

# ETIČKO UPRAVLJANJE ORGANIZACIJOM

Aleksandar Todorović, MS  
Biljana Viduka, MS  
Vladimir Varadjanin, MS  
Goran Dimić, MS<sup>1</sup>

## *Apstrakt*

*Suština ljudskih odnosa ne počiva na njihovoj pravnoj sankcionisati, već na njihovom individualnom i društvenom funkcionalnom značaju. Bilo koji od pomenutih odnosa ili neki drugi, obezbeđuju funkcionalnost ljudskih odnosa i prihvaćenost, voljnu ili prinudnu, sadržaja tih odnosa, kako bi se obezbedilo funkcinisanje cele društvene organizacije ma koje ona bila prirode.*

*Predmet istraživanja ovog rada predstavlja etika i etički odnos u poslovnim organizacijama – biznis etika. Problem etike u poslovnim odnosima se postavlja kao vrlo jednostavno pitanje. Da li kategorija profita isključuje moralno ponašanje u cilju njegovog ostvarivanja? U poslovnoj etici ovo se postavlja i kao filozofsko i kao ekonomsko pitanje.*

*Ključne reči: etika, mora, poslovni moral*

## *Abstract*

*The essence of human relationships not based on their legal sanction, but on their individual and social functional significance. Any of these relationships or otherwise, provide functional human relationships and acceptance, willing or forced, the content of these relations, to ensure.*

*The subject of this paper is ethics and ethical behavior in business organizations - business ethics. The problem of ethics in business relationships is set as a very simple question. Did category profit excludes moral behavior for the purpose of exercising? In business ethics, this is set as a philosophy and as an economic issue.*

*Key words: ethic, moral, bussines ethic*

---

<sup>1</sup> Aleksandar Todorović, Uprava za zajedničke poslove republičkih organa, Beograd, Nemnjina 22-26  
Biljana Viduka, Spescom doo, Novi Sad, Birčaninova 29  
Vladimir Varadjanin, Viskoka škola strukovnih studija za obrazovanje vaspitača, Kikinda, Svetosavska 57  
Goran Dimić, JKP „Komunalac“, Čačak

## UVOD

Čovek svakodnevno stupa u različite društvene odnose. Bilo da je reč o poslovnim odnosima, ili o odnosima subordinacije, ostvarivanja ljudskih prava prema državi ili od države, svi ovi odnosi predmet su uređivanja neke pravne norme. Bilo da je privatno-građanskog odnosno imovinskog karaktera, bilo da je reč nekim imperativnim zakonskim normama kojima se ostvaruje ili štiti neko građansko pravo ili se u skladu sa zakonom ograničava neko drugo pravo u cilju ostvarivanja opšteg interesa, reklo bi se da pravni poredak u najvećoj meri može zaštititi osnovne potrebe za uređenim ljudskim odnosima u cilju funkcionisanja svih društvenih faktora koji obezbeđuju održivost društvene zajednice omeđene i zaštićene državom.

Problem etike u poslovnim odnosima se postavlja kao vrlo jednostavno pitanje. *Da li kategorija profita isključuje moralno ponašanje u cilju njegovog ostvarivanja?* U poslovnoj etici ovo se postavlja i kao filozofsko i kao ekonomsko pitanje. Predmet istraživanja ovog rada predstavlja etika i etički odnos u poslovnim organizacijama – biznis etika. Važno je napomenuti da predmet istraživanja nisu samo striktno odnosi unutar organizacije, već jednako i odnosi koji usled delovanja i funkcionisanja same organizacije nastaju sa subjektima van nje.

## POJAM ETIKE I MORALA I ETIČKE KATEGORIJE

Etika je filozofska disciplina koja proučava ethos – moral i moralni život. Ona teži da uobliči opštu teoriju morala i teorijske osnove razvoja morala, radi razumevanja i objašnjenja moralnih htenja, vladanja i delanja ljudi. Moral kao oblik ljudske prakse odnosno praktičnog odnosa čoveka prema svetlu, prema drugima ljudima, kao i premasebi samom, manifestuje se u vrednosnom procenjivanju ljudskih postupaka i htenja kao vrednih i nevrednih, odnosno onog što se odobrava, želi, preporučuje, nalaže i onog što se ne odobrava, osuđuje ili zabranjuje. Moral je istorijska kategorija što znači da moral nije isti u svim društvenim grupama i istorijskim periodima, pa univerzalna skica moralnog razvoja opisuje kulturno različite standarde.

Etika se bavi onim što je moralno ispravno ili pogrešno, pravedno ili nepravedno, a određuje se kao skup društvenih pravila koja rukovode ponašanje članova zajednice, njihove izbore i aktivnosti. Ta pravila predstavljaju utvrđen standard ponašanja. Međutim, sami po sebi, standardi utvrđeni putem propisa i pravila koji nisu zaštićeni pravno propisanom sankcijom, već ubeđenošću pripadnika društvene zajednice u važnost postojanja tih propisa. Ova društvena ubeđenost većinskog ili celog broja pripadnika društvene zajednice kao kulturološki i društveni fenomen sažima se u kategoriju integriteta.

Moral je oblik ponašanja, oblik ljudskog delovanja, praktičnog odnošenja čoveka prema samom sebi, prema drugim ljudima kao i prema svetlu. Moral se manifestuje u vrednosnom procenjivanju ljudskih postupaka, dela i htenja kao pozitivno ili negativno vrednih, pri čemu se prvi odobravaju, žele, preporučuju, zapovedaju, a drugi ne odobravaju, kude osuđuju, zabranjuju. Na osnovu svega što je do sada rečeno o moralnim kategorijama može se reći da je moral aktivno čovekovo oblikovanje i ocenjivanje sebe i drugih ljudi kao dobrih i zlih. Moral ipak, nije apstrakcija ili metafizički prostor u kome se odvijaju društveni procesi. Naprotiv moral je vrlo dinamičan sklop, koji stalno kroz epohe menja svoje sadržaje, pa s toga ni vrednosti dobra i zla ne mogu se uzimati kao apstraktna viđenja nego konkretne situacije u datom momentu. Ono što moral čini stvarnim jeste činjenica moralnosti, kao odnosa potencijalno moralnog pojedinca prema društvu. O moralu se ne može govoriti u slučaju pojedinca koji nije involviran u društvo i nije mu stalo da ostvari društvena priznanja.

Moralnost je prema teorijsko-metodološkoj lektiri, jedan od oblika društvenosti čovekove društvene svesti, a organizaciona moralnost je u tom slučaju jedan od oblika i konkretizovanih iskaza organizacione svesti.

Najznačajnije etičke kategorije su: vrednosti, ideal, vrlina i porok, dobro i zlo, moralni dug, savest, stid i krivica, sloboda, moralna odgovornost, sreća. Ove kategorije predmet su kontinuiranog izučavanja, kako istorije filozovije tako i savremene filozofske teorije.

## **POSLOVNA ETIKA I NJENA PRIMENA**

Poslovna etika proučava primenu ličnih moralnih normi na aktivnosti (procesе i odnose) i ciljeve organizacija sveta rada. Poslovna etika nije poseban moralni standard, već naučna analiza kako poslovni kontekst postavlja svoje jedinstvene probleme pred moralnu ličnost, a etika ličnosti predstavlja osnovna, temeljna pravila po kojima ta ličnost deluje. Poslovna etika odražava navike i izbore koje čine vrhovne uprave organizacija sveta rada kada su posredi njihove aktivnosti i aktivnosti ostalih članova organizacije (Miljević, 2010).

Poslovna etika se može podeliti u tri osnovne oblasti odlučivanja: izbori u okviru zakonskih propisa; izbori u okviru ekonomskih i socijalnih pitanja izvan granica zakona; izbori koji podrazumevaju davanje prednosti sopstvenom interesu. Poslovna etika novijeg doba nastupa pod imenom *sporazumna poslovna etika*. Ona nastoji da ponudi usklađen spoj motiva zasnovanih na profitu i vrednosti drugih orijentacija koje pomažu stvaranje poverenja i saradnje među ljudima. Sporazumna poslovna etika ima tri aspekta:

1. kao primarni cilj vidi stvaranje vrednosti u njenim brojnim oblicima;
2. profit i druge socijalne nagrade vidi više kao rezultat drugih ciljeva, nego kao najvažniji cilj;
3. problemima poslovanja pristupa više u smislu odnosa nego opipljivih proizvoda.

Sporazumna etika se razvija sa ciljem da se stvori više prostora za opštu moralnost u poslovnom razmišljanju, ali i priliku za jačanje osećaja sopstvene vrednosti kod menadžera. Osnova sporazumnog razmišljanja je uverenje da je svaki pojedinac vreda poštovanja i uslužnosti i da se njegova vrednost ne meri samo troškom ili zaradom koju proizvodi. Teorija sporazumne poslovne etike je potvrda humanizma, jer smatra da je svaki život vrednost, čak i u ekonomskom kontekstu služenja korporacijaskom entitetu.

Međutim, tradicionalni koncepti društvene odgovornosti su u velikoj meri dovedeni u pitanje pod uticajem informacionog i informatičkog vremena. Narušavanje privatnosti kao eklatantan primer neetičkog poslovanja u danšnjim uslovima se redovno promovise. Pored toga, krađa intelektualne svojine i korupcija predstavljaju prvorazredna pitanja za današnje etičare. Današnji razvoj organizacije života dobija do sada neviđeni zamah i podstrek kako od nauke kroz svakodnevno sticanje novih znanja, tako i od korporacija. Etičko pitanje naravno ne prati taj korak. Današnji etičari su suočeni sa izazovom kako zauzdati progres i sprečiti uništenje prirode kao elementarnog mesta za preživljavanje. Po svemu sudeći odgovori na ova pitanja tražiće zalaženja u metafizičko preispitivanje etičkog smisla opstanka čoveka i prirode. Novi koncept poslovne etike danas glasi: „Ne dovodi u opasnost uslove za neograničeno opstajanje čovečanstva na Zemlji.

Nedostatak poslovne etike dovodi do poremećaja uobičajenih tokova poslovanja, kako u sredini gde se kompanija nalazi, tako i u širem okruženju, a nekad deluje i na svetske ekonomske i poslovne tokove izazivajući gubitak poverenja u poslovanje, preduzeće i rukovodstvo. Osim toga poslovna etika nije samo prisutna u odnosima između kompanija nego i u odnosima u organizaciji. Odnos, poslodavaca i menadžmenta i njihov zajednički odnos prema zaposlenima neodvojiv je od etičkog sagledavanja. Nizak moral zaposlenih u jednom preduzeću onemogućava i najbolji menadžment da postigne neke značajnije rezultate u poslovanju.

Do sada najuspešniji primer organizovanog etičkog koncepta u biznisu predstavlja koncept korporativne društvene odgovornosti. Po Kotleru korporativna društvena odgovornost je posvećenost da se unapredi društveno blagostanje kroz diskrecione biznis prakse i doprinos korporativnih sredstava. Opšta područja aktivnosti društvene odgovornosti preduzeća su:

- sprečavanje i rešavanje ekoloških problema;
- unapređivanje obrazovanja, umetnosti i zdravlja zajednice;
- doprinos rešavanju opšteljudskih i socijalnih problema i unapređivanja zajednice;
- unapređenje javne uprave omogućavanjem menadžerima i stručnjacima angažman na Vladinim pozicijama.

Korporativna društvena odgovornost je kritična i kontraverzna. Kritična je zbog toga što profitni sektor predstavlja najveći i najinovativniji deo bilo koje slobodne društvene ekonomije, čime predstavlja veoma dobro obavешten resurs o problemima društvene zajednice u kojoj se organizuje. Kontraverznost korporativne društvene odgovornosti proizlazi iz teoretske rasprave o tome da korporacije treba/ne treba da izdvajaju sredstva iz profita i pomažu društvenu zajednicu. Poslovna etika i profitabilnost nisu pojmovi koji se međusobno isključuju, to smo dokazali u gore pomenutom razmatranju problema etičkih granica u poslovanju.

Drugi poznati koncept etičkog poslovanja je korporativno građanstvo.

Konačno primer koji zasluđuje značajnu pažnju predstavlja socijalno preduzetništvo. Socijalna preduzeća su privatne organizacije koje ne posluju radi ostvarivanja profita, a pružaju robu ili usluge koje su direktno povezane sa njihovim eksplicitnim ciljem da rade za dobrobit zajednice. Dakle ove organizacije zasnivaju se na dva kriterijuma: socijalni i ekonomski.

## **DONOŠENJE ETIČKIH ODLUKA I ETIČKO UPRAVLJANJE**

### **ORGANIZACIJOM**

Odluka koja je donešena ili treba da se donese, doneće se i realizovati isključivo u okviru atmosfere koja postoji u sklopu organizacione kulture. Etičke i moralne norme i pravila primjenjuju u sprovođenju odluka na četiri hijerarhijska nivoa:

- a. **Svest o postojanju etičkih normi i pravila** – predstavlja osnov razvoja etičke kulture ponašanja. Zaposlenima je potrebna pomoć u identifikovanju etičkih problema kada se sanjima suočavaju. Kako bi što efikasnije pomogla svojim zaposlenima u ovakvim situacijama kompanije sastavljaju određeni Kodeks etičnosti, koji služi kao smernica u radu i ono što kompanija očekuje da zaposleni provode u svom radu.
- b. **Etički način rasuđivanja i razmišljanja** – kodeks o etičkom ponašanju pruža samo okvir za razvoj ovakvog načina razmišljanja, ali nije upotrebljiv u svakoj situaciji. Ovaj kodeks je

obično ispraćen i mnogim programima i treninzima, koje organizuje uprava kompanije za svoje zaposlene.

- c. **Etičko delovanje** – kodeks i treninzi ako nisu ispraćeni adekvatnom slobodom za njihovu primenu, predstavljaju uzaludan trud i utrošen novac. U tom cilju se sastavljaju smernice za sprovođenje etičkih pravila i normi, kako bi se svakom zaposlenom olakšao put do donošenja adekvatne odluke i poslovanje učinilo prijatnijim.
- d. **Etičko liderstvo** – predstavlja najviši stepen primene i realizacije etičkih pravila i normi u jednoj organizaciji. Sistem se sastoji u tome da uprava i njeni menadžeri nisu samo tu da propagiraju etičke vrednosti i pravila već i da im se povinuju i aktivno ih primjenjuju. Ovo podrazumeva da menadžeri imaju sposobnost i kapacitet u priznavanju svojih grešaka i aktivno rade na njihovom rešavanju. Takođe u sprovođenju etičkih pravila i normi moraju biti uključeni i potrošači, investitori, kao i šira javnost (Lajović).

Donošenje poslovnih odluka u organizaciji vezano je, najčešće, za pet grupa etičkih pitanja.

To su:

- Etička pitanja o finansijskim ciljevima organizacije;
- Etička pitanja u obavljanju finansijskih transakcija;
- Etička pitanja odlučivanja;
- Etička pitanja informisanja;
- Etička pitanja regrutovanja.

Svaka kompanija se suočava sa teškim odlukama i ponekad dolazi u iskušenje da zanemari svoje vrednosti zarad kratkoročne koristi. To je najdestruktivniji mogući način postupanja sa stanovišta dugoročne vrednosti. Ovde se radi o povjerenju, tom najkritičnijem elementu svih odnosa. Zaposleni moraju da veruju svojim rukovodiocima, rukovodioci moraju da veruju svojim timovima, kupci dobavljačima – i to uvek. Greške se dešavaju, a ponekad nešto krene naopako, ali je lakše povratiti ono što je izgubljeno ako postoji osnova izgrađena na uzajamnom poverenju. A poverenje je centralni element brendova, koji su osnovna imovina u poslovanju.

Dobra kompanija odmerava svaku odluku i radnju na osnovu ovih vrednosti, uključuje te vrednosti u postupak uvođenja novih zaposlenih u posao, u merenje učinaka i sistem nagrada i proširuje ih na svoje odnose sa kupcima, dobavljačima, regulatornim telima, akcionarima i zajednicom. Zauzvrat dobija posvećenost i strast, ponos koji je posledica osećaja svrhe i integriteta, rešenost da se postave najviši standardi, očekivanje da se organizaciji može verovati, da će ispuniti ono što je obećala.

Pojedinac, koji se nalazi u situaciji etičke dileme, uvek je pod određenim pritiskom. Hoće li odluku donijeti prema situaciji ili prema unaprijed utvrđenim načelima? Kakve su posledice donešene odluke? U tom slučaju on je u nemogućnosti da zadovolji jedan od zahteva, a da pritom ne prekrši drugi. Protivrečni zahtevi dovode do podeljene svesti pojedinca (*double bind*), u psihološki teško rešivu ili nemoguću situaciju. Time se ograničavaju ili čak ukidaju osnovne pretpostavke etike: *sloboda izbora* i posledična *odgovornost* za lične postupke. Na primer, savremeno poslovanje zasnovano na logici privrednog darvinizma i mota „Mi ne gubimo vreme, mi ne sanjamo i nemamo pogrešne nade”, postavlja kontradiktorne zahteve. Od poslovnih ljudi se traži žestoka kompeticija, agresivnost, prodornost, individualizam, pragmatizam, konformizam, ambicioznost, ali i poslušnost. Istovremeno, postavljaju se zahtevi da pojedinac bude kooperativan, tolerantan, komunikativan, odgovoran, ali i inicijativan i kreativan (Ratković Njegovan, 2008).

Donošenje etičkih odluka ne znači samo primenu vrednosti na svakodnevna pitanja. Ono što predstavlja najveći izazov je situacija u kojoj se dve ili više vrednosti nađu nasuprot jedna drugoj, a mi moramo da odlučimo koja će da prevlada.

Najčešći takvi konflikti, su između: istine i lojalnosti; pojedinca i društva; kratkoročnosti i dugoročnosti; i pravde i milosrđa.

Postoji mnoštvo spoljnih faktora koji utiču na formiranja etičke filozofije i ponašanje menadžera. Najveći uticaj od spoljnih snaga na rukovodstvo preduzeća imaju politički, socijalni i kulturni faktori. Takođe, i pritisci konkurencije predstavljaju znatnu pretnju poslovnoj etici. Promenljivi ekonomski uslovi, manjak finansijskih sredstava i pritisak akcionara takođe mogu izazvati pad etičnog ponašanja u organizacijama. Etička zamka koju stvaraju spoljni faktori poput ovih je očigledna. Ona stavlja firmu u položaj da je prinuđena da bira između mogućnosti da bude etički model u okviru svoje industrijske grane i za okruženje uopšte, ili da se potčini pritiscima situacije i ponaša neetično.

Dakle, spoljni faktori su: političko stanje, socijalne institucije, kulturne institucije, konkurencija na globalnom tržištu, opšti ekonomski uslovi, lokalna konkurencija, raspoloživost proizvodnih resursa.

Preovlađujuće je mišljenje da visoki etički standardi učvršćuju konkurentsku poziciju firme. Etičnost može direktno uvećati profitabilnost kompanije (smanjiti troškove smanjujući broj krađa od strane zaposlenih) ili, pak, smanjiti profitabilnost firme (povećati troškove zbog uvođenja skupog sistema za kontrolu zagađenja). Etičke akcije mogu imati i manje direktne, ali nimalo manje stvarne efekte na konkurentnost kompanije. Teoretičari sociologije tvrde da odluke koje su donete u prošlosti igraju ključnu ulogu u odlučivanju u sadašnjosti i budućnosti. Jednom važeća i sprovedena odluka utiče na buduće odluke pojedinca. Dakle, donošenjem i podsticanjem etičkih odluka tokom vremena pojedinac razvija istoriju etičkog odlučivanja. Kroz ovakav proces, etička filozofija i ideologija odlučivanja mogu postati relativno trajne (Lajović).

Ključno je pitanje morala zaposlenih u stepenu njihove integrisanosti u radnu okolinu. Ako je sigurna i prilagodljiva radna sredina, ako članovi organizacije u njoj mogu da postignu sopstvene ciljeve usmerene prema uspehu preduzeća, onda je srazmerno tome i na odgovarajućem nivou i moral. Dakle, princip integracije traži da se jednako uvažavaju i potrebe organizacije i potrebe pojedinca. To zahteva iskren napor od zaposlenih i od menadžmenta. U protivnom, i organizacija i svaki pojedinac u njoj će da trpe zbog neuspešne integracije.

Psiholozi su otkrili da integracije zaposlenih u preduzeću ne trpe poremećaje u odnosima rukovodstvo – zaposleni, da je stepen integrisanosti (unutrašnje i spoljne) u neposrednim odnosima s delujućim osnovnim dinamičkim faktorima, naročito u nepovoljnom okruženju. Prava integracija, traži od menadžmenta takvu strategiju da prihvate u integrativnim procesima i prirodu ljudskog faktora kada ga kontrolišu. To znači da ne čine od radnika amorfne ličnosti već da priznaju njihove specifične individualne vrednosti i ugrade ih u integrativni korpus organizacije.

## **ETIČKI KODEKS**

Etičko ponašanje se nameće i sprovodi putem institucionalizacije poslovne etike. To se može sprovesti uvođenjem etičkih kodeksa, etičkim komisijama, programima za sprovođenje etičkog obrazovanja, sprovođenjem društvene kontrole i dr. Mnoge organizacije se odlučuju za donošenje etičkog kodeksa kojim određuju etičko i neetičko ponašanje u svom poslovanju. Da bi se uspešno sproveo etički kodeks ponašanja u organizaciji bitno je da menadžeri redovno vrše kontrolu njegovog poštovanja.

Etički kodeksi se donose kako bi organizacije definisale prihvatljivo ponašanje svojih zaposlenih a ujedno nametnule visoke standarde poslovanja. Sa aspekta konkurentnosti etički kodeksi omogućavaju kompanijama da uporede svoje poslovanje sa poslovanjem konkurenata i najboljim praksama svetskih i domaćih organizacija. Poslovna etika proučava primenulicnih normi na

aktivnosti i ciljeve komercijalnih preduzeća i da kao takva ne predstavlja nekiposeban moralni standard, već studiju o tome kako poslovni kontekst postavlja svojejedinstvene probleme pred moralnu ličnost koja djeluje kao predstavnik tog sistema.

Većina kompanija započne proces formiranja programa organizacione etike razvijajući kodeks ponašanja, koji predstavlja formalnu izjavu koje opisuje šta organizacija očekuje od svojih zaposlenih. Takve izjave mogu imati tri različita oblika: etički kodeks, kodeks ponašanja, i izjava o vrednosti.

Etički kodeks je najsveobuhvatniji i sastoji se od opštih iskaza, ponekad altruističnih ili inspirativnih, koji služe kao principi i osnova za pravila ponašanja. Etički kodeks generalno definiše metode za prijavljivanje prekršaja, disciplinski postupak za prekršaje, kao i strukturu procesa. Kodeks ponašanja je pisani dokument koji može da sadrži neke inspirativne izjave, ali obično se navode prihvatljive ili neprihvatljive vrste ponašanja. Kod ponašanja je više sličan regulatornom skupu pravila i, kao takav, teži da izazove manje rasprave o konkretnim akcijama.

Prednosti etičkih kodeksa:

- Zaposleni počinju da razmišljaju o etičkim pitanjima prije nego se sa njima susretnu u realnim poslovnim situacijama;
- Omogućava se zaposlenima da odbiju izvršavanje neetičkih aktivnosti;
- Definišu se granice prihvatljivog i neprihvatljivog ponašanja;
- Pomaže se uvođenju zaposlenih u etičko ponašanje i njihovo podučavanje;
- Omogućava menadžmentu preduzeća da jasno definiše šta smatra neetičkim ponašanjem;
- Formiranje etičkih komisija.

Etički kodeksi predstavljaju izjave o normama i učenjima preduzeća, izražavaju očekivanja menadžera o ponašanju i razmišljanju zaposlenih. Njihova namjera je da podstaknu način razmišljanja i modele odnosa koji će dovesti do željenog ponašanja. Etički kodeks trebao bi da upućuje na opšta moralna načela i da pomaže u izgradnji moralne atmosfere unutar preduzeća. Etički kodeks je izveštaj o etičkim principima i pravilima ponašanja. Kao takav, on mora biti komponenta ukupne kulture preduzeća. To je način života, duboko usađen u kolektivitet preduzeća koje sprovodi procedure, pravila i instrukcije, da se vrednosti sadržane u ovom kodeksu poštuju, od strane svih radnika i saradnika. Etički kodeks mora biti tradicija, način ponašanja koji se prenosi sa kolena na koleno. Menadžer, posrednik je dužan sa u svom radu, i u životu uopšte, brani čast, dostojanstvo i ugled svoje profesije kroz kodekse ponašanja. Ponašanje zaposlenih nije ništa manje važno od znanja i sposobnosti, a to je posebno uočljivo u uslužnim organizacijama.

## LITERATURA

1. Bebek, B., Kolumbić, A.; Poslovna etika, Sinergija, Beograd, 2003
2. S. Certo, T. Certo, Moderni menadžment, Mate, Zagreb, 2009
3. A. Crane, D. Matten; Business ethics, 2007
4. Dragan Lajović, Biznis etika
5. Milan Miljević, Poslovna etika i komuniciranje, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2010
6. Biljana Ratković Njegovan, Poslovna etika, 2008