *International Review of Business Research Papers*. Vol.6, No.1, str. 619-630.
504. Ullmann, A.E. (1976). The corporate environmental accounting system: a management tool for fighting environmental degradation. *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 1 No. 1, str. 71-79.
505. Ullmann, A.E. (1985). Data in Search of a Theory: A Critical Examination of the Relationship's among Social Performance, Social Disclosure and Economic Performance of US Firms. *Academy of Management Review*, Vol. 10, str. 540-557.
506. Unerman, J. (2000). Methodological issues Q Reflections on quantification in corporate social reporting content analysis. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 13, No.5, str. 667-681.
507. Unerman, J. (2003). Enhancing Organizational Global Hegemony with Narrative Accounting Disclosures: An Early Example. *Accounting Forum*, Vol. 27, No 4, str. 425-448.
508. Van Marrewijk, M. (2003). Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: between agency and communion. *Journal of Business Ethics*, Vol. 44, str. 95–105.
509. Vance, S. G. (1975). Are socially responsible corporations good investment risks? *Management Review*, Vol. 64, No. 8, str. 18-24.
510. Varadarajan, P.R., Menon, A. (1988). Cause-Related Marketing: A Coalignment of Marketing Strategy and Corporate Philanthropy. *Journal of Marketing*, Vol.52, No. 3, str. 58–74.
511. Vitell, S.J., Paolillo, G.P. (2003). Consumer ethics: The role of religiosity. *Journal of Business Ethics*, Vol. 46, str. 151–162.
512. Vogel, D. (1986). The Study of Social Issues in Management: A Critical Appraisal, *California Management Review*, Vol. 28, No. 2, str. 142–152.
513. Vogel, D. (2005). Is There a Market for Virtue? The Business Case for Corporate Social Responsibility. *California Management Review*, Vol. 47, No. 4, str. 19-45.
514. Vourvachis, P. (2007). On the use of content analysis (CA) in corporate social reporting (CSR): Revisiting the debate on the units of analysis and the ways to define them. Paper presented at the Proceedings of the British Accounting Association Annual Conference 2007, Egham, England. <http://eprints.kingston.ac.uk/4129/>
515. Vourvachis, P., Wodward, T. (2015). Content analysis in social and environmental reporting research: Trends and challenges. *Journal of Applied Accounting Research Forthcoming*, Vol. 2, str. 1-25.
516. Vujović, M. (2015). Razvoj bankarstva u Hercegovini za vreme Austro-Ugarske okupacije. *Bankarstvo*, Vol. 3, str. 36-57.
517. Waddock, S. (2004). Creating Corporate Accountability: Foundational Principles to Make Corporate Citizenship Real. *Journal of Business Ethics*, Vol. 50, No. 4, str. 313-327.
518. Waddock, S.A., Graves, S.B. (1997). The corporate social performance-financial performance link. *Strategic Management Journal*, Vol. 18, str. 303-319.
519. Waldman, D.A., Sully de Luque, M., Washburn, N., R.J. House. (2006). Cultural and leadership predictors of corporate social responsibility values of top management: A GLOBE study of 15 countries. *Journal of International Business Studies*, Vol. 37, str. 823-837.

520. Wang, Q., Dou, J., Jia, S. (2016). A Meta-Analytic Review of Corporate Social Responsibility and Corporate Financial Performance: The Moderating Effect of Contextual Factors. *Business & Society*, Vol. 55, No. 8, str. 1083–1121.
521. Warren, R.C. (2003). The evolution of business legitimacy. *European Business Review*, Vol.15, No. 3, str. 153-163.
522. Wartick, S.L., Cochran, P.L. (1985). The evolution of the corporate social performance model. *Academy of Management Review*, Vol. 10, str. 765–766.
523. Weigelt, K., Camerer, C. (1988). Reputation and Corporate Strategy: A Review of Recent Theory and Applications. *Strategic Management Journal*, Vol. 9, str. 443-454.
524. Wheeler, D., Colbert, B., Freeman, R.E. (2003). Focusing on Value: Reconciling Corporate Social Responsibility, Sustainability and a Stakeholder Approach in a Network World. *Journal of General Management*, Vol. 28, No. 3, str. 1–29.
525. Whittington, G. (1980). The Profitability and Size of United Kingdom Companies, 1960-74. *Journal of Industrial Economics*, Vol. 28, No. 4, str. 335-352
526. Wilcox, J. W. (1984). The P/B-ROE Valuation Model. *Financial Analysis Journal*, str. 58-66.
527. Will, M. (2007). Taking about the future within an SME? Corporate foresight and the potential contributions to sustainable development. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, Vol. 19, No. 2, str. 234-242.
528. Williams, S. M. (1999). Voluntary environmental and social accounting disclosure practices in the Asia Pacific Region: An international empirical test of political economy theory. *The International Journal of Accounting*, Vol. 34, No. 2, str. 209-238.
529. Wilson, R. (2002). Parallels between Islamic and Ethical Banking. *Review of Islamic Economics*. Vol. 11, str. 51-62.
530. Windsor, D. (2006). Corporate Social Responsibility: Three Key Approaches. *Journal of Management Studies*, Vol. 43, No. 1, str. 93-114.
531. Wood, D.J. (1991). Corporate social performance revisited. *Academy Management Review*, Vol. 16, str. 691–718.
532. Wood, D.J. (2010). Measuring Corporate Social Performance: A Review. *International Journal of Management Reviews*, str. 50-84.
533. Wood, D.J., Logsdon, J.M. (2002). Business Citizenship: From Individuals to Organizations. *Business Ethics Quarterly*, Ruffin Series, No. 3, str. 59–94.
534. Woodward-Clyde (1999). Key Opportunities and Risks to New Zealand’s Export Trade from Green Market Signals. *Sustainable Management Fund Project 6117. New Zealand Trade and Development Board: Auckland*
535. Wu, M-W., Shen, C-H. (2013). Corporate social responsibility in the banking industry: Motives and financial performance. *Journal of Banking & Finance*, Vol. 37, str. 3529-3547.
536. Yadiat, W., Gustani, M., Amrania, G. (2017). The effect of Islamic Corporate Governance (ICG) and Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) disclosures on market discipline with financial performance used as intervening variables (Empirical Study on Shariah based Banks Operating in QISMUT Countries). *International Journal of Applied Business and Economic Research*, Vol. 15, No. 24, str. 119-141.
537. Yeung, S. (2011). The Role of Banks in Corporate Social Responsibility. *Journal of Applied Economics and Business Research*, Vol.1, No. 2, str. 103-115.
538. Yildirim, I. (2015). Financial differences and similarities of islamic banks: A study on QISMUT countries. *Journal of Business, Economics & Finance*, Vol. 4, No. 2, str. 232-249.
539. Yildirim, I. (2017). Financial efficiency analysis of islamic banks in the QISMUT countries. *Journal of Islamic Economics and Finance*, Vol. 3, No. 2, str. 187-216.

540. Yusuf, M.Y., Bahari, Z. B. (2015). Islamic corporate social responsibility in Islamic banking: towards poverty alleviation. In: El-Karanshawy HA, Omar A, Khan T et al (eds) *Ethics, Governance and Regulation in Islamic Finance. Bloomsbury Qatar Foundation, Doha*, str. 73–90.
541. Zafar, M.B., Sulaiman, A.A. (2018). Corporate social responsibility and Islamic banks: a systematic literature review. *Management Review Quarterly*, Vol 69, str. 159-206.
542. Zaher, T.S., Hassan, M.K. (2001). A Comparative Literature Survey of Islamic Finance and Banking. *Financial Markets, Institutions & Instruments*, Vol. 10, No. 4, str. 155-199.
543. Zainol, Z., Kasim, S. (2010). An Analysis of Islamic Banks' Exposure to Rate of Return Risk. *Journal of Economic Cooperation and Development*, Vol. 31, No.1, str. 59-84.
544. Zaki A, Sholihin M, Barokah Z. (2014). The association of Islamic bank ethical identity and financial performance: Evidence from Asia. *Asian Journal of Business Ethics*, Vol.3, str. 97-110.
545. Zandi, G., Ariffin, N.M., Shahabi, A. (2012). Some Issues on Murabahah Practices in Iran and Malaysian Islamic Banks. *African journal of business management*, Vol. 6, No. 24, str. 7066-7073.
546. Zeghal D., Ahmed, S.A. (1990). Comparison of Social Responsibility Information disclosure media used by Canadian firms. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 3 No. 1, str. 38-53.
547. Zoair, M. (1996). The role of Shari'a supervision in the development of banking transactions. *Islamic Economic Magazine*, No. 186, str. 43-50.
548. Zubairu, U.M., Sakariyau, O.B., Dauda, C.K. (2011). Social reporting practices of Islamic banks in Saudi Arabia. *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 2 No. 23, str. 193-205.
549. Živko, I., Kandžija, T. (2013). Impact of financial crisis on banking sector stability in Republic Croatia. *Poslovna izvrsnost Zagreb*, Vol. 7, No. 1, str. 129-144.

Izvještaji i druge publikacije

1. AAOIFI. (2018). *Shari'ah Standards*. Bahrein.
2. Abu Dhabi Islamic Bank. (2013). *Annual Report*. UAE
3. Abu Dhabi Islamic Bank. (2014). *Annual Report*. UAE
4. Abu Dhabi Islamic Bank. (2015). *Annual Report*. UAE
5. Abu Dhabi Islamic Bank. (2016). *Annual Report*. UAE
6. Agencija za bankarstvo FBiH. (2018). Informacija o subjektima bankarskog sistema Federacije BiH sa stanjem na dan 31.12.2018. BiH.
7. Agencija za bankarstvo RS. (2018). Izvještaj o stanju u bankarskom sektoru Republike Srpske. BiH.
8. Al Rajhi. (2006). *Annual Report*. Saudi Arabia
9. Al Rajhi. (2008). *Annual Report*. Saudi Arabia
10. Al Rajhi. (2009). *Annual Report*. Saudi Arabia
11. Al Rajhi. (2010). *Annual Report*. Saudi Arabia
12. Al Rajhi. (2011). *Annual Report*. Saudi Arabia
13. Al Rajhi. (2012). *Annual Report*. Saudi Arabia
14. Al Rajhi. (2013). *Annual Report*. Saudi Arabia
15. Al Rajhi. (2015). *Annual Report*. Saudi Arabia
16. Al Rajhi. (2016). *Annual Report*. Saudi Arabia
17. Albaraka Turk. (2006). *Annual Report*. Turkey
18. Albaraka Turk. (2007). *Annual Report*. Turkey
19. Albaraka Turk. (2008). *Annual Report*. Turkey

20. Albaraka Turk. (2009). *Annau Report*. Turkey
21. Albaraka Turk. (2010). *Annau Report*. Turkey
22. Albaraka Turk. (2011). *Annau Report*. Turkey
23. Albaraka Turk. (2012). *Annau Report*. Turkey
24. Albaraka Turk. (2013). *Annau Report*. Turkey
25. Albaraka Turk. (2014). *Annau Report*. Turkey
26. Albaraka Turk. (2015). *Annau Report*. Turkey
27. Albaraka Turk. (2016). *Annau Report*. Turkey
28. Bait Al-Mashura Finance Consultations. (2017). *Islamic finance in Qatar*. Qatar
29. Bait Al-Mashura Finance Consultations. (2018). *Islamic finance in Qatar*. Qatar
30. Bank Albilad. (2012). *Annau Report*. Saudi Arabia
31. Bank Albilad. (2013). *Annau Report*. Saudi Arabia
32. Bank Albilad. (2014). *Annau Report*. Saudi Arabia
33. Bank Albilad. (2015). *Annau Report*. Saudi Arabia
34. Bank Albilad. (2016). *Annau Report*. Saudi Arabia
35. Bank AlJazira. (2008). *Annau Report*. Saudi Arabia
36. Bank AlJazira. (2009). *Annau Report*. Saudi Arabia
37. Bank AlJazira. (2010). *Annau Report*. Saudi Arabia
38. Bank AlJazira. (2011). *Annau Report*. Saudi Arabia
39. Bank AlJazira. (2012). *Annau Report*. Saudi Arabia
40. Bank AlJazira. (2013). *Annau Report*. Saudi Arabia
41. Bank AlJazira. (2014). *Annau Report*. Saudi Arabia
42. Bank AlJazira. (2015). *Annau Report*. Saudi Arabia
43. Bank AlJazira. (2016). *Annau Report*. Saudi Arabia
44. Bank Islam Malaysia Berhad. (2006). *Annau Report*. Malaysia.
45. Bank Islam Malaysia Berhad. (2007). *Annau Report*. Malaysia
46. Bank Islam Malaysia Berhad. (2008). *Annau Report*. Malaysia
47. Bank Islam Malaysia Berhad. (2009). *Annau Report*. Malaysia
48. Bank Islam Malaysia Berhad. (2010). *Annau Report*. Malaysia
49. Bank Islam Malaysia Berhad. (2011). *Annau Report*. Malaysia
50. Bank Islam Malaysia Berhad. (2012). *Annau Report*. Malaysia
51. Bank Islam Malaysia Berhad. (2013). *Annau Report*. Malaysia
52. Bank Islam Malaysia Berhad. (2014). *Annau Report*. Malaysia
53. Bank Islam Malaysia Berhad. (2015). *Annau Report*. Malaysia
54. Bank Islam Malaysia Berhad. (2016). *Annau Report*. Malaysia
55. Bank Muamalat Indonesia. (2008). *Annau Report*. Indonesia
56. Bank Muamalat Indonesia. (2010). *Annau Report*. Indonesia
57. Bank Muamalat Indonesia. (2011). *Annau Report*. Indonesia
58. Bank Muamalat Indonesia. (2012). *Annau Report*. Indonesia
59. Bank Muamalat Indonesia. (2013). *Annau Report*. Indonesia
60. Bank Muamalat Indonesia. (2015). *Annau Report*. Indonesia
61. Bank Muamalat Indonesia. (2016). *Annau Report*. Indonesia
62. Bank Muamalat Malaysia Berhad. (2006). *Annau Report*. Malaysia
63. Bank Muamalat Malaysia Berhad. (2007). *Annau Report*. Malaysia
64. Bank Muamalat Malaysia Berhad. (2008). *Annau Report*. Malaysia
65. Bank Muamalat Malaysia Berhad. (2010). *Annau Report*. Malaysia
66. Bank Muamalat Malaysia Berhad. (2011). *Annau Report*. Malaysia
67. Bank Muamalat Malaysia Berhad. (2012). *Annau Report*. Malaysia
68. Bank Muamalat Malaysia Berhad. (2013). *Annau Report*. Malaysia
69. Bank Muamalat Malaysia Berhad. (2014). *Annau Report*. Malaysia

70. Bank Muamalat Malaysia Berhad. (2015). *Annual Report*. Malaysia
71. Bank Muamalat Malaysia Berhad. (2016). *Annual Report*. Malaysia
72. Bank Syariah Mandiri. (2011). *Annual Report*. Indonesia
73. Bank Syariah Mandiri. (2014). *Annual Report*. Indonesia
74. Bank Syariah Mandiri. (2015). *Annual Report*. Indonesia
75. Bank Syariah Mandiri. (2016). *Annual Report*. Indonesia
76. BNM. (2004). *The Islamic Financial System*. Malaysia
77. BNM. (2018). *Islamic finance in Asia: Reaching new heights*. Malaysia.
78. Bosna Bank International. (2007). *Annual Report*. BiH.
79. Bosna Bank International. (2008). *Annual Report*. BiH
80. Bosna Bank International. (2009). *Annual Report*. BiH
81. Bosna Bank International. (2010). *Annual Report*. BiH
82. Bosna Bank International. (2011). *Annual Report*. BiH
83. Bosna Bank International. (2012). *Annual Report*. BiH
84. Bosna Bank International. (2013). *Annual Report*. BiH
85. Bosna Bank International. (2014). *Annual Report*. BiH
86. Bosna Bank International. (2015). *Annual Report*. BiH
87. Bosna Bank International. (2016). *Annual Report*. BiH
88. Brundtland Commission. (1987). *Our Common Future*. UN
89. Business for Social Responsibility (2000). *Introduction to Corporate Social Responsibility*.
90. Business for Social Responsibility. (2003). *Overview of Corporate Social Responsibility*.
91. CIBAFI. (2017). *Technology, Innovation and artificial intelligence for the growth of Islamic Finance Industry*. Ankara, Turkey.
92. CIMB Islamic. (2010). *Annual Report*. Malaysia
93. CIMB Islamic. (2011). *Annual Report*. Malaysia
94. CIMB Islamic. (2012). *Annual Report*. Malaysia
95. CIMB Islamic. (2013). *Annual Report*. Malaysia
96. CIMB Islamic. (2014). *Annual Report*. Malaysia
97. CIMB Islamic. (2015). *Annual Report*. Malaysia
98. CIMB Islamic. (2016). *Annual Report*. Malaysia
99. Commission of the European Communities. (2001). *Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibilities*.
100. Committee for Economic Development (1971). *Social Responsibilities of Business Corporations*.
101. Cowe, R., Porritt, J. (2002). Government's Business – Enabling Corporate Sustainability, Forum for the Future
102. Deloitte. (2011). A Middle East Point of View.
103. Deutsche Bank. (2017). *Large or small? How to measure bank size*. Germany
104. Dubai Islamic Bank. (2009). *Annual Report*. UAE
105. Dubai Islamic Bank. (2011). *Annual Report*. UAE
106. Dubai Islamic Bank. (2012). *Annual Report*. UAE
107. Ernst & Ernst. (1978). *Social Responsibility Disclosure*. USA
108. Ernst & Young. (2014). *World Islamic Banking Competitiveness Report 2014*. UK.
109. Ernst & Young. (2016). *World Islamic Banking Competitiveness Report 2016*. UK.
110. European Commission. (2013). *How companies influence our society: Citizens' view*. Brisel
111. Fox, T., Ward, H., Howard, B. (2002). Public sector roles in strengthening corporate social responsibility: A baseline study. World Bank
112. Global Islamic Finance Report (GIFR). (2015). Islamic Development Bank

113. Global Islamic Finance Report (GIFR). (2018). Islamic Development Bank
114. IFC. (2010). *Strategic Community Investment: A Quick Guide - Highlights from IFC's Good Practice Handbook*. Washington, D.C
115. IFSB. (2013). *Islamic Financial Services Industry Stability Report*. Malaysia
116. IFSB. (2015). *Islamic Financial Services Industry Stability Report*. Malaysia
117. IFSB. (2018). *Islamic Financial Services Industry Stability Report*. Malaysia
118. IFSL. (2010). *Islamic Finance*. UK.
119. IMF (2017). *Ensuring financial stability in countries with Islamic banking*. USA
120. Indonesian Ministry of National Development Planning. (2018). *Indonesia Masterplan of Sharia Economy 2019-2024*. Indonesia
121. International Organization for Standardization. (2014). *Discovering 26000*. Geneva: Switzerland.
122. Islamic Bankers Association. (2015). *Global Islamic Finance Report*. UK
123. Islamic Bankers Association. (2018). *Global Islamic Finance Report*. UK
124. Jeddah Chamber. (2015). *Saudi Arabia – Islamic Finance Report*. Saudi Arabia
125. KPMG. (2017). *KPMG International Survey of Corporate Responsibility*. The Netherlands.
126. KPMG. (2018). *Asean Business Guide*.
127. Kuveyt Turk. (2006). *Annual Report*. Turkey
128. Kuveyt Turk. (2007). *Annual Report*. Turkey
129. Kuveyt Turk. (2008). *Annual Report*. Turkey
130. Kuveyt Turk. (2009). *Annual Report*. Turkey
131. Kuveyt Turk. (2010). *Annual Report*. Turkey
132. Kuveyt Turk. (2011). *Annual Report*. Turkey
133. Kuveyt Turk. (2012). *Annual Report*. Turkey
134. Kuveyt Turk. (2013). *Annual Report*. Turkey
135. Kuveyt Turk. (2014). *Annual Report*. Turkey
136. Kuveyt Turk. (2015). *Annual Report*. Turkey
137. Kuveyt Turk. (2016). *Annual Report*. Turkey
138. MERatings. (2019). *Qatar Banking Sector Analysis*. Qatar
139. Middle East Credit Rating Agency. (2019). *Qatar Banking Sector Analysis*.
140. National Commercial Bank. (2014). *Annual Report*. Saudi Arabia
141. National Commercial Bank. (2015). *Annual Report*. Saudi Arabia
142. National Commercial Bank. (2016). *Annual Report*. Saudi Arabia
143. Network for Business Sustainability. (2012). *Engage your community stakeholders: An Introductory Guide for Businesses*. Canada.
144. OECD (2015). *G20/OECD Principles of Corporate Governance*, OECD Publishing, Paris.
145. OJK. (2017). *Snapshot of Indonesia Islamic banking development*. Indonesia
146. Paz – Fuchs, A. (2011). *The Social Contract Revisited: The Modern Welfare State*. The Foundation for Law, Justice and Society
147. Qatar Central Bank. (2018). *The Forty Second Annual Report*. Qatar
148. Qatar CSR. (2017). *CSR Report – Qatar*. Qatar.
149. Qatar International Islamic Bank. (2010). *Annual Report*. Qatar
150. Qatar International Islamic Bank. (2011). *Annual Report*. Qatar
151. Qatar International Islamic Bank. (2012). *Annual Report*. Qatar
152. Qatar International Islamic Bank. (2013). *Annual Report*. Qatar
153. Qatar International Islamic Bank. (2014). *Annual Report*. Qatar
154. Qatar International Islamic Bank. (2015). *Annual Report*. Qatar
155. Qatar International Islamic Bank. (2016). *Annual Report*. Qatar

156. Qatar Islamic Bank. (2006). *Annual Report*. Qatar
157. Qatar Islamic Bank. (2007). *Annual Report*. Qatar
158. Qatar Islamic Bank. (2008). *Annual Report*. Qatar
159. Qatar Islamic Bank. (2009). *Annual Report*. Qatar
160. Qatar Islamic Bank. (2010). *Annual Report*. Qatar
161. Qatar Islamic Bank. (2011). *Annual Report*. Qatar
162. Qatar Islamic Bank. (2012). *Annual Report*. Qatar
163. Qatar Islamic Bank. (2013). *Annual Report*. Qatar
164. Qatar Islamic Bank. (2014). *Annual Report*. Qatar
165. Qatar Islamic Bank. (2015). *Annual Report*. Qatar
166. Qatar Islamic Bank. (2016). *Annual Report*. Qatar
167. Raiffeisen Bank BiH. (2018). *Godišnji izvještaj*. BiH.
168. RHB Islamic. (2006). *Annual Report*. Malaysia
169. RHB Islamic. (2007). *Annual Report*. Malaysia
170. RHB Islamic. (2008). *Annual Report*. Malaysia
171. RHB Islamic. (2009). *Annual Report*. Malaysia
172. RHB Islamic. (2010). *Annual Report*. Malaysia
173. RHB Islamic. (2011). *Annual Report*. Malaysia
174. RHB Islamic. (2012). *Annual Report*. Malaysia
175. RHB Islamic. (2013). *Annual Report*. Malaysia
176. RHB Islamic. (2014). *Annual Report*. Malaysia
177. RHB Islamic. (2015). *Annual Report*. Malaysia
178. RHB Islamic. (2016). *Annual Report*. Malaysia
179. S&P Global Ratings. (2018). *Islamic Finance Outlook*. UAE
180. S&P Global Ratings. (2019). *Islamic Finance Outlook*. UAE
181. SAMA. (2019). *Financial Stability Report*. Saudi Arabia
182. TheCityUK (2015). *The UK: Leading Western centre for Islamic finance*. UK
183. Thomson Reuters (2017). *Islamic Finance Development Report*.
184. Thomson Reuters (2018). *Islamic Finance Development Report*.
185. Thomson Reuters (2019). *Islamic Finance Development Report*.
186. TKBB. (2017). *Participation Banks*. Turkey
187. Turkiye Finans. (2008). *Annual Report*. Turkey
188. Turkiye Finans. (2009). *Annual Report*. Turkey
189. Turkiye Finans. (2010). *Annual Report*. Turkey
190. Turkiye Finans. (2011). *Annual Report*. Turkey
191. Turkiye Finans. (2012). *Annual Report*. Turkey
192. Turkiye Finans. (2013). *Annual Report*. Turkey
193. Turkiye Finans. (2014). *Annual Report*. Turkey
194. Turkiye Finans. (2015). *Annual Report*. Turkey
195. Turkiye Finans. (2016). *Annual Report*. Turkey
196. UK Islamic Finance Secretariat (UKIFS). (2013). *UK the leading center of Western Islamic finance*. London
197. World Bank Group. (2016). *Global Islamic Finance Report*. IDB
198. World Business Council for Sustainable Development (2000). *Corporate Social Responsibility: Making Good Business Sense*. World Business Council for Sustainable Development: Geneva.

Web stranice

1. <http://www.corporateregister.com/>
2. <http://www.qfcra.com/en-us/whatwedo/Pages/Objectives.aspx>
3. <http://www.worldbank.org/en/news/press-release/2015/07/09/cibafi-and-the-world-bank-sign-memorandum-of-understanding-to-foster-cooperation-on-islamic-finance>
4. <https://aeon.co/ideas/arabic-translators-did-far-more-than-just-preserve-greek-philosophy>
5. <https://en.oxforddictionaries.com/definition/risk>
6. <https://islamicbankers.me/tag/islamic-banking-windows/>
7. <https://www.bloomberg.com/europe>
8. <https://www.gfmag.com/awards-rankings/best-banks-and-financial-rankings/>
9. <https://www.globalreporting.org/information/about-gri/Pages/default.aspx>
10. <https://www.isdb.org/announcement/idb-approves-us-495-million-new-financing-for-development-projects>
11. <https://www.isdb.org/who-we-are/about>
12. https://www.oic-oci.org/page/?p_id=52&p_ref=26&lan=en
13. <https://www.qfma.org.qa/English/AboutUs/Pages/Whoweare.aspx>
14. <https://www.sarajevobusinessforum.com/bs-Latn-BA/about-conference>
15. https://www.sri-connect.com/index.php?option=com_content&view=article&id=12&Itemid=70
16. www.csruae.ae
17. www.economena.com
18. www.givingbalkans.com
19. www.morningstar.com
20. www.researchgate.com

PRILOZI

Tabela A 1: Prikaz bitnih događaja u razvoju islamske ekonomske misli u svijetu i BiH

Godina	Naziv institucije	Zemlja	Opis
1973.	Philippine Amanah Bank	Filipini	Prva i jedina banka na Filipinima ovlaštena za pružanje usluga islamskog bankarstva.
1975.	Dubai Islamic Bank	UAE	Prva islamska banka u UAE i treća najveća islamska banka u svijetu.
1977.	Faysal Islamic Bank of Sudan	Sudan	Prva islamska banka u Sudanu
1977.	Faysal Islamic Bank of Egypt	Egipat	Islamska banka u Egiptu, prva banka koja je uvela koncept Šerijatskog odbora.
1977.	Kuwait Finance House	Kuvajt	Prva islamska banka u Kuvajtu koja je do 1983. godine bila jedna islamska banka na listi časopisa <i>The Banker</i> u rangu od top 100 banaka iz arapskih zemalja.
1977.	International Association of Islamic Banks - IAIB	Saudijska Arabija	Međunarodno udruženje islamskih banaka osnovano sa ciljem povezivanja i koordinacija islamskih finansijskih institucija. IAIB objavljuje i časopis iz oblasti islamskih finansija pod nazivom <i>Journal of Islamic Banking and Finance</i> .
1977.	The Statistical, Economic and Social Research and Training Centre for Islamic Countries - SESRIC	Libija	<i>Centar</i> za istraživanja i obuku u području statistike, ekonomije i socijalnih pitanja za <i>islamske</i> zemlje ima za cilj koordinaciju istraživačkih i obrazovnih aktivnosti u cilju prikupljanja statističkih podataka u 57 zemalja članica OIC-a.
1978.	Al Rajhi Bank	Saudijska Arabija	Prva islamska finansija institucija koja je obezbjeđivala transfer novca i razmjenu valuta domaćim i stranim državljanima.
1978.	Islamic Finance House	Luksemburg	Prva islamska banka na Zapadu
1978.	Jordan Islamic Bank	Jordan	Osnovana je kao dioničarsko društvo ograničene odgovornosti i ima karakter pionira u razvoju islamskog bankarstva u Jordanu. Druga banka koja je uvela instituciju Šerijatskog odbora.
1979.	Bahrain Islamic Bank	Bahrein	Prva islamska banka u Bahreinu
1981.	Islamic Research and Training Institute - IRTI	Saudijska Arabija	Institut za islamsko istraživanje i trening osnovan je u okviru Islamske razvojne banke i počinje

				sa radom 1983. godine.
1981.	International Islamic Fiqh Academy - IFA	Saudijska Arabija		Akademija za islamski fikih ili Islamska pravna akademija, osnovana je pri Organizaciji islamske konferencije i ima za cilj da pored tradicionalnih islamskih nauka, unaprijedi znanje u oblasti kulture, nauke i ekonomije.
1982.	Qatar Islamic Bank	Katar		Prva islamska banka u Kataru
1983.	Bank Islam Malaysia Berhad - BIMB	Malezija		Prva islamska banka u Maleziji
1983.	Special Finance Houses	Turska		Donošenja zakona koji dozvoljava uspostavu beskatnog poslovnja pod nazivom „specijalne finansijske kuće“.
1985.	Albaraka (Baherin)	Turska		Grupacija Albaraka otvara prvu podružnicu u Turskoj.
1990.	The Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions- AAOIFI	Alžir/ Bahrein		Osnivanje organizacije za računovodstvo i reviziju islamskih finansijskih institucija. Cilj ove institucije jeste promocija primjene šerijatskih standarda u poslovanju islamskih finansijskih institucija. Registrovana je 1991. godine u Bahreinu.
1991.	Bank Muamalat Indonesia - BMI	Indonezija		Prva islamska banka u Indoneziji.
1993.	Dualni bankarski sistem	Malezija		Vlada Malezije uvodi dualni bankarski sistem gdje pored konvencionalnog poptuno slobodno funkcioniše i islamski
1994.	Emisija BIMB vrijednosnih papira i osnivanje upravljačkih fondova	Malezija		Upravljački fondovi (<i>engl. Managed funds</i>) i emisija vrijednosnih papira BIMB čine prvi islamski berzanski broker prvog islamskog tržišta kapitala unutar islamskih finansija.
1994.	The Islamic Corporation for the Insurance of Investment and Export Credit -ICIEC	Saudijska Arabija		Islamska korporacija za osiguranje investicija i izvoz osnovana je u okviru Islamske razvojne banke sa ciljem promocije izvoza i investicija između zemalja članica OIC obezbjeđivanjem izvoznika, banaka i finansijera koji posluju u skladu sa Šerijatom.
1995.	Međubankarsko tržište	Malezija		Vlada Malezije uvodi islamsko međubankarsko tržište
1995.	Kartum Stock Exchange	Sudan		Osnivanje berze koja posluje u skladu sa islamskim principima.

1996.	The Association of Islamic Banking and Financial Institutions Malaysia - AIBIM	Malezija	Asocijacija islamskih banaka i finansijskih institucija Malezije osnovano je sa ciljem promocije islamskog sistema i prakse u Maleziji. Trenutno broji 27 banaka.
1997.	Badr-Bank	Rusija	Osnivanje prve islamske banke u Rusiji kao dijela Forte-Bank. Dvije banke su se 2000. godine spojile u Badr-Forte Bank. Ova banka je bila prva i jedina ruska finansijska institucija koja je bila članica AAOIFI-ja i IDB. Centralna banka Rusije 2006. godine ukida banci dozvolu za rad. Nakon 2006., neke ruske banke su pokušale uspostaviti „ <i>islamic windows</i> “.
1999.	Dow Jones Islamic Market Index - DJIMI	Bahrein	Prvi globalni indeks za investitore koji teže investiranju u skladu sa Šerijatom.
1999.	FTSE Global Islamic Index Series - GIIS	UK	Usklađen sa kretanjima cijena dionica na Londonskoj berzi. Objavljuje je ga Financial Times. Karakteristika ovog indeksa jeste što za razliku od DJIM, koji iz analize dozvoljenosti ulaganja u određenu kompaniju isključuje ona preduzeća koja su uključena u haram aktivnosti, ovaj indeks dozvoljava ulaganje u preduzeća čiji stepen nedozvoljenih aktivnosti ne premašuje ukupno 5% prihoda preduzeća.
1999.	The Islamic Corporation for the Development of the Private Sector - ICD	Saudijska Arabija	Islamska korporacija za razvoj privatnog sektora je multilateralna finansijska institucija, osnovana u okviru Islamske razvojne banke, sa ciljem podsticanja ekonomskog razvoja zemalja članica kroz obezbjeđenje izvora finansiranja za razvoj privatnog sektora.
2000.	Prva emisija islamskih obveznica – sukuk	Malezija	Malezija je prva zemlja koja je izvršila emisiju sukuk u domaćoj valuti.
2000.	BBI banka	Bosna i Hercegovina	Bosna Bank International kao prva banka u Jugoistočnoj Evropi koji posluje u skladu sa šerijatskim propisima.
2001.	Emisija sukuk u stranoj valuti	Bahrein	Prva međunarodna emisija sukuk u stranoj valuti.

2002.	International Islamic Financial Market	Bahrein	Neutralna i neprofitna infrastrukturna razvojna institucija osnovana od strane IDB, Ministarstva finansija Bruneja, Centralne banke Indonezije, Centralne banke Malezije, Centralne banke Bahreina i Centralne banke Sudana.
2001.	General Council for Islamic Banks and Financial Institutions - CIBAFI	Bahrein	Generalno vijeće za islamske banke i finansijske institucije sa preko 120 članova iz više od 30 različitih pravnih sistema. CIBAFI se smatra „ <i>globalnim kišobranom</i> “ islamskih finansijskih institucija i predstavlja industriju islamskih finansijskih usluga, na svjetskom nivou, zalažući se za razvoj islamskih finansijskih institucija kao i promovisanje uloge islamskih finansija.
2002.	The Islamic Financial Services Board - IFSB	Malezija	Odbor za islamske finansijske usluge predstavlja međunarodno tijelo u pogledu standardizacije regulatornih i nadzornih agencija u domenu islamskih finansijskih usluga.
2003.	United bank of Albania	Albanija	Islamska banka koja je osnovana 1994. pod nazivom Arab-Albanian bank ali od 2003. godine vrši se rebranding imena banke.
2004.	Islamic Bank of Britain	UK	Prva islamska banka u Engleskoj (<i>engl. fully Shairah compliant</i>).
2005.	Islamic International Rating Agency - IIRA	Bahrein	Islamska međunarodna rejting agencija koja ima za cilj da učesnicima islamskog finansijskog tržišta pruži podatke o ocjenama instrumenata kapitala i islamskih finansijskih proizvoda.
2005.	Zakon o Bankama br. 5411	Turska	Specijalne finansijske kuće u Turskoj postaju participirajuće banke.
2008.	The International Islamic Trade Finance Corporation-ITFC	Saudijska Arabija	Međunarodna islamska korporacija za finansiranje trgovine osnovana u okviru Islamske razvojne banke sa ciljem poboljšanja ekonomskog stanja i uslova života ljudi širom islamskog svijeta.
2009.	Bursa Suq Al Sila' platform	Malezija	Prva platforma za trgovinu robom

				u skladu sa šerijatskim propisima
2010.	The International Islamic Liquidity Management Corporation	Malezija		Međunarodna organizacija koje su osnovale centralne banke, monetarne vlasti i multilateralne organizacije sa ciljem kreiranja i izdavanja finansijskih instrumenata u skladu sa Šerijatom kako bi se obezbjedio i olakšao proces djelotvornog prekograničnog upravljanja sa likvidnošću islamskih finansijskih institucija.
2012.	NoorAssur		Francuska	Prva islamska finansijska institucija u Francuskoj koja ima karakter start up kompanije.
2013.	Bank Nizwa		Oman	Prva islamska banka u Omanu. Ova zemlja je bila posljednja iz GCC regiona koja je uvela islamsko bankarstvo.
2013.	United bank of Albania		Albanija	Prva islamska banka u Albaniji. Arab-Albanian Islamic Bank
2015.	KT Bank AG		Njemačka	Kuvajtsko- turska banka Kuveyt Turk je prva islamska banka u Njemačkoj.
2016.	SASX-BBI		Bosna i Hercegovina	Sarajevska berza-burza i BBI banka su se udružile s ciljem kreiranja Liste i Indeksa kompanija čijim dionicama se trguje na SASE, a čije poslovanje je u skladu sa principima islamske ekonomije.
2016.	Zakon o islamskom bankarstvu		Rusija	Ruska Duma izvršila izmjene u zakonodavstvu kako bi se omogućile usluge islamskog bankarstva. Kazanjski državni univerzitet i Moskovski državni univerzitet nude obrazovne programe iz oblasti islamskih finansija i prava. Od svih bivših republika Sovjetskog saveza, Kazakhstan je bila prva zemlja koja je promjenila zakon o bankama i omogućila implementaciju islamskog bankarstva.
2016.	The Partnership Banking Center		Rusija	Finansijska institucija otvorena u Rusiji koja posluje u skladu sa Šerijatom. Otvorena kao podružnica Tatagroprombank.

Izvor: Autor

Tabela A 2: CSRDI po bankama

Banka	CSRDI_mean	CSRDI_stdev	CSRDI_min	CSRDI_max
BBI	0.407	0.043729	0.29	0.45
QIB	0.6254545	0.0958503	0.44	0.71
QIIB	0.4028572	0.034983	0.36	0.46
BMI	0.7371429	0.095693	0.58	0.86
BSM	0.605	0.2101587	0.29	0.72
Al Rajhi	0.4777778	0.069602	0.4	0.59
Albilad	0.428	0.0396232	0.37	0.48
Al Jazira	0.55	0.0364005	0.5	0.61
NCB	0.5266666	0.0208167	0.51	0.55
BIMB	0.6090909	0.1348669	0.34	0.83
BMMB	0.569	0.1547363	0.37	0.76
RHB Islamic	0.3954546	0.060558	0.29	0.48
CIMB Islamic	0.5914286	0.0666905	0.48	0.66
ADIB	0.655	0.0173205	0.63	0.67
DIB	0.4	0.1044031	0.28	0.47
KT	0.5281818	0.070685	0.39	0.62
TF	0.52125	0.0825379	0.39	0.6
Albaraka	0.5582337	0.0695417	0.3805708	0.67

Tabela A 3: MV po bankama

Banka	MV_mean	MV_stdev	MV_min	MV_max
BBI	0.49	0.0316228	0.4	0.5
QIB	0.7090909	0.0301511	0.7	0.8
QIIB	0.5857143	0.0377964	0.5	0.6
BMI	0.8571429	0.09759	0.8	1
BSM	0.4166667	0.3311596	0	0.7
Al Rajhi	0.3555556	0.1424001	0.2	0.5
Albilad	0.34	0.0547723	0.3	0.4
Al Jazira	0.3666667	0.05	0.3	0.4
NCB	0.2	3.40E-17	0.2	0.2
BIMB	0.6909091	0.2071451	0.2	0.9
BMMB	0.4	0.2	0	0.8
RHB Islamic	0.1545455	0.1967925	0	0.7
CIMB Islamic	0.2142857	0.0377964	0.2	0.3
ADIB	0.45	0.1	0.3	0.5
DIB	0.3	0.1632993	0.1	0.5
KT	0.46	0.2503331	0.1	0.7
TF	0.5125	0.1885092	0.1	0.7
Albaraka	0.5363637	0.1206045	0.2	0.6

Tabela A 4: UB po bankama

Banka	UB_mean	UB_stdev	UB_min	UB_max
BBI	0.5384616	0	0.5384616	0.5384616
QIB	0.8181818	0.1659569	0.6153846	1

QIIB	0.5857143	0.0377964	0.5	0.6
BMI	0.8791209	0.0872226	0.6923077	0.9230769
BSM	0.7884616	0.2692308	0.3846154	0.9230769
Al Rajhi	0.4444444	0.1139512	0.3076923	0.6923077
Albilad	0.6153846	0	0.6153846	0.6153846
Al Jazira	0.7777778	0.025641	0.7692308	0.8461539
NCB	0.8461539	0	0.8461539	0.8461539
BIMB	0.8671328	0.0604804	0.7692308	1
BMMB	0.7769231	0.1114721	0.6923077	0.9230769
RHB Islamic	0.6573427	0.0401718	0.6153846	0.6923077
CIMB Islamic	0.9230769	1.20E-16	0.9230769	0.9230769
ADIB	0.7692308	0	0.7692308	0.7692308
DIB	0.2444444	0.1539601	0.0666667	0.3333333
KT	0.9230769	1.16E-16	0.9230769	0.9230769
TF	1	0	1	1
Albaraka	0.958042	0.0718614	0.8461539	1

Tabela A PR po bankama

Banka	PR_mean	PR_stdev	PR_min	PR_max
BBI	0.43	0.0948683	0.3	0.6
QIB	0.4545455	0.1694912	0.2	0.6
QIIB	0.2727273	0.1963861	0	0.4545455
BMI	0.6857143	0.0899735	0.6	0.8
BSM	0.45	0.3	0	0.6
Al Rajhi	0.3272727	0.200454	0	0.6
Albilad	0.36	0.0547723	0.3	0.4
Al Jazira	0.3555556	0.1130388	0.2	0.6
NCB	0.3666667	0.057735	0.3	0.4
BIMB	0.4090909	0.2700168	0.1	0.9
BMMB	0.41	0.2960856	0.1	0.9
RHB Islamic	0.3454545	0.129334	0.2	0.5
CIMB Islamic	0.4428571	0.2149197	0.1	0.6
ADIB	0.675	0.05	0.6	0.7
DIB	0.4666667	0.1527525	0.3	0.6
KT	0.4	5.82E-17	0.4	0.4
TF	0.3444445	0.1333333	0	0.4
Albaraka	0.4090909	0.053936	0.3	0.5

Tabela A 5: ZE po bankama

Banka	ZE_mean	ZE_stdev	ZE_min	ZE_max
BBI	0.1266667	0.0210819	0.0666667	0.1333333
QIB	0.3151515	0.0735808	0.1333333	0.4
QIIB	0.1142857	0.03253	0.0666667	0.1333333
BMI	0.5047619	0.11455	0.4	0.6666667
BSM	0.4833333	0.1575272	0.2666667	0.6
Al Rajhi	0.237037	0.0351364	0.2	0.2666667

Albilad	0.1866667	0.0298142	0.1333333	0.2
Al Jazira	0.3259259	0.0521157	0.2	0.4
NCB	0.2444444	0.03849	0.2	0.2666667
BIMB	0.2787879	0.1543968	0.1333333	0.6
BMMB	0.4133333	0.1957575	0.2	0.6666667
RHB Islamic	0.1333333	0.0788811	0.0666667	0.2666667
CIMB Islamic	0.1142857	0.0835711	0	0.2666667
ADIB	0.2333333	0.03849	0.2	0.2666667
DIB	0.3333333	0.1154701	0.2	0.4
KT	0.030303	0.0348155	0	0.0666667
TF	0.0416667	0.0345033	0	0.0666667
Albaraka	0.0848485	0.0848052	0	0.3333333

Tabela A 6: ZA po bankama

Banka	ZA_mean	ZA_stdev	ZA_min	ZA_max
BBI	0.4888889	0.0776895	0.3333333	0.5555556
QIB	0.6666667	0.1405457	0.4444444	0.8888889
QIIB	0.3968254	0.1084333	0.2222222	0.5555556
BMI	0.6666667	0.1814437	0.4444444	1
BSM	0.7777778	0.0907218	0.6666667	0.8888889
Al Rajhi	0.6666667	0.1469862	0.4444444	0.8888889
Albilad	0.6	0.1266862	0.4444444	0.7777778
Al Jazira	0.5185185	0.124226	0.3333333	0.7777778
NCB	0.6296296	0.06415	0.5555556	0.6666667
BIMB	0.7777778	0.1859245	0.4444444	1
BMMB	0.7	0.203198	0.4444444	0.8888889
RHB Islamic	0.5252525	0.0873606	0.3333333	0.6666667
CIMB Islamic	0.8571429	0.0839921	0.6666667	0.8888889
ADIB	0.6666667	0	0.6666667	0.6666667
DIB	0.3333333	0.1111111	0.2222222	0.4444444
KT	0.7676768	0.1048755	0.5555556	1
TF	0.6944444	0.1424155	0.4444444	0.8888889
Albaraka	0.7070707	0.0749111	0.5555556	0.7777778

Tabela A 7: KR po bankama

Banka	KR_mean	KR_stdev	KR_min	KR_max
BBI	0.7	0.1581139	0.25	0.75
QIB	0.9772727	0.0753778	0.75	1
QIIB	0.7142857	0.0944911	0.5	0.75
BMI	0.9642857	0.0944911	0.75	1
BSM	0.625	0.4330127	0	1
Al Rajhi	0.9166667	0.125	0.75	1
Albilad	0.75	0	0.75	0.75
Al Jazira	1	0	1	1
NCB	1	0	1	1
BIMB	0.7954546	0.2454125	0.5	1

BMMB	0.925	0.1207615	0.75	1
RHB Islamic	0.75	0	0.75	0.75
CIMB Islamic	0.9285714	0.1219875	0.75	1
ADIB	1	0	1	1
DIB	1	0	1	1
KT	0.9545454	0.10113	0.75	1
TF	0.90625	0.1293873	0.75	1
Albaraka	1	0	1	1

Tabela A 8: DZ po bankama

Banka	DZ_mean	DZ_stdev	DZ_min	DZ_max
BBI	0.4	0.0903508	0.2857143	0.5714286
QIB	0.7922078	0.2421303	0.2857143	1
QIIB	0.3061225	0.1285336	0.1428571	0.4285714
BMI	0.7346939	0.2247988	0.2857143	0.8571429
BSM	0.5714286	0.1166424	0.4285714	0.7142857
Al Rajhi	0.5324675	0.3263334	0	1
Albilad	0.5	0.125	0.375	0.625
Al Jazira	0.6190476	0.1889822	0.2857143	1
NCB	0.6190476	0.0824786	0.5714286	0.7142857
BIMB	0.7012987	0.2428953	0.2857143	0.8571429
BMMB	0.3857143	0.2780724	0	0.7142857
RHB Islamic	0.1558442	0.0770514	0	0.2857143
CIMB Islamic	0.8571429	1.20E-16	0.8571429	0.8571429
ADIB	0.9285714	0.1428571	0.7142857	1
DIB	0.3809524	0.2182179	0.1428571	0.5714286
KT	0.6623377	0.2327539	0.1428571	0.8571429
TF	0.5714286	0.2020305	0.4285714	0.8571429
Albaraka	0.7272727	0.2065711	0.1428571	0.8571429

Tabela A 9: SO po bankama

Banka	SO_mean	SO_stdev	SO_min	SO_max
BBI	0.0909091	1.46E-17	0.0909091	0.0909091
QIB	0.2727273	5.82E-17	0.2727273	0.2727273
QIIB	0.4545455	0	0.4545455	0.4545455
BMI	0.6103896	0.0687208	0.4545455	0.6363636
BSM	0.5227273	0.3094027	0.0909091	0.8181818
Al Rajhi	0.1515152	0.0454545	0.0909091	0.1818182
Albilad	0.1818182	0	0.1818182	0.1818182
Al Jazira	0.4242424	0.1016395	0.1818182	0.5454546
NCB	0.2727273	0	0.2727273	0.2727273
BIMB	0.3636364	0.15212	0.0909091	0.5454546
BMMB	0.4727273	0.0383306	0.4545455	0.5454546
RHB Islamic	0.4297521	0.0822304	0.2727273	0.5454546
CIMB Islamic	0.4025974	0.0887182	0.2727273	0.4545455
ADIB	0.4545455	0	0.4545455	0.4545455

DIB	0.2121212	0.0524864	0.1818182	0.2727273
KT	0	0	0	0
TF	0.0678409	0.1256191	0	0.2727273
Albaraka	0	0	0	0

Tabela A 10: ROA po bankama

Banka	ROA_mean	ROA_stdev	ROA_min	ROA_max
BBI	0.4827273	0.3222139	0.03	0.89
QIB	3.629515	2.361816	1.52	7.81
QIIB	2.43	0.4962142	1.84	3.09
BMI	0.9939682	0.773333	0.158618	2.390851
BSM	0.4628572	2.026587	-4	1.75
Al Rajhi	3.591643	1.428432	2.221558	6.940384
Albilad	1.88497	0.692783	1.188859	3.162751
Al Jazira	1.178417	1.059046	0.0875644	3.734032
NCB	2.077836	0.055383	2.02199	2.132735
BIMB	0.4028346	3.049178	-8.749043	1.602911
BMMB	0.7498532	0.2821516	0.2940204	1.118125
RHB Islamic	0.9836737	0.4051477	0.6083359	1.929291
CIMB Islamic	0.9942225	0.1555622	0.6239359	1.118721
ADIB	1.523401	0.1149825	1.395422	1.639125
DIB	1.365001	0.4226845	0.9054195	2.03489
KT	1.802929	0.4345209	0.9459808	2.450147
TF	1.979224	0.7815773	0.8627707	3.1533
Albaraka	2.04638	0.8031645	0.8094735	3.579712

Tabela A 11: ROE po bankama

Banka	ROE_mean	ROE_stdev	ROE_min	ROE_max
BBI	3.184546	2.487333	0.09	6.46
QIB	18.15818	9.46946	8.64	35.98
QIIB	13.945	1.204231	11.75	15.38
BMI	13.99232	9.998393	2.541917	31.17108
BSM	7.344285	27.39865	-52	28.15
Al Rajhi	22.20339	6.01013	15.28763	36.18474
Albilad	13.91802	4.190792	9.649736	21.54665
Al Jazira	8.835218	5.871716	0.6135715	17.3619
NCB	17.42618	1.572174	15.71251	18.7816
BIMB	57.90593	133.3298	7.155747	459.6746
BMMB	10.50622	3.436539	6.03225	15.04363
RHB Islamic	13.50935	3.899676	9.203638	21.92839
CIMB Islamic	20.36415	4.874875	15.0153	30.1172
ADIB	11.8008	1.488262	9.494493	12.87117
DIB	12.51779	4.376172	7.753084	19.38623
KT	17.8728	2.003443	14.60587	21.60936
TF	17.14245	5.747947	9.915075	30.14183
Albaraka	20.1527	4.587234	11.66515	29.12791

Tabela A 12: Varijabla veličina banke (VB) po bankama

Banka	VB_mean	VB_stdev	VB_min	VB_max
BBI	19.26226	0.5346066	18.38974	19.90084
QIB	23.42659	0.7106051	22.13174	24.37174
QIIB	22.78744	0.3676408	22.23773	23.18198
BMI	22.68497	2.612125	20.8684	29.98895
SM	22.36024	0.1587722	22.01274	22.48767
Al Rajhi	24.75429	0.393909	24.05746	25.22961
Albilad	23.07543	0.280876	22.72392	23.38851
Al Jazira	23.15153	0.415181	22.47253	23.59953
NCB	25.45263	0.0797596	25.33452	25.50774
BIMB	22.94099	0.3813158	22.14253	23.29678
BMMB	22.36515	0.1899646	22.0617	22.62469
RHB Islamic	22.42326	0.6251737	21.55257	23.09586
CIMB Islamic	23.29483	0.2279517	22.80026	23.5417
ADIB	24.1003	0.1401563	23.87771	24.22879
DIB	25.21183	0.0506567	25.1577	25.28097
KT	22.67623	0.6757401	21.46699	23.40099
TF	22.84603	0.4168082	22.26585	23.39338
Albaraka	22.41813	0.5626641	21.2977	23.04567

Tabela A 13: Varijabla racio kapitala (RK) po bankama

Banka	RK_mean	RK_stdev	RK_min	RK_max
BBI	19.043	7.166515	12.66793	32.87633
QIB	19.2898	4.499393	13.52019	28.51935
QIIB	17.50797	3.68916	13.63864	22.95548
BMI	6.802252	1.021038	5.479928	8.172594
SM	7.329718	0.7644817	6.221908	8.108965
Al Rajhi	15.7834	1.968956	13.61533	19.18042
Albilad	13.35899	0.8983505	12.32012	14.67862
Al Jazira	13.21178	3.864717	9.252707	21.78454
NCB	12.00449	1.240029	10.78944	13.57349
BIMB	6.746382	3.078062	-1.903312	8.69147
BMMB	7.108837	1.444623	4.874141	8.780532
RHB Islamic	7.166694	1.174858	5.663774	9.001428
CIMB Islamic	5.080453	1.290975	3.187161	6.609493
ADIB	12.99543	0.9718467	12.23074	14.69718
DIB	11.02629	0.471441	10.49657	11.67819
KT	10.00954	1.885383	6.476716	13.29716
TF	11.30171	1.94784	8.701605	14.09676
Albaraka	9.89857	2.378633	6.939244	14.4633

Tabela A 14: Varijabla tržišno učešće (TU) po bankama

Banka	TU_mean	TU_stdev	TU_min	TU_max
BBI	1.811681	0.8686343	0.7665786	3.139859
QIB	9.015544	1.324898	7.24878	11.41612

QIIB	3.538352	0.2075099	3.203438	3.821519
BMI	0.8681251	0.206244	0.5451809	1.112028
SM	1.213312	0.0887669	1.079548	1.332446
Al Rajhi	13.66281	1.294105	11.61496	15.41876
Albilad	2.043222	0.2773536	1.717161	2.38852
Al Jazira	2.616473	0.4377137	2.005532	3.167831
NCB	20.0496	0.3804111	19.56674	20.39214
BIMB	1.980143	0.187229	1.608751	2.279401
BMMB	1.037035	0.0901968	0.9041662	1.164119
RHB Islamic	1.265791	0.472791	0.7082143	1.969659
CIMB Islamic	2.407101	0.2498725	1.96407	2.728195
ADIB	4.883322	0.2429039	4.683636	5.303633
DIB	5.558262	0.2094195	5.314588	5.872745
KT	0.1168057	0.0389164	0.0382518	0.1622953
TF	1.26242	0.2707209	0.9657202	1.679502
Albaraka	0.8868862	0.2458725	0.4986283	1.253992

Tabela A 15: Varijabla udio muslimanskog stanovništva (MR) po bankama

Banka	MR_mean	MR_stdev	MR_min	MR_max
BBI	0.5	0	0.5	0.5
QIB	0.775	0	0.775	0.775
QIIB	0.775	0	0.775	0.775
BMI	0.861	0	0.861	0.861
SM	0.861	0	0.861	0.861
Al Rajhi	1	0	1	1
Albilad	1	0	1	1
Al Jazira	1	0	1	1
NCB	1	0	1	1
BIMB	0.604	0	0.604	0.604
BMMB	0.604	0	0.604	0.604
RHB Islamic	0.604	0	0.604	0.604
CIMB Islamic	0.604	0	0.604	0.604
ADIB	0.96	0	0.96	0.96
DIB	0.96	0	0.96	0.96
KT	1	0	1	1
TF	1	0	1	1
Albaraka	1	0	1	1

Tabela A 16: Varijabla Šerijatski odbor (SB) po bankama

Banka	SB_mean	SB_stdev	SB_min	SB_max
BBI	5	0	5	5
QIB	3.363636	0.504525	3	4
QIIB	3.5	0.9258201	3	5
BMI	3.272727	0.4670994	3	4
SM	3	0	3	3
Al Rajhi	5	0	5	5

Albilad	6	0	6	6
Al Jazira	6	0	6	6
NCB	3.333333	0.5773503	3	4
BIMB	5.727273	0.4670994	5	6
BMMB	5.181818	0.9816498	4	6
RHB Islamic	4.818182	0.4045199	4	5
CIMB Islamic	6.6	1.505545	5	9
ADIB	4.636364	0.504525	4	5
DIB	5	0	5	5
KT				
TF	3	0	3	3
Albaraka				

Tabela A 17: CSRDI po godinama

Godina	CSRDI_mean	CSRDI_stdev	CSRDI_min	CSRDI_max
2006	0.3843673	0.0531771	0.29	0.44
2007	0.4214286	0.0958173	0.29	0.54
2008	0.4790909	0.0834811	0.37	0.58
2009	0.4636364	0.0971877	0.28	0.59
2010	0.5	0.098165	0.36	0.66
2011	0.5421429	0.1144336	0.36	0.73
2012	0.5426667	0.1113211	0.37	0.74
2013	0.5693333	0.1153545	0.41	0.76
2014	0.5426667	0.1258381	0.29	0.75
2015	0.6005883	0.1227533	0.42	0.83
2016	0.6182353	0.1343612	0.42	0.86

Tabela A 18: MV po godinama

Godina	MV_mean	MV_stdev	MV_min	MV_max
2006	0.4666667	0.2179449	0.2	0.7
2007	0.3571429	0.2760262	0	0.7
2008	0.43	0.2668749	0	0.8
2009	0.37	0.2263233	0.1	0.7
2010	0.4384615	0.232875	0	0.8
2011	0.4857143	0.2507133	0	0.9
2012	0.4266667	0.2186539	0	0.8
2013	0.46875	0.25224	0	0.9
2014	0.4733333	0.175119	0.2	0.7
2015	0.5470588	0.2426872	0.2	1
2016	0.5294118	0.23655	0.2	1

Tabela A 19: UB po godinama

Godina	UB_mean	UB_stdev	UB_min	UB_max
2006	0.6923077	0.2083087	0.3076923	0.9230769
2007	0.7362638	0.1592459	0.5384616	0.9230769
2008	0.7062937	0.1909744	0.3076923	1

2009	0.6773893	0.2813086	0.0666667	1
2010	0.7807692	0.1834608	0.4615385	1
2011	0.746337	0.2134753	0.3333333	1
2012	0.7494017	0.2075848	0.3333333	1
2013	0.7887179	0.1718545	0.4615385	1
2014	0.7835897	0.1830951	0.3846154	1
2015	0.8316742	0.155802	0.5384616	1
2016	0.8180996	0.1730543	0.4615385	1

Tabela A 20: PR po godinama

Godina	PR_mean	PR_stdev	PR_min	PR_max
2006	0.2428571	0.1133893	0.1	0.4
2007	0.2375	0.159799	0	0.5
2008	0.3818182	0.1601136	0.1	0.6
2009	0.3090909	0.1044466	0.1	0.5
2010	0.3	0.1537412	0	0.6
2011	0.36	0.1919821	0	0.6
2012	0.4648485	0.126242	0.2727273	0.7
2013	0.4775757	0.1284669	0.3	0.7
2014	0.4102273	0.1999415	0	0.7
2015	0.5208556	0.1609875	0.3	0.9
2016	0.5502674	0.1885985	0.3	0.9

Tabela A 21: ZE po godinama

Godina	ZE_mean	ZE_stdev	ZE_min	ZE_max
2006	0.1333333	0.1154701	0	0.2666667
2007	0.1428571	0.1049061	0	0.2666667
2008	0.169697	0.1378038	0	0.4
2009	0.1575758	0.1165151	0	0.3333333
2010	0.1722222	0.1489582	0	0.4
2011	0.2238095	0.1603567	0	0.4666667
2012	0.2133333	0.1577621	0	0.4666667
2013	0.2177778	0.1413465	0.0666667	0.5333334
2014	0.2133333	0.1577621	0.0666667	0.6666667
2015	0.2941177	0.2069069	0.0666667	0.6666667
2016	0.3137255	0.1940285	0.0666667	0.6666667

Tabela A 22: ZA po godinama

Godina	ZA_mean	ZA_stdev	ZA_min	ZA_max
2006	0.4920635	0.0593914	0.4444444	0.5555556
2007	0.5238096	0.1533479	0.3333333	0.7777778
2008	0.5454546	0.1160518	0.3333333	0.6666667
2009	0.5656565	0.1606664	0.2222222	0.7777778
2010	0.6388889	0.1580251	0.3333333	0.8888889
2011	0.6349207	0.1711842	0.3333333	0.8888889
2012	0.6518518	0.177513	0.3333333	0.8888889

2013	0.6888889	0.1690308	0.3333333	0.8888889
2014	0.6814815	0.2008214	0.2222222	0.8888889
2015	0.6993464	0.134742	0.4444444	0.8888889
2016	0.7647059	0.1795156	0.4444444	1

Tabela A 23: KR po godinama

Godina	KR_mean	KR_stdev	KR_min	KR_max
2006	0.7857143	0.1725164	0.5	1
2007	0.75	0.25	0.25	1
2008	0.8863636	0.1305582	0.75	1
2009	0.8636364	0.1718879	0.5	1
2010	0.8125	0.1884446	0.5	1
2011	0.8928571	0.1615516	0.5	1
2012	0.9166667	0.1219875	0.75	1
2013	0.9333333	0.1144344	0.75	1
2014	0.8666667	0.2650247	0	1
2015	0.9264706	0.1174171	0.75	1
2016	0.9264706	0.1174171	0.75	1

Tabela A 24: DZ po godinama

Godina	DZ_mean	DZ_stdev	DZ_min	DZ_max
2006	0.3265306	0.3371982	0	0.8571429
2007	0.2678571	0.2466983	0	0.7142857
2008	0.5064935	0.2883	0	1
2009	0.5454546	0.2287337	0.1428571	0.8571429
2010	0.547619	0.2095435	0.1428571	0.8571429
2011	0.622449	0.2351201	0.1428571	1
2012	0.5964286	0.2842597	0.1428571	1
2013	0.6440476	0.2504066	0.1428571	0.8571429
2014	0.5837054	0.3151988	0	1
2015	0.6764706	0.231617	0.1428571	1
2016	0.6670168	0.2661359	0.1428571	1

Tabela A 25: SO po godinama

Godina	SO_mean	SO_stdev	SO_min	SO_max
2006	0.1688312	0.1694959	0	0.4545455
2007	0.2337662	0.2023086	0	0.4545455
2008	0.231405	0.200675	0	0.5454546
2009	0.214876	0.1784818	0	0.4545455
2010	0.2575758	0.2117273	0	0.6363636
2011	0.3376623	0.2376741	0	0.8181818
2012	0.2787879	0.2212625	0	0.6363636
2013	0.2848485	0.2114398	0	0.6363636
2014	0.2606061	0.187781	0	0.4545455
2015	0.3420856	0.1995677	0	0.6363636
2016	0.3475936	0.2063939	0	0.6363636

Tabela A 26: ROA po godinama

Godina	ROA_mean	ROA_stdev	ROA_min	ROA_max
2006	1.390349	4.891574	-8.749043	6.940384
2007	2.830839	2.161741	0.45	7.81
2008	2.237856	1.748072	0.08	6.24
2009	1.681292	1.447256	0.0918171	4.57
2010	1.682226	1.146652	0.0875644	3.663058
2011	1.620403	0.8356912	0.6083359	3.341404
2012	1.578107	0.7378381	0.6030994	3.162751
2013	1.519734	0.5407818	0.59	2.657651
2014	1.068534	1.42146	-4	2.221558
2015	1.290167	0.6056064	0.1904931	2.259046
2016	1.244417	0.5672885	0.208759	2.392016

Tabela A 27: ROE po godinama

Godina	ROE_mean	ROE_stdev	ROE_min	ROE_max
2006	75.33916	155.7052	0.09	459.6746
2007	21.18153	9.565794	1.47	35.98
2008	18.06025	10.02416	0.33	31.17108
2009	13.04086	7.28197	0.6135715	23.54565
2010	15.25908	8.775038	0.6402809	30.1172
2011	15.3876	5.994279	4.49	24.34
2012	15.34079	5.66293	5.4	22.85064
2013	15.03977	4.493675	3.8	20.53057
2014	9.654952	16.52147	-52	18.79549
2015	12.53165	4.54098	3.095267	17.78842
2016	11.75478	4.035632	3.218217	17.45447

Tabela A 28: Varijabla veličina banke (VB) po godinama

Godina	VB_mean	VB_stdev	VB_min	VB_max
2006	21.63755	1.569129	18.38974	24.05746
2007	22.74123	2.745294	18.58315	29.98895
2008	22.30502	1.622405	18.7637	25.16628
2009	22.49618	1.420835	18.99967	25.1577
2010	22.65967	1.403355	19.16089	25.22461
2011	22.80907	1.283407	19.2228	25.22959
2012	23.05734	1.23666	19.47911	25.28097
2013	23.14973	1.197718	19.79669	25.33452
2014	23.24743	1.230204	19.79614	25.47658
2015	23.23981	1.26544	19.79214	25.50774
2016	23.26795	1.257733	19.90084	25.49167

Tabela A 29: Varijabla racio kapitala (RK) po godinama

Godina	RK_mean	RK_stdev	RK_min	RK_max
2006	13.54672	12.12974	-1.903312	32.87633
2007	14.17534	8.123976	5.312465	30.67571

2008	13.02084	6.069778	4.874141	24.65473
2009	12.70652	6.212601	3.187161	22.95639
2010	11.91204	4.856614	3.714558	20.99846
2011	11.22238	5.103322	4.485968	22.04713
2012	10.76315	4.020236	4.574802	17.83117
2013	10.58877	3.481358	5.404149	17.67538
2014	10.10872	2.997527	6.236945	14.7458
2015	10.14402	3.081505	5.663774	14.77695
2016	10.57666	3.427445	6.086132	15.69184

Tabela A 30: Varijabla tržišno učešće (TU) po godinama

Godina	TU_mean	TU_stdev	TU_min	TU_max
2006	4.311413	5.459138	0.0382518	12.21812
2007	2.678664	3.743057	0.0695354	11.61496
2008	2.982847	3.928161	0.0940159	12.66478
2009	2.974756	3.538298	0.0980177	12.45968
2010	3.134091	3.719318	0.1267316	13.0605
2011	3.020834	3.638545	0.1180902	14.29737
2012	3.315343	3.787749	0.1260925	15.41876
2013	4.223761	5.397682	0.1396043	19.92766
2014	4.30821	5.476157	0.1622953	20.39214
2015	4.404174	5.567205	0.1569812	20.31187
2016	4.428105	5.513206	0.1552472	19.56674

Tabela A 31: Udio muslimanskog stanovništva (MR) po godinama

Godina	MR_mean	MR_stdev	MR_min	MR_max
2006	0.8393334	0.1808002	0.5	1
2007	0.8393334	0.1808002	0.5	1
2008	0.8393334	0.1808002	0.5	1
2009	0.8393334	0.1808002	0.5	1
2010	0.8393334	0.1808002	0.5	1
2011	0.8393334	0.1808002	0.5	1
2012	0.8393334	0.1808002	0.5	1
2013	0.8393334	0.1808002	0.5	1
2014	0.8393334	0.1808002	0.5	1
2015	0.8393334	0.1808002	0.5	1
2016	0.8393334	0.1808002	0.5	1

Tabela A 32: Varijabla Šerijatski odbor (SB) po godinama

Godina	SB_mean	SB_stdev	SB_min	SB_max
2006	4.444445	0.8819171	3	6
2007	4.5	0.8498366	3	6
2008	4.727273	1.00905	3	6
2009	4.615385	1.043908	3	6
2010	4.615385	1.043908	3	6
2011	4.692307	1.250641	3	6

2012	4.785714	1.251373	3	6
2013	4.714286	1.204388	3	6
2014	4.866667	1.684665	3	9
2015	4.6875	1.662077	3	9
2016	4.6875	1.447699	3	8

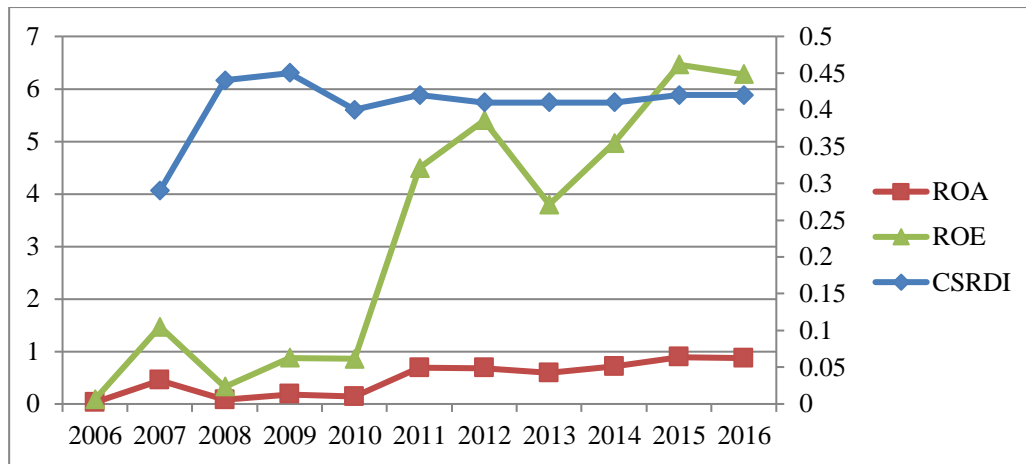
Tabela A 33: Ocjene uticaja pojedinačnih komponenti CSRDI na ROA – kompletni rezultati estimacije

	fixed1	fixed2	fixed3	fixed4	fixed5	fixed6	fixed7	fixed8
MV	-1.05*							
	(0.54)							
UB		0.16						
		(3.42)						
PR			0.54					
			(0.85)					
ZE				0.77				
				(1.30)				
ZA					-0.91			
					(0.81)			
KR						2.26		
						(1.36)		
DZ							-0.33	
							(0.64)	
SO								3.75*
								(2.11)
VB	-0.66*	-0.62	-0.60*	-0.69*	-0.45	-0.74**	-0.49	-0.68*
	(0.37)	(0.38)	(0.33)	(0.36)	(0.30)	(0.31)	(0.28)	(0.33)
RK	-0.02	0.01	0.00	0.00	0.02	0.03	0.01	0.02
	(0.04)	(0.05)	(0.05)	(0.05)	(0.05)	(0.04)	(0.06)	(0.05)
TU	-0.32	-0.34	-0.43*	-0.32	-0.33	-0.26	-0.39	-0.29
	(0.21)	(0.25)	(0.23)	(0.23)	(0.21)	(0.24)	(0.22)	(0.23)
D_SB	1.63**	1.63**	1.61**	1.63**	1.59**	1.60**	1.55**	1.88**
	(0.73)	(0.76)	(0.71)	(0.72)	(0.69)	(0.66)	(0.67)	(0.65)
ln_gdp_ pc	0.94*	0.89	0.64	0.89	0.99*	0.51	0.76	0.92
	(0.53)	(0.53)	(0.55)	(0.53)	(0.49)	(0.47)	(0.60)	(0.57)
_cons	8.24	6.90	9.24	8.37	2.83	11.12	5.77	6.81
	(7.95)	(7.27)	(8.15)	(8.31)	(6.12)	(7.31)	(8.91)	(8.15)
No. of Obs.	135.00	138.00	141.00	138.00	138.00	138.00	140.00	138.00
R- Squared	0.45	0.44	0.45	0.44	0.45	0.52	0.45	0.53
R- Squared within	0.45	0.44	0.45	0.44	0.45	0.52	0.45	0.53

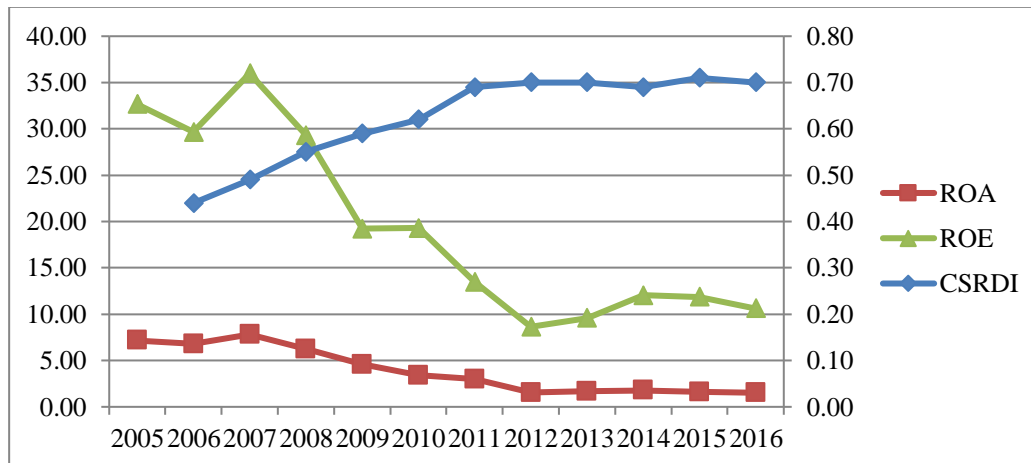
Tabela A 34: Ocjene uticaja pojedinačnih komponenti CSRDI na ROE- kompletni rezultati estimacije

	random 1	random 2	random 3	random 4	random 5	random 6	random 7	random 8
MV	-3.90 (3.99)							
UB		14.65 (27.22)						
PR			6.34 (10.90)					
ZE				3.04 (14.69)				
ZA					-5.62 (7.47)			
KR						26.64 (17.51)		
DZ							-1.68 (3.47)	
SO								35.70 (29.67)
VB	-4.72** (2.15)	-5.83* (3.07)	-5.21* (2.73)	-5.28* (2.74)	-4.30* (2.44)	- 6.31*** (2.14)	-4.56** (2.32)	-5.41** (2.35)
RK	-0.30 (0.21)	-0.28 (0.26)	-0.25 (0.28)	-0.30 (0.25)	-0.24 (0.25)	-0.11 (0.22)	-0.22 (0.26)	-0.19 (0.28)
TU	1.40*** (0.31)	1.30*** (0.44)	1.28*** (0.40)	1.35*** (0.40)	1.24*** (0.37)	1.20*** (0.37)	1.19*** (0.37)	1.59*** (0.53)
MR	274.38* (140.06)	-6.96 (403.11)	136.36 (169.77)	213.95 (149.53)	298.78* (157.36)	22.47 (168.63)	184.66 (194.10)	505.35 (322.15)
D_SB	10.61** * (2.88)	11.32** (5.02)	10.17** * (3.27)	9.98*** (3.02)	9.72*** (2.85)	9.21*** (2.28)	9.40*** (2.94)	12.65** * (4.03)
ln_gdp_pc	5.08 (4.62)	4.45 (4.95)	2.15 (5.26)	4.80 (4.61)	5.85 (4.43)	0.51 (4.10)	3.86 (5.52)	4.81 (5.15)
D_BIH	110.63 (74.04)	-27.86 (198.05)	37.51 (90.26)	78.52 (78.07)	123.67 (82.43)	-18.20 (88.21)	64.96 (101.94)	220.29 (160.27)
D_QAT	54.38** (26.08)	-2.86 (80.53)	29.04 (31.35)	40.69 (27.72)	56.81* (29.90)	8.45 (31.60)	35.78 (35.08)	94.36 (61.56)
D_IDN	41.25* (24.29)	-0.39 (57.27)	13.48 (31.61)	26.77 (26.86)	41.51 (30.28)	-0.17 (27.79)	23.09 (34.54)	51.38 (37.47)
D_SAU	- 10.41** (4.82)	-2.28 (11.64)	-5.60 (6.07)	-8.71 (5.62)	- 10.12** (5.13)	-2.01 (7.84)	-7.51 (6.69)	-18.50 (11.70)
D_MYS	102.85* (4.82)	-4.88 (11.64)	49.31 (6.07)	79.73 (5.62)	114.24* (5.13)	7.74 (7.84)	68.82 (6.69)	181.19 (11.70)

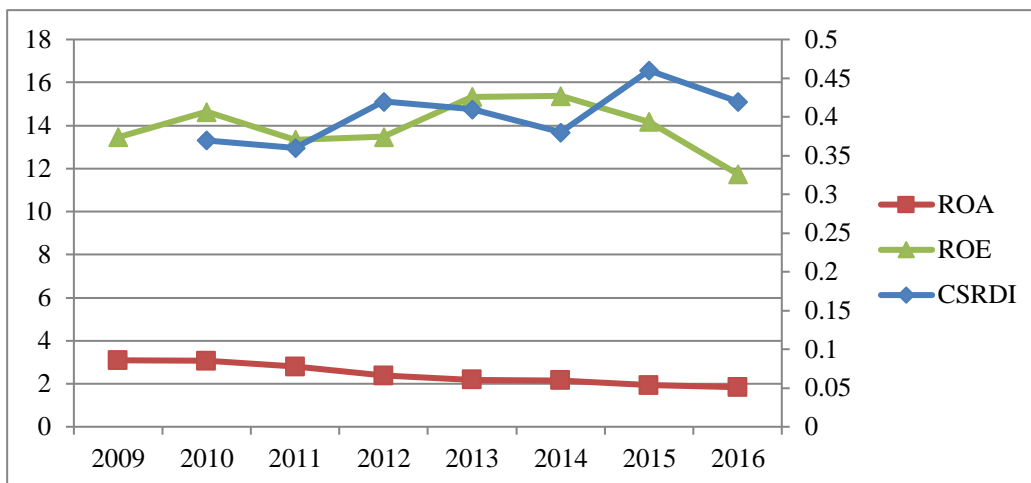
	(55.18)	(156.04)	(67.34)	(58.49)	(62.87)	(65.36)	(76.46)	(118.29)
_cons	-202.31	93.09	-30.48	-128.21	-241.01	100.00	-105.45	-420.99
	(180.42)	(429.60)	(221.90)	(190.18)	(201.39)	(212.87)	(249.16)	(348.58)
No. of Obs.	135.00	138.00	141.00	138.00	138.00	138.00	140.00	138.00
R-Squared								
R-Squared within	0.16	0.20	0.16	0.15	0.16	0.36	0.15	0.34



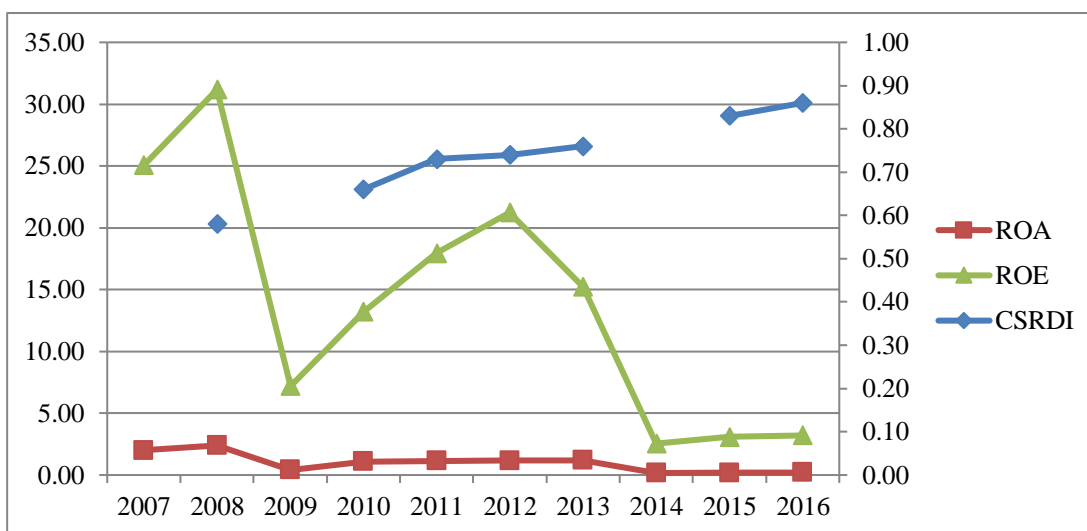
Grafikon I 1: CSRDI, ROA i ROE za BBI za period 2007-2016



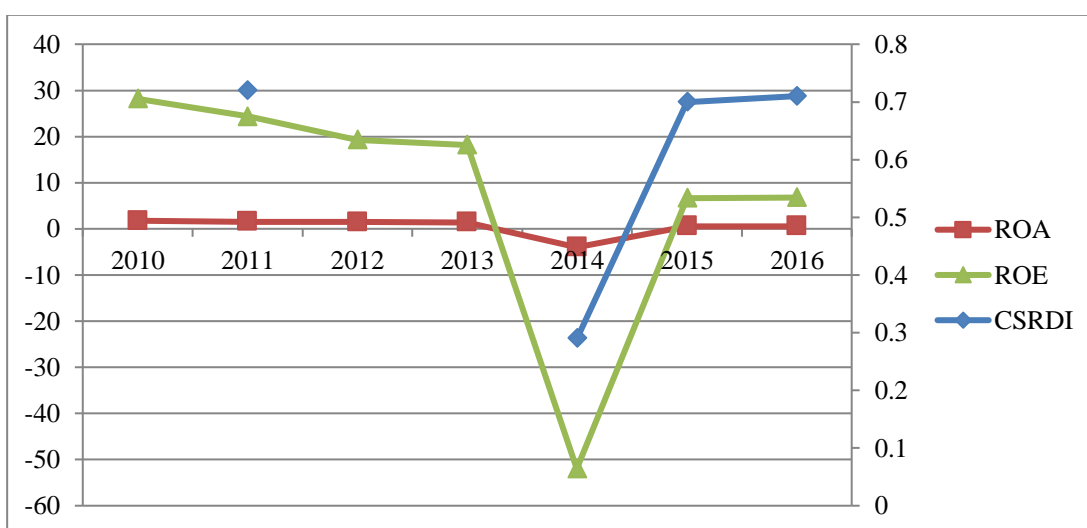
Grafikon I 2: CSRDI, ROA i ROE za QIB za period 2006-2016



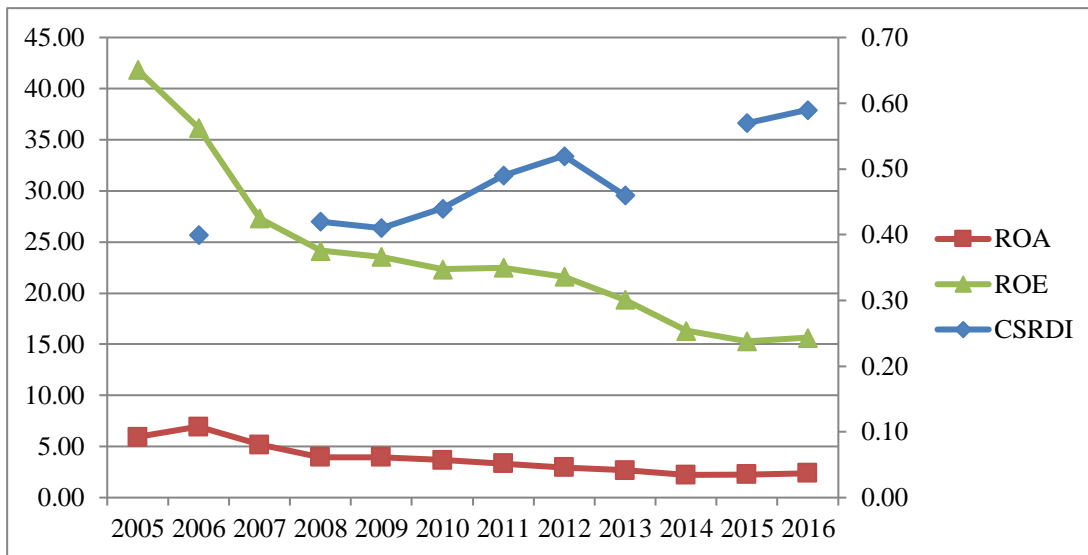
Grafikon I 3: CSRDI, ROA i ROE za QIB za period 2010-2016



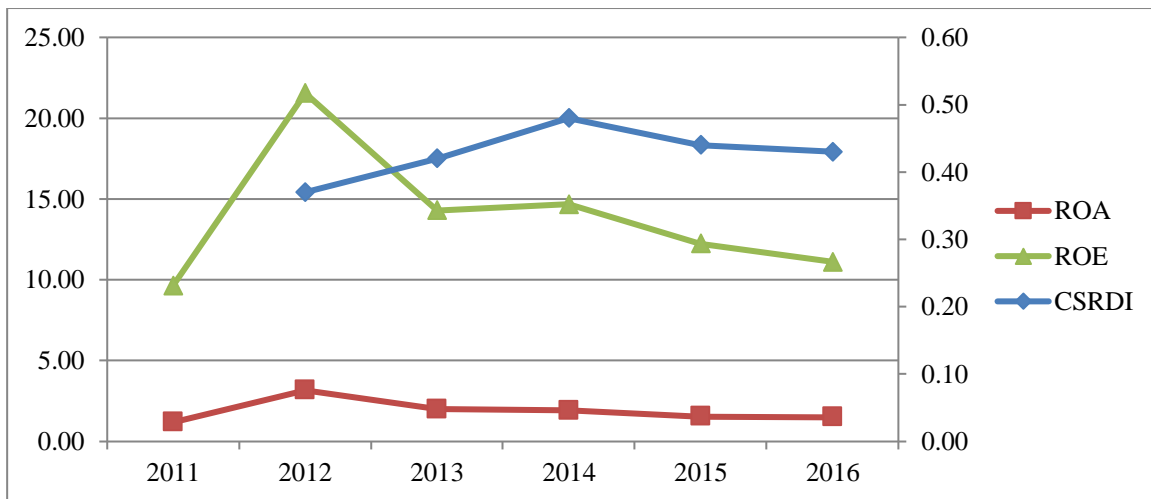
Grafikon I 4: CSRDI, ROA i ROE za BMI za period 2008-2016



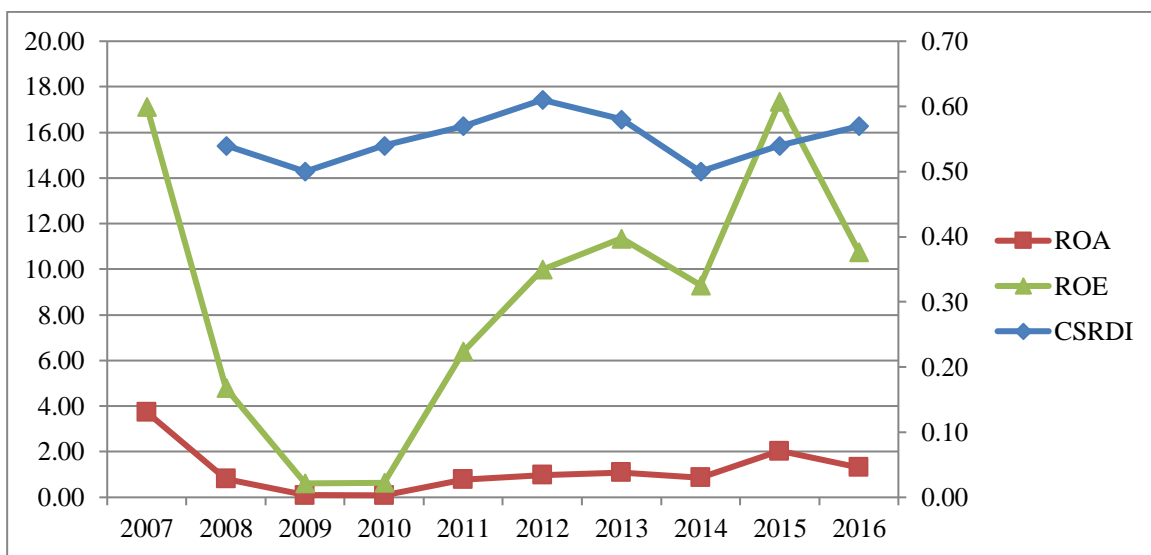
Grafikon I 5: CSRDI, ROA i ROE za BSM za period 2011-2016



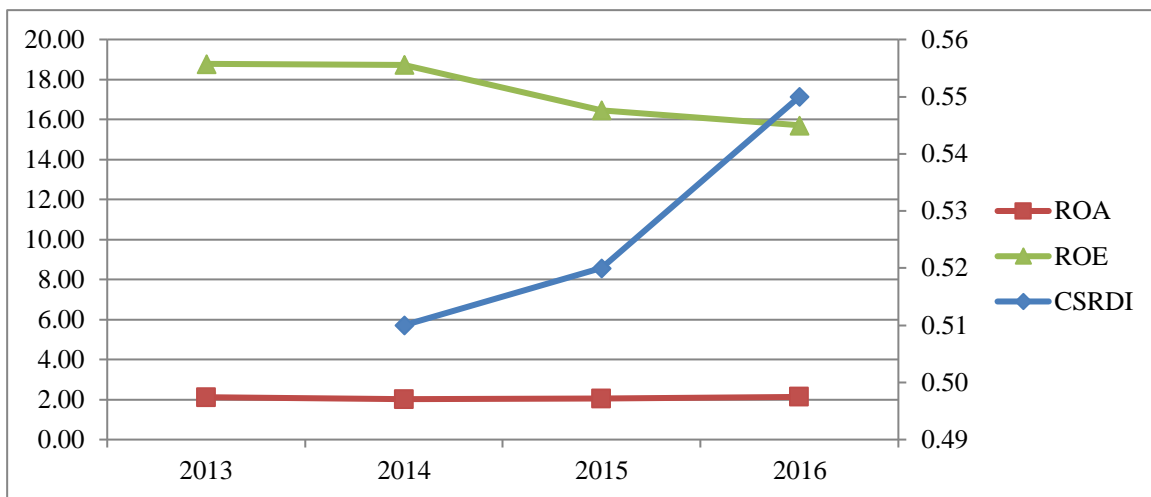
Grafikon I 6: CSRDI, ROA i ROE za Al Rajhi za period 2006-2016



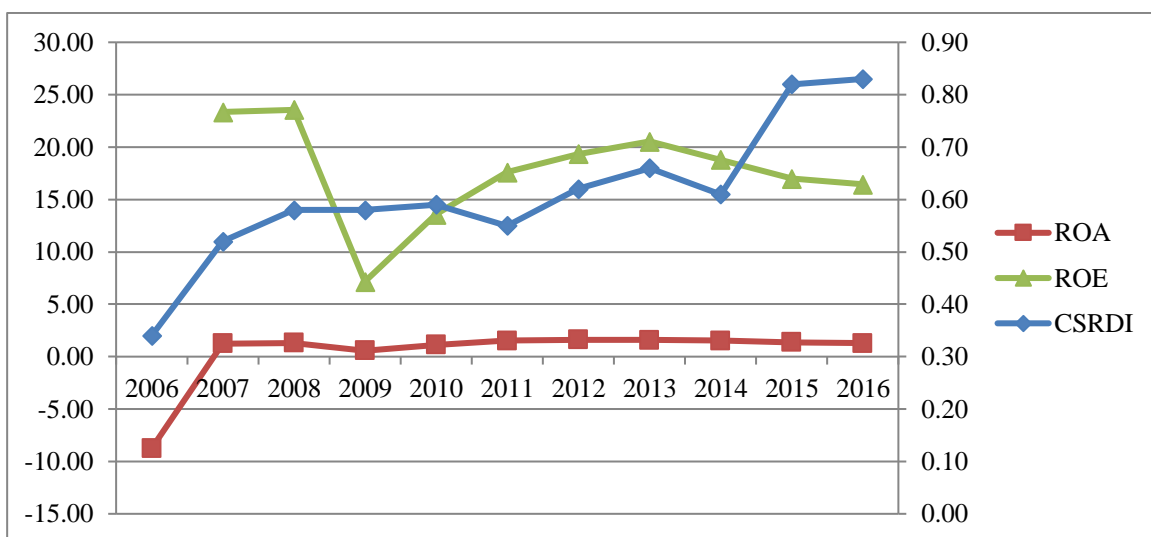
Grafikon I 7: CSRDI, ROA i ROE za Albilad za period 2012-2016



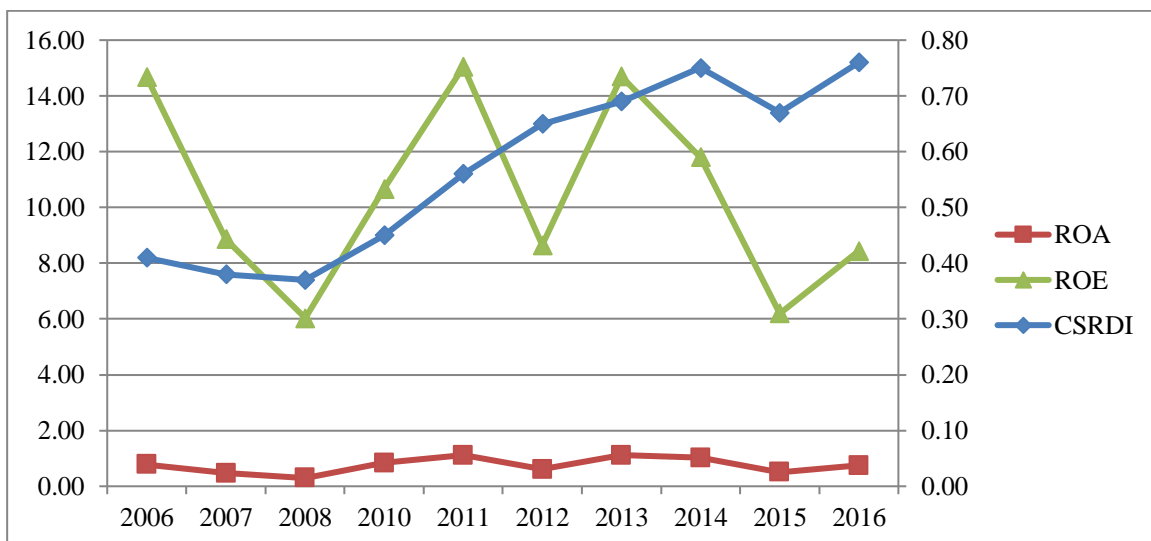
Grafikon I 8: CSRDI, ROA i ROE za AlJazira za period 2008-2016



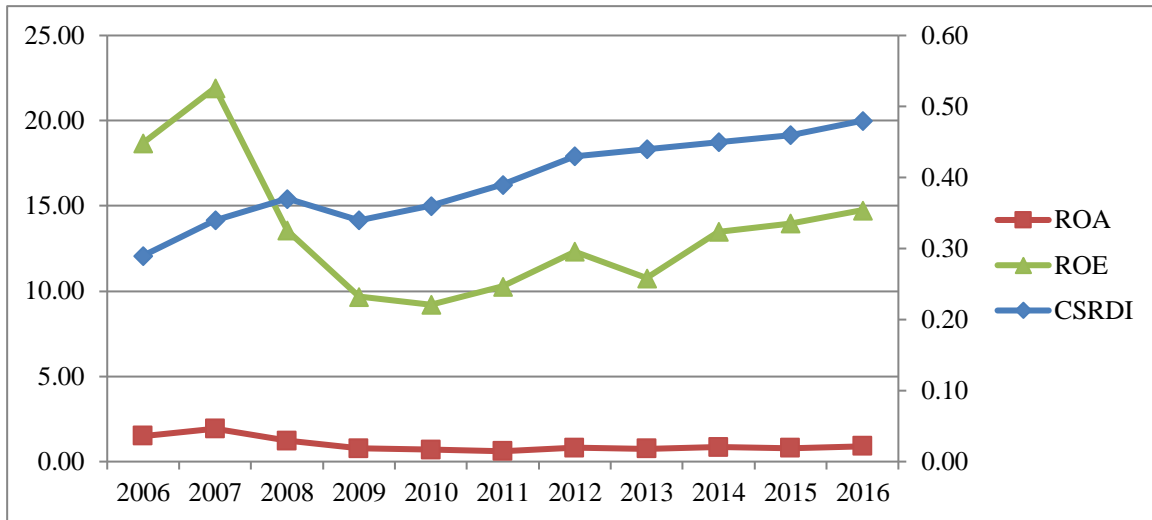
Grafikon I 9: CSRDI, ROA i ROE za NCB za period 2014-2016



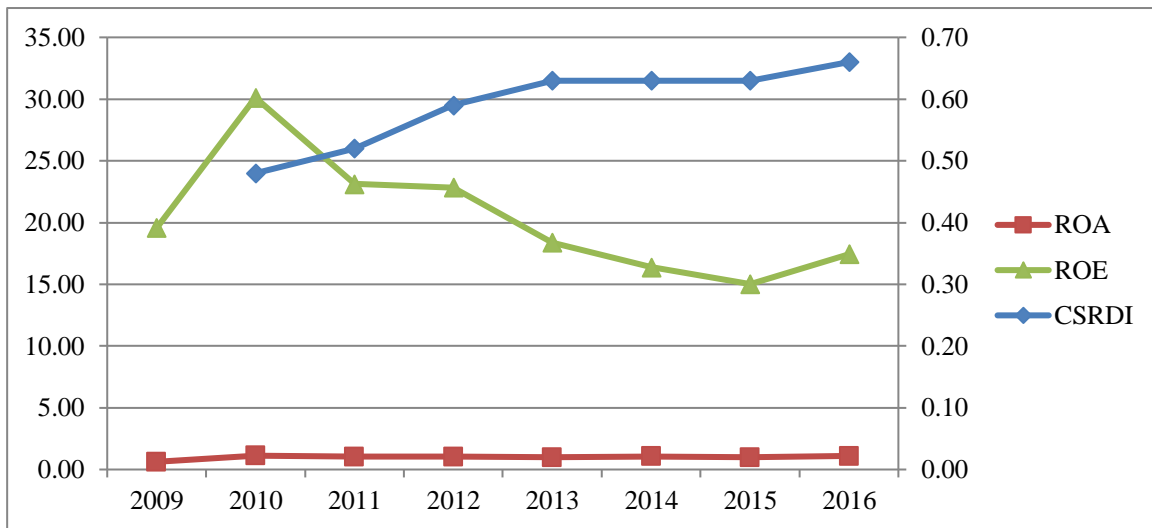
Grafikon I 10: CSRDI, ROA i ROE za BIMB za period 2006-2016



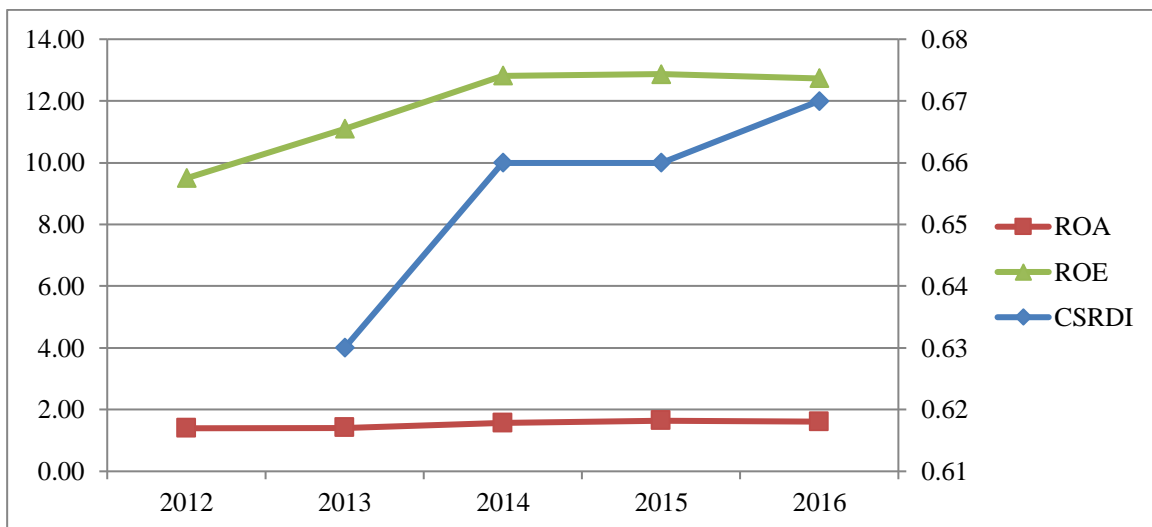
Grafikon I 11: CSRDI, ROA i ROE za BMMB za period 2006-2016



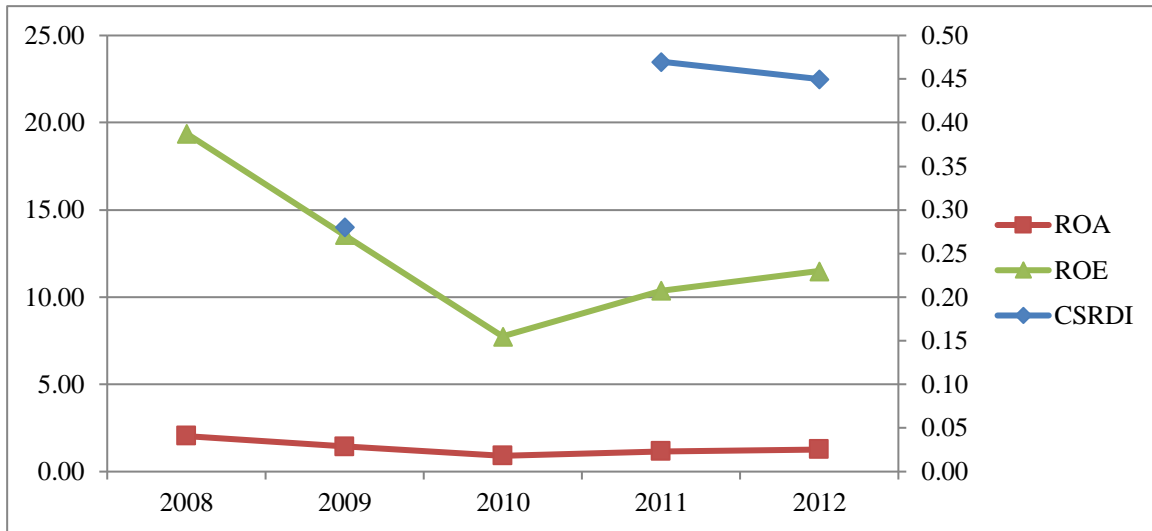
Grafikon I 12: CSRDI, ROA i ROE za RHB Islamic za period 2006-2016



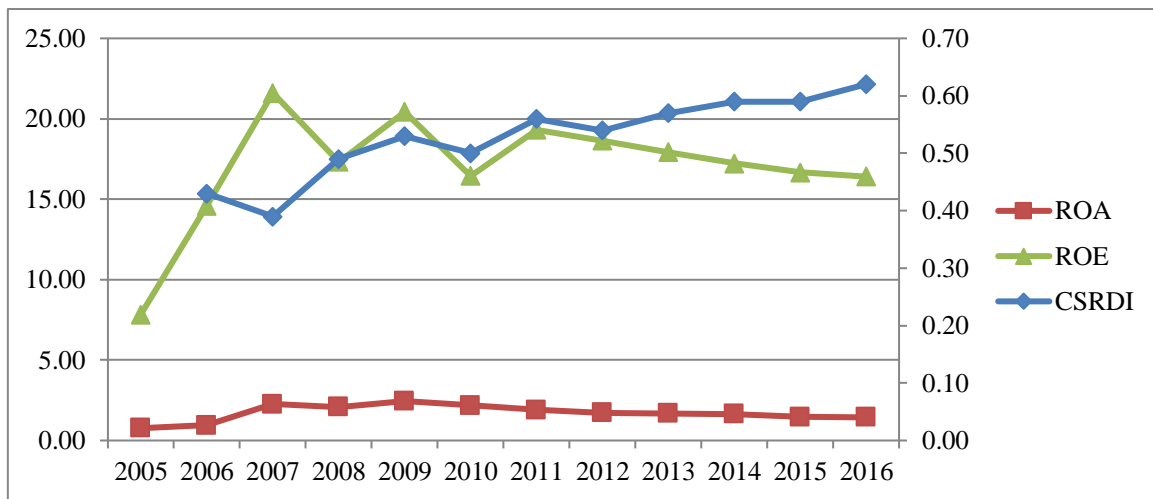
Grafikon I 13: CSRDI, ROA i ROE za CIMB Islamic za period 2010-2016



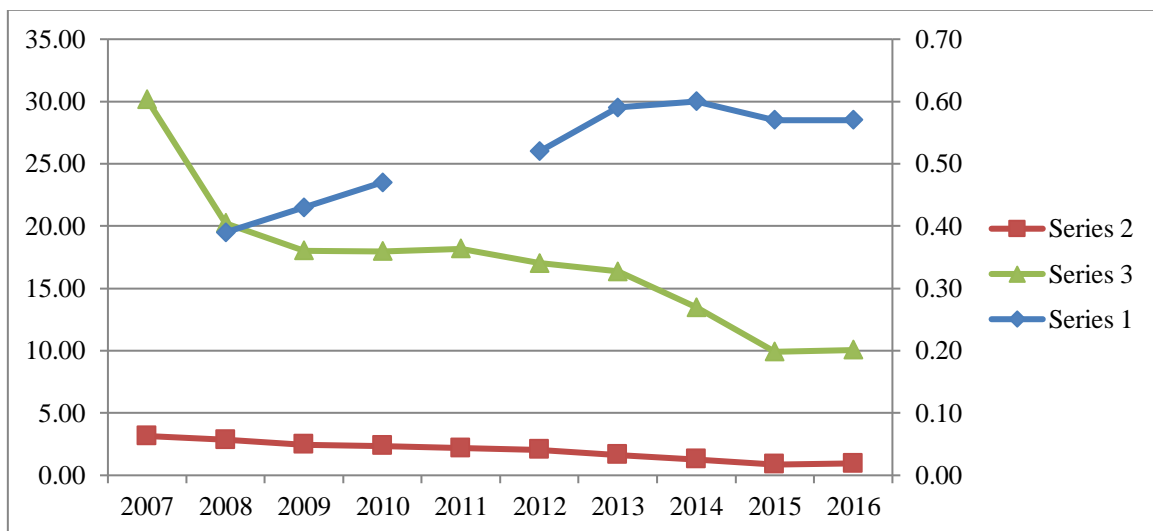
Grafikon I 14: CSRDI, ROA i ROE za ADIB za period 2013-2016



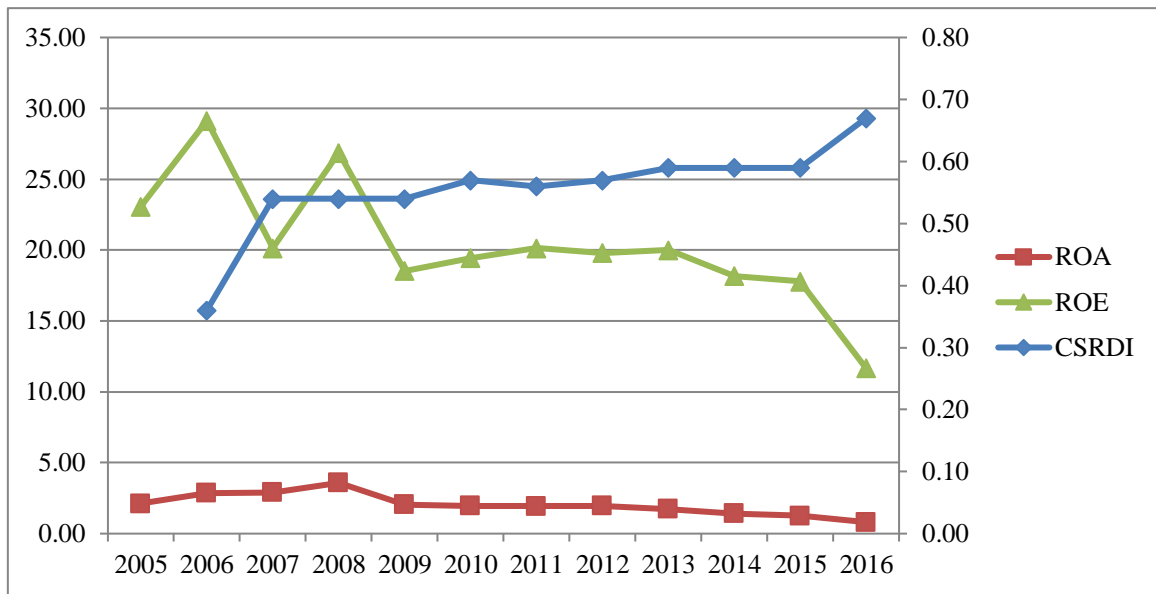
Grafikon I 15: CSRDI, ROA i ROE za DIB za period 2009-2012



Grafikon I 16: CSRDI, ROA i ROE za KT za period 2006-2016



Grafikon I 17: CSRDI, ROA i ROE za TF za period 2006-2016



Grafikon I 18: CSRDI, ROA i ROE za Albaraka za period 2006-2016