

Originalni naučni rad

UDK 338.48:658(497.6)

DOI 10.7215/SVR1204244C

DRUŠTVENA ODGOVORNOST PREDUZEĆA U INDUSTRIJI TURIZMA U BOSNI I HERCEGOVINI

Dr Saša Čekrlija

Sveučilište Hercegovina, Fakultet za menadžment resursa Mostar¹

Mr Slobodanka Pavlović

Nezavisni univerzitet Banja Luka²

Sažetak: Cilj je da se uz istorijsku analizu i prikaz modela društveno odgovornog poslovanja (DOP-a) koji prevladava u EU, empirijskim istraživanjem na ograničenom uzorku preduzeća u BiH iz oblasti turizma i uslužnih djelatnosti ustanovi koliko upravljačke strukture preduzeća, u srazmjerno mladoj i slabo razvijenoj privredi, poznaju pojam, svrhu i politiku društvene odgovornosti preduzeća. Da li prema navednoj postavci postoji uključenost zaposlenih u formulisanju i primjeni modela DOP-a. Svjesni činjenice da je koncept korporativnog upravljanja sve prisutniji u modernoj ekonomiji treba postaviti pitanje: *koja je razumna cijena tehnološke ekspanzije i do koje granice je moguć ukupan rast? Do kojih granica se može kretati tolerancija uslova rada?* Predmet istraživanja je društvena odgovornost preduzeća u BiH iz oblasti turizma i uslužnog sektora. Istraživanje je usmjereno na shvatanje važnosti provođenja koncepta DOP-a i promocije dobre prakse te na stepen poštivanja mandatorne, odnosno fakultativne odgovornosti preduzeća i njihovu spremnost da zanemare iste ukoliko određene okolnosti takav potez nametnu kao kratkoročno rješenje. Područje istraživanja je poznavanje i primjena modela društveno odgovornog poslovanja određenog broja BiH preduzeća iz oblasti turizma i uslužnih djelatnosti, ali i menadžmenta koji tim preduzećima upravlja.

Ključne riječi: *Društveno odgovorno poslovanje, mandatorna odgovornost, fakultativna odgovornost, društvena zajednica*

UVOD

Sigurno je da savremeno društvo donosi veliki progres, da moć nauke, kulture, umjetnosti, tehnike, tehnologije, određenih interesnih grupa, doprinosi uspješnom razvoju društva te da za posljedicu imamo unapređenje kvaliteta života savremenog čovjeka. Ipak, primjetno je da upravljačke strukture, monopolske pozicije pojedinih elita određuju sudbinu i kvalitet življenja mnogima. Može se reći da takvim djelovanjem

¹ Autor je doktorirao na polju odživog razvoja.

² Doktorant u Beogradu iz oblasti turizma i zaštite okoline

ostavljaju dubok trag na ukupna društvena kretanja. Odlučujući način stvaranja vrijednosti (kako ekonomskih tako i društvenih) nije putem djelovanja i ponašanja pojedinaca, nego individua i organizacija u mrežama. Stoga je potrebno prikazati sam model DOP-a. Zbog interesa BiH za ulazak u EU, kao i činjenice da BiH pripada Evropi, istraživanje je fokusirano na evropski model DOP-a. Od druge polovine prošlog vijeka ljudsko djelovanje nailazi na unutrašnja i vanjska ograničenja³ pa se u prvi plan postavlja problematika održivosti tog djelovanja. Odatle i odgovornost svakog subjekta za vlastito ponašanje i posljedice njegovih postupaka. Održivost je implicitno ili eksplicitno uvijek prisutna u društvenoj odgovornosti preduzeća, što je osnovni predmet ovog rada. U poslovanju preduzeća u Bosni i Hercegovini su jasno uočljive određene nelogičnosti jer pažljivom analizom i višegodišnjim iskustvom kao i istraživanjem dostupne literature pokazalo se da nešto s percepcijom upravljačkih struktura o opštoj odgovornosti preduzeća u Bosni i Hercegovini nije u saglasnosti sa društvenom ulogom preduzeća.

Pretpostavlja se da je društveno-politički i ekonomski kontekstualni okvir djelovanja preduzeća u BiH prepreka poznavanju, formulisanju modela i primjeni DOP-a. Nepoznavanje principa odgovornog poslovanja i promocije dobre prakse DOP-a bitno umanjuje konkurentske prednosti ekonomije u Bosni i Hercegovini.

1. DRUŠTVENO-EKONOMSKI KONTEKST DOP-A

Ako uzmemo u obzir brz tehnološki napredak u svijetu, geografski položaj i raspoložive resurse u BiH, sa jedne strane, te loše stanje ukupne BiH privrede i privredne infrastrukture kao i njen loš poslovni imidž u svijetu, sa druge strane, lako je zaključiti da dosadašnji nivo razvoja i rezultati tržišne utakmice, blago rečeno, nisu zadovoljavajući. Vanjsko-ekonomski odnosi i budžet Bosne i Hercegovine već godinama bilježe deficit uz pasivno posmatranje ubrzanog razvoja susjednih okolnih ekonomija koje su sve prisutnije na svim svjetskim tržištima, kao i u samoj BiH. Nedovoljna ulaganja u nauku, obrazovanje i tehnološki razvoj, te očuvanje prirode i njenih resursa, svakodnevno nanose veliku štetu cjelokupnom društvu. Pregled strateških dokumenata o razvoju ukazuje da nema strateške usmjerenosti kako bi se u budućnosti cijela regija razvijala kao socijalno odgovorna, ali istovremeno i moderna destinacija koja garantuje poštovanje kvaliteta usluge i dostignutih evropskih normi, a koja će kao takva biti u značajnoj mjeri konkurentna i u stanju da ponudi očekivani kvalitet plaćene usluge.

Bosna i Hercegovina je već dugo vremena označena kao država u kojoj nisu jednaka pravila tržišnog takmičenja za sve učesnike što se najjasnije vidi kroz povlaštene privredne subjekte kada su u pitanju davanja državnih podsticaja, davanje kredita od strane banaka za obnovu i razvoj, dobijanja poslova direktnim pogodbama i odobravanjem programa za izmirenje dugovanja po osnovu poreza, doprinosa i drugih dadžbina. Sve ovo čini otežavajuće okolnosti koje će se morati mijenjati na

³ Detaljnije o tome vidjeti Trputec (2007), str. 71-74.

putu evropskih integracija. Pravedan i transparentan sistem poslovanja uz podršku pravne države važan su uslov za napredak društva i pojedinca. Zbog toga najbolje rezultate postižu zemlje u kojima su stvoreni najpovoljniji uslovi za razvoj preduzetništva. Sigurno je da savremeni svijet može biti poštenije društvo, društvo koje će pružati šansu mnogima koji je danas nemaju.

2. VRSTE DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI

Kada se govori o domenu DOP-a vrlo je bitno napraviti razliku između dvije osnovne vrste odgovornosti. Pojedini autori pokušavaju produbiti podjelu na više od dvije, ali takva percepcija DOP-a pokazuje određene kontradiktornosti i od mnogih je ocijenjena kao neozbiljna. Dakle, kada se govori o DOP-u, tada je važno naglasiti da preduzeća mogu biti društveno odgovorna u cjelini ili djelimični, a to zavisi od ispunjenja *mandatornih i fakultativnih* odgovornosti.

2.1. Mandatorna odgovornost

Mandatorna odgovornost podrazumijeva standarde koje svako preduzeće treba da ispuni kroz regularno odvijanje poslovnog procesa. Regularno odvijanje poslovnog procesa obuhvata poštovanje zakonskih normi i podzakonskih akata (uredbi, pravilnika, preporuka i dr.), određenih kodeksa i određenih konvencija. Ovdje se uglavnom misli na to da mnogi mandatornu odgovornost svode na poštovanje Zakona o radu i potpisanog ugovora o radu sa zaposlenima. Međutim, često se zaboravljaju i zanemaruju kodeksi koje donose određena poslovna udruženja, sindikati. Međutim, često se postavlja pitanje ko formalno-pravno ima moć da usvaja i propisuje kodekse ponašanja. To su najčešće državne organizacije, vlada i vladine komisije, berzanska udruženja, udruženja poslovnih ljudi-menadžera i druga privredna i akademska udruženja. To takođe mogu biti i udruženja investitora te kombinovana tijela iz svih navedenih grupa.

Konačno, poštovanje mandatorne odgovornosti znači provođenje načela koja slijede: zaštita zdravlja i sigurnost radnika, neulazak u korupcijske odnose, neuključivanje dječije radne snage u radni proces, očuvanje životne sredine, plaćanje poreza, objavljivanje finansijskih izvještaja, korektno postupanje prema radnicima, isporuka kvalitetnih proizvoda, zaštita prava potrošača i poštovanje ugovora.

2.2. Fakultativna odgovornost

Fakultativna odgovornost nije vezana za poštovanje propisanih normi niti za realizaciju uobičajenih poslovnih aktivnosti preduzeća i predstavlja područje moguće diferencijacije preduzeća u odnosu na njegove konkurente. Često se fakultativna odgovornost koristi kao alat za sticanje povjerenja okoline i jačanje liderske pozicije na tržištu. Najjednostavnije rečeno, fakultativna odgovornost podrazumijeva sve aktivnosti koje preduzeće preduzima u cilju unapređenja kvaliteta uslova rada zaposlenih, šireg okruženja, životne sredine, a da ga na takvu aktivnost ništa ne obavezuje. Fakultativna odgovornost najčešće obuhvata: borbu za zaštitu ljudskih prava, poboljšanje kvaliteta života u lokalnoj zajednici, smanjivanje ekonomske diferencijacije između bogatih i

siromašnih, filantropske aktivnosti, rješavanje kritičnih socijalnih i drugih problema, poštovanje principa korporativnog upravljanja poslovnih subjekata i etičkog ponašanja i ekološku efikasnost.

Iako fakultativne odgovornosti nemaju direktno obavezujući karakter za preduzeće, treba naglasiti da većina njih ima indirektno mandatni karakter za samo preduzeće. Važno je naglasiti da i OECD⁴ kao respektabilna i nezaobilazna institucija daje preporuke posvećene upravljanju privrednim društvima i da su vremenom te preporuke dobile snagu zakona. Na primjer, nepoštovanje kodeksa korporativnog upravljanja, neće izazvati direktnu zakonsku kaznu (osim u slučajevima kada principi korporativnog upravljanja imaju formu zakonske norme), jer su u pitanju kodeksi po principu „prihvati ili objasni zašto nisi prihvatio“.

3.HUMANI ODRŽIVI RAZVOJ

Prostor slobode HOR-a je ograničen sa desne strane prirodnim okolnostima. Naša planeta u svakom trenutku ima vrlo precizno mjerljive fizičke granice bez obzira na sve moguće tehnološke promjene i poboljšanja koja te granice mogu pomicati. Međutim, na lijevoj strani modela HOR-a, kao limitirajući faktor je predočena društvena izdržljivost kao koncept bez opšteprihvaćenog određenja.⁵ Upravo ovo ograničenje apostrofira značaj DOP-a i značaj osjetljivosti društva u cjelini jer svako negiranje ovoga i nepostojanje takvih osobina može se smatrati protivno razvoju. širok spektar proizvoda i usluga koje nudi industrija turizma omogućavaju visok stepen potrošnje i multiplikacije u platnom bilansu zemlje. Za svaki dolar potrošen na putovanja i turizam, stvara se dolar i po u učešću industrije turizma u BDP-u u odnosu na druge privredne sektore.⁶ Turističke aktivnosti moraju poštovati jednakost svih, trebaju promovisati ljudska prava i posebno individualna prava najosjetljivijih grupa, posebno djece, starijih, hendikepiranih, etničkih manjina i domicijelnog stanovništva.

⁴ Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj (engl. Organization for Economic Cooperation and Development ili OECD, francuski: Organisation de coopération et de développement économiques ili OCDE) je međunarodna ekonomska organizacija osnovana 14. decembra 1960. Nastala je kao nasljednik Organizacije za evropsku ekonomsku saradnju (Organization for European Economic Cooperation tj. OEEC) nastale 1948. u sklopu Marshallovog plana s ciljem rekonstrukcije evropske privrede razorene u Drugom svjetskom ratu. OECD je konsultativna organizacija, bez snage obavezivanja bilo koje od svojih članica. Sjedište OECD-a se nalazi u Parizu. Smjernice su u suštini (iako ne i obavezujuće) preporuke u kojima se preduzećima savjetuje kako poslovati u skladu s politikom vlada i društvenim očekivanjima. Smjernice sadrže upute o primjerenom vođenju poslovanja u čitavom nizu različitih poslovnih djelatnosti. Iako su prvenstveno zamišljene za multinacionalna preduzeća, mogu ih koristiti sve firme u privatnom, državnom i mješovitom vlasništvu. Smjernice obuhvataju opštu politiku, javno iznošenje podataka, zapošljavanje i radne odnose, upravljanje okolišem, suzbijanje mita, interese potrošača, nauku i tehnologiju, tržišno nadmetanje i oporezivanje. Još jedan OECD-ov dokument – načela korporativnog upravljanja – bavi se pravima i odgovornostima dioničara te sadrži niz preporuka vezanih uz najbolje običaje, uslove uvrštenja na javna tržišta vrijednosnih papira i kodekse ponašanja.

⁵ Trputec, (2007.) str. 71.

⁶ The World Travel & Tourism Council (WTTC), Izvor: <http://www.wttc.org/research/special-research/business-travel-research/>

Fundamentalna prava zaposlenih i samostalnih radnika u turističkoj industriji, ali i srodim djelatnostima, trebaju biti zagarantovana, pod nadzorom državne i lokalne administracije i zemalja iz kojih dolaze ali i zemalja domaćina. Posebnu pažnju treba pokloniti specifičnim ograničenjima vezanim za sezonski karakter njihove djelatnosti uz globalnu dimenziju njihovog privređivanja i fleksibilnost koja se često zahtijeva prema samoj prirodi posla.⁷

4. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE U INDUSTRIJI TURIZMA U BIH

Rezultati iz domena ove problematike prikupljeni su na osnovu anketiranja izabranih preduzeća i provođenja intervjua kod dijela anketiranih prema odabitu autora. Konačno, rezultati su veoma interesantni i navode na mnoštvo zaključaka o stanju DOP-a u industriji turizma. Očekivanja da se stvore svi preduslovi da bi se nešto uradilo su moguća jedino kod onih koji zaista nisu u prilici da sami sebi obezbijede egzistenciju. Ukoliko se pak sa druge strane radi o kompanijama onda bi se trebalo očekivati da one punopravno participiraju u razvijanju sistema društvene odgovornosti kao i da iznalaze načine za njegovo unapređenje (jer su u konačnici i same za to zainteresovane). Kako će se iz odgovora kasnije vidjeti vrlo često se inkorporiranje djelatnosti iz sistema društvene odgovornosti shvata kao uslov nametnut od strane EU i koji se mora primijeniti da bi se njoj pristupilo. To znači da se društvena odgovornost na nepravilan način percipira i da se prema njoj razvijaju stavovi koji nisu bazirani na realnim činjenicama i stvarnim saznanjima.

Odabrana preduzeća su u istraživanju davala davala odgovore na tzv. nezgodna pitanja iz domena poslovne politike (tajne) i opšti utisak je da menadžment preduzeća nije dorastao misiji DOP-a. Ono što je više nego zanimljivo su odgovori koji se dobijaju u funkciji alibija kada se traže obrazloženja za takav neangažman. Prvo se ponovi da zvanični dokumenti na osnovu kojih kompanija posluje to ne predviđa, i zatim se doda da je to u vrlo skorom ili relativno skorom planu (neki od dobijenih odgovora su: *Biće integrisana u dokumente strategije djelovanja i razvoja naše kompanije za period do 2020.; Kompanija posluje po osnovačkim aktima a DOP tada nije zaveden kao polje djelovanja, ali nakon dokapitalizacije će biti jasnije smjernice, plan, budžet pa će tako i DOP naći svoje mjesto; Nadamo da u buduce hoće*). Odmah nakon toga dolazi do isticanja da i pored pravnih okvira kompanije učestvuju *povremenim uzimanjem učešća u humanitarnim akcijama, marketinškim aktivnostima u definisanom cilju kompanije, njenoj misiji, viziji, kao i u nastojanju da se pomogne u ostvarivanju boljeg i odgovornijeg društva*. Na osnovu toga polazno uvjerenje je da socijalna odgovornost predstavlja prilično apstraktnu i neartikulisanu oblast i da kompanije nisu u potpunosti upoznate sa njenim

⁷ Izvor: Preambula opšteg etičkog kodeksa u turizmu Svjetske turističke organizacije (WTO), donesena na Generalnoj skupštini koja je održana u Santiagu, Čile, 1.10.1999. godine.

Preuzeto sa <http://ethics.unwto.org/sites/all/files/docpdf/bosniabosnian.pdf>

stvarnim karakteristikama, namjenama, dinamici i značajem. Jedno od dobijenih obrazloženja koja bi istakli a koje predstavlja razlog zašto se ne uzima učešće u domenu društvene odgovornosti je da *socijalnu politiku treba da uređuje država a na lokalnom nivou opština. U ovim uslovima se kompanije samo dovode u priliku da opstaju, a nikako da napreduju*. Iako postoji saglasnost sa mišljenjem da se na državnom, entitetskom, kantonalnom ili lokalnom nivou mora imati osnova i podrška koju obezbjeđuju vladajuće strukture, mora se istaći da kompanije same treba da razviju sistem lične odgovornosti prema društvu u cjelini. Bez obzira na to kakva bila socijalna politika u društvu u kome živimo kompanije treba da budu faktor koji učestvuje u stvaranju stabilnijeg sistema, a razvijenost područja društvene odgovornosti je svakako jedan od direktnih indikatora stepena razvijenosti i stabilnosti opšteg sistema. To bi bili opšti društveni i egzistencijalni preduslovi koji se navode. Pored toga kao odgovori se ističu i oni koji se odnose na lične preduslove koji se tiču pojedinačnih kompanija. Neke od kompanija koje su ispitivane navode score izmjene statuta ili reorganizaciju pa takve korake smatraju nužnim preduslovom da se aktivira na polju društvene odgovornosti (*Biće sadržana u dokumentima strategije razvoja i djelovanja kompanije za naredni period; Nakon dokapitalizacije će biti jasnije mjesta i za to; Nadamo da u buduće hoće nakon restrukturiranja kompanije*). Imajući ovo u vidu možemo reći da se kao opravdanja za neaktiviranje na polju društvene odgovornosti navode i opšte karakteristike društva i lična objašnjenja ili prepreke. U svakom slučaju stiže se utisak da je mnogo jednostavnije naći argument koji može opravdati odsustvo iz domena društvene odgovornosti nego preduzeti konkretne korake na ovom planu. Bez obzira što stvarno učešće u procesima kojima pripadaju društvene odgovornosti traži napore i ulaganja smatramo da je ipak dobijeno opravdanja i da bi se većini njih mogle ustanoviti “*staklene noge*”. Postojanje službe za odnose s javnošću je daleko od poslovnog imperativa kod mnogih posmatranih subjekata. Ono što ostaje tajna je da li su službe za odnose sa javnošću zaista samostalne u svojim aktivnostima ili su pod gvozdenim nadzorom menadžera ili pak vlasnika kompanija. Samostalan rad službe za odnose s javnošću podrazumijeva direktnu komunikaciju sa javnošću i uvažavanje potreba bilo koga da sazna određene informacije u vezi sa aktivnostima, namjerama ili ranijim djelovanjem subjekta. Bosna i Hercegovina ima usvojen zakon o dostupnosti informacija koji obavezuje odgovor na traženo pitanje u roku od trideset dana, ali opšti dojam (pisanje štampe, reakcije medija i nevladinih organizacija) je da se postojanje ovog zakona uglavnom zanemaruje te da se većina aktivnosti drži u tajnosti pod obrazloženjem poslovne tajne. Veći dio subjekata koji nema uspostavljenu službu za odnose s javnošću to smatra nepotrebnim jer žele protok informacija držati pod kontrolom uz primjesu da postojanja takvih službi usporava poslovanje i finansijski ga opterećuje. Definitivno, ne razmišljaju u pravcu unapređenja poslovanja i korištenja prednosti koje eventualno mogu dobiti. Samo jedan ispitanik je potvrdio postojanje samostalne službe za odnose s javnošću i naveo da se nadređeni ne miješaju u njihov rad i da tražene informacije dostavljaju u zakonskom roku.

ZAKLJUČAK

Analiza rezultata je jasno pokazala da je kolektivna svijest o DOP-u daleko od potrebne i može se zaključiti da je poslovni imperativ opstanak na tržištu pa čak i po cijenu kršenja zakona, propisa, etičkih kodeksa i dobre poslovne prakse. Ipak, može se nagovijestiti da se svijest preduzeća mijenja u pozitivnom pravcu. Ova promjena je suviše spora, ali ipak dovoljna da bude evidentirana i kao takva označena značajnim napretkom u poslovnom okruženju MSP u BiH. Različiti su kriteriji da li je ta promjena prisutna iz iskrenih namjera ili je riječ o formiranju poslovnog imidža, ali je blaga promjena shvatanja važnosti DOP-a ipak evidentna i trenutno je to pozicionirano kao najvažnije.

S obzirom da je ovo napredan poslovni koncept, ali prilično nepoznat na našim prostorima, potrebno je uložiti dosta truda da se znanje o teoriji i praksi društveno odgovornog poslovanja učini dostupnim biznisima, nevladinim organizacijama i predstavnicima vlasti. Akademske institucije mogu i trebaju da igraju važnu ulogu u stvaranju solidne baze znanja o DOP-u u regiji. Potrebno je i dalje organizovati razne oblike događaja koji mogu doprinijeti promociji saradnje i podizanju nivoa znanja o DOP-u: konferencije, seminare, okrugle stolove, susrete, treninge i drugo. Takođe, važno je promijeniti određene zakonske regulative te je potrebno regulisati zakonske okvire u kojima se kreću aktivnosti vezane za DOP, a prije svega sistem poreskih olakšica za donacije i humanitarni rad. Velike kompanije trebaju preuzeti vodeću ulogu u promociji DOP-a i one kao takve moraju biti društveno odgovorne i služiti kao praktičan primjer primjene dobre prakse. Zajedno sa preuzimanjem globalne marke (brenda), lokalne ispostave multinacionalnih kompanija moraju preuzimati i njihove standarde poslovanja i vrijednosti. Važno je i jačati ulogu medija kao ključnog faktora popularizacije DOP-a.

Moguće je ostvariti stratešku i dugoročnu promociju društveno odgovornog poslovanja svih aktera društva (uključujući i medije) kroz konstantnu edukaciju novinara, promociju istraživačkog novinarstva i animaciju ključnih ljudi i donosioca odluka u medijskom prostoru. Mala i srednja preduzeća (MSP) koja se bavi pružanjem određenih usluga iz sektora turizma nije zadovoljavajuća i u velikoj mjeri opterećuje odnose unutar samog sektora. Osnovni problemi i nedostaci su u ovome radu jasno navedeni i uporedno prikazani, ali svakako da je najporažavajući podatak upravo taj da kratkoročne poslovne aktivnosti menadžera preduzete u cilju momentalnog rješenja određenog problema i sticanja profita imaju dugoročne negativne posljedice u društvu što se najjasnije vidi na niskom stepenu indeksa humanog održivog razvoja koji BiH konstantno drži na začelju evropske porodice. Upravo su ekonomske i političke integracije prepoznate kao instrument koji sužava prostor za manipulacije i daje snažan vjetar u jedra primjeni koncepta DOP-a u BiH. DOP je u ekonomiji prepoznat kao putovanje bez kraja, dakle, kao kontinuiran proces koji je potrebno neprestano unapređivati. Da bi brodovi na tome putu plovili punim jedrima potrebno je da za kormilom budu stručne osobe koje će navigirati prema pravilima istim za sve i na taj način održavati dostignuti kurs drugih ili se eventualno takmičiti sa drugima.

SOCIAL CORPORATE RESPONSIBILITY IN HOSPITALITY INDUSTRY IN BOSNIA AND HERZEGOVINA AS A FUNCTION OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Phd. Saša Čekrlija Ph.D. and Slobodanka Pavlović M.A.

Abstract: The aim is that with the historical analysis and display of models of corporate social responsibility (CSR), which prevails in the EU, research on a limited sample of companies in BiH in the field of tourism and service industries establish how the company management structure, with relatively young and poorly developed economy, recognize the concept, purpose and policy of corporate social responsibility. According to the specified setting, does the involvement of employees in the formulation and implementation of CSR models exist. Aware of the fact that the concept of corporate governance is increasingly present in the modern economy we need to ask the question: what is a reasonable price of the technological expansion, and how high is the limit of total increasing? To which boundaries the tolerance of working conditions can move? The research topic is the social responsibility of enterprises in BiH in the field of tourism and service sectors. The research is focused on understanding the importance of implementing the concept of CSR and promoting good practice as well as the degree of compliance with mandatory or optional accountability of companies and their willingness to disregard the same, if certain circumstances to impose such a move as a short term solution. The research area is knowledge and application of models of corporate social responsibility of a number of companies from BiH tourism and service industries as well as the management that these companies operate. All efforts are focused on sustainable community development.

Key words: *social responsibility, accountability mandatory, optional accountability, community*

LITERATURA

1. Johnson. G, Scholes. K, (2002), *Exploring Corporate Strategy*, Fifth Edition, Financial Times/Prentice Hall. London
2. Friedman. M, (2002), *Capitalism and freedom*, Fortieth Anniversary Edition, The University of Chicago Press, Chicago and London
3. Soderbaum. P, (2000), *Ecological Economics*, A political economics to environment and development, Earthscan Publications Ltd, London
4. Trputeć. Z, (2007), *Dizajn humanog održivog razvoja i ekonomski razvoj*, Hrvatski leksikografski institut BiH, Mostar
5. Ruttan. V. W, (2001), *Technology, Growth and Development*, Oxford University Press, New York
6. Philip Kotler, (1999), *Principles of Marketing*, Prentice Hall Europe, London

RESUME

It is certain that modern society brings great progress, that the power of science, culture, arts, techniques, technologies, a certain interest groups, contributing to the successful development of society and that have resulted in improving the quality of life of modern man. However, it is evident that the management structure, the monopoly position of particular elites determine the fate and quality of life for many. It can be argued that such actions leave their

mark on the entire social movement. Deciding how to create value (both economic and social) is not through actions and behaviors of individuals, but individuals and organizations in networks. It is therefore necessary to show that the model of CSR. Because the interests of Bosnia and Herzegovina for the EU, as well as the fact that BiH belongs to Europe, research has focused on the European model of CSR.

SVAROG