

Раденко Марић

*Универзитет Едуконс, Факултет за услужни бизнис,
Сремска Каменица - Нови Сад*

ДРУШТВЕНО-ЕТИЧКИ ИЗАЗОВИ ПРОЦЕСА ГЛОБАЛИЗАЦИЈЕ

Сажетак

Основна карактеристика савремене светске привреде је доминација мултинационалних компанија, снажно присуство државе у привреди и дугорочна тенденција глобализације светске производње, трговине и потрошње. Глобализација је многоструки проблем који крије у себи ризике али и шансе. Ако је за једне назадовање и пад у „Манчестер капитализам“, други је управо глорификују. По једном спису „Института за привреду Келн“ глобализација не ствара никакве проблеме, она само дефинише проблеме – на лековит начин – све проблеме које смо сами себи раније створили. Она је изазов: економски изазов али такође и друштвени, културни, пословни, етички, политички, и то не само за компаније. У том контексту, овај рад се бави проблемима и друштвено-економским последицама процеса глобализације, пре свега на привреду транзиционих земаља. Као једно од могућих решења за спречавање штетних последица глобализације, предлаже се њено организовање у друштвено-етичком смислу, тј., кроз примену „нормативно-политичке“ стратегије и стратегије конкуренције.

Кључне речи: глобализација, друштвене и економске последице, одговорност, друштвено-етичке стратегије.

I. УВОД

Иако глобализација има неке далеке историјске корене, она је првенствено феномен модерног доба. Процват индустрије, трговине и размене између земаља доводи до тога да се специјализација (подела рада) између људи трансформише у специјализацију (поделу рада) између земаља као националних економија. Развој крупне капиталистичке робне производње и афирмација профита, као основног покретачког мотива пословања, доводи до експанзије Светске трговине и инвестиција при крају XIX и почетком XX века. Растући тренд глобализације делимично је заустављен с почетком Првог светског рата и појавом не-слободне трговине која је довела до Велике депресије 30-их година, да би у другој половини XX века глобализација доживела поновну експанзију обухватајући све области живота. Срастање разноврсних транснационалних процеса и националних структура омогућава да економија, политика, култура и идеологија земља продиру једна у другу.¹⁾ Као резултат, јављају се различити облици организације међународних веза и односа између појединих земаља, група земаља и региона, као што су на пример: ЕУ, НАФТА, АФТА и др.²⁾

Сматра се да је глобализација проузрокована са три главна покретача, чији је убрзан развој последњих двадесет година довео до динамичних промена у светској привреди и економији, то су:

- (1) технолошка глобализација,
- (2) политичка глобализација и
- (3) економска глобализација.

Ова три основна покретача иницирала су процес у коме географска удаљеност сада постаје најмање битан фактор у укупном глобалном естаблишменту где се границе фиктивно бришу. Другим речима, мреже међусобних веза постају безграничне и распрострањене широм света. Велики допринос рушењу трговачких ограда дао је и ГАТТ – „Општи споразум о царинама и трговини“ који се сматра једним од основних узрока растуће глобализације у другој половини XX века. Основна нит која је била стално присутна у току трајања ГАТТ-а (1948-1993) је настојање да се либерализује спољна трговина. Као главно, било је укинути све рестрикци-

1) В. Вулетић, *Глобализација – мит или стварност*, Завод за уџбенике и наставна средства, Београд, 2003, стр. 160.

2) R. Anderson; J. Hair; A. Bush, *Професионалне менаџмент продаје*, Грмеч, Београд, 1998, стр. 253.

је у спољној трговини, а нарочито смањити што више царине као главну препреку за приступ страним тржиштима.

Као главне узрочнике глобализације треба споменути и енормни пад трошкова комуникација и транспорта. За илустрацију ове тенденције могу се навести следећи подаци: трошкови поморског транспорта смањени су са 95 на 25 америчких долара по тони у периоду од 1920. до 2000. године, трошкови превоза путника у авионском саобраћају су смањени са 0.68 на 0.11 америчких долара по једној миљи у периоду од 1930. до 2000. године.³⁾ Највећи напредак је успостављен у домену рачунарских комуникација. Њихов развој, посебно развој информационе мреже - Интернет, омогућио је веома јефтину, стандардизовану и поуздану релацију финансијских и других прометних трансакција.

Глобализација је реалност светске привреде, процес који са собом носи многе предности и недостатке. Као логички, намећу се следећа питања: какве последице, по државе, народе, компаније и појединце, са собом носи процес глобализације? Које пословне проблеме она узрокује? Да ли је глобализација мит или стварност?⁴⁾ На које начине се компаније, као „глобални играчи“ на светском тржишту, могу прилагодити изазовима растућег процеса глобализације, а да при том сачувају свој идентитет и поштење и да ли се то исплати у све оштријој конкурентској борби? Једном речју, да ли је могуће избећи или исправити „лоше“ а задржати „добре“ последице тоталних појава као што је глобализација?

2. ДРУШТВЕНО-ЕКОНОМСКИ ПРОБЛЕМИ И ПОСЛЕДИЦЕ

У пракси се показало да глобализација доноси краткорочни профит малобројнима, уместо дугорочне добити многобројних.⁵⁾ Данас, то представља највећи проблем са којим се суочавају светска економија и привреда, будући да у условима слободне трговине, пореских олакшица и неограниченог згртања новца, велике корпорације постају монополисти. Не долази до једнакости између страна које партиципирају у „тржишној утакмици“, већ онај ко први стекне веће богатство заузима монополски положај. Уколи-

3) М. Schramm, *Unternehmens etic immerzeitafterder globalisierung*, Erfurt, 2002, стр. 5.

4) В. Вулетић, нав. дело, стр. 5.

5) М. Томић, *Проблеми глобализације*, Зборник радова Универзитета у Загребу, Загреб, 2006, стр. 5.

ко нека мала компанија у „тржишној утакмици“ дође у колизију са мултинационалном компанијом, она једноставно не може бити конкурентна тој компанији. Тиме мултинационалне компаније добијају привилегован положај, што је у потпуној супротности са законом о слободном тржишту, будући да је услов слободног тржишта да нико не сме бити привилегован.⁶⁾

Привилегован положај омогућио је мултинационалним компанијама да додатно злоупотребљавају већ ионако нарушене тржишне односе, првенствено на штету националних компанија. Најчешће су у питању: (1) пореске олакшице, (2) корупција, (3) условљене инвестиције и (4) угрожавање и искориштавање јефтине радне снаге.

1.) Када су у питању пореске олакшице, проблем је тај да велике компаније које послују на тржишту других земаља, због своје величине и обима пословања које остварују, према одредбама закона, имају право да користе одређене пореске олакшице и смањене стопе опорезивања. На тај начин оне су додатно привилеговане на тржишту у односу на националне компаније које такве могућности немају. Овакав вид пословања довео је до несагледивих штетних последица по националне економије јер, када велике компаније уђу на тржиште неразвијених земаља њихов први циљ је уништавање домаће производње а управо наведене пореске олакшице им иду у корист. Како наглашава Урлих (Urlich Bec): „Мултинационалне компаније су у могућности да извозе своје послове у оне делове света где су обавезе за радно место најмање. Највећи моћници могу живети тамо где је најлепше за живот, а плаћати порез тамо где је то најјефтиније“⁷⁾

2.) Опстанак на тржишту, притисак конкуренције, очување прихода и високи профит као основни циљ сваке економске и пословне активности, често утиче на компаније да прекрше правне и законске смернице, а све са циљем постизања што боље пословне предности и позиције, превасходно на тржишту неразвијених земаља. Није ни мало необично што мултинационалне компаније не брину о начину како воде своје пословање на страним тржиштима. С обзиром да процес глобализације намеће правила игре у којима циљ (у овом случају високи профит) оправдава средства, често се догађа да мултинационалне компаније прибегавају разним врстама

6) М. Томић, нав. дело, стр. 6.

7) В. Вулетић, нав. дело, стр. 60.

„провизија“, као што су: подмићивање страних влада, корупција и др. На тај начин, послове на тржишту не добијају најбољи, што штетно делује на потрошаче, јавност, као и саме државе.

3.) Последњих година глобализација доноси још један озбиљан проблем који се тиче страних или такозваних условљених инвестиција. Реч је о томе да се мултинационалне компаније у циљу пробоја на нова тржишта и преузимања домаће производње, користе уценама и условљавањима домаћих произвођача и влада њихових земаља. Најчешће се то постиже кроз постављање услова за улазак великог капитала у земље које пролазе кроз проблеме транзиције и економске реформе, те су им стога, дата средства преко потребна. Конкретни случајеви су: малверзације и уцене у приватизацији, куповина домаћих компанија испод њихове реалне тржишне вредности, оснивање представништва („ћерки фирми“) мултинационалних компанија под далеко повољнијим условима него што је то случај са домицилним произвођачима, веза политике и улагања у смислу - већи износ инвестиција – веће могућности и помоћ државе за стварање монопола и др.

4.) Као резултат глобалне трке за профитом радикално реструктурирање претрпело је и тржиште радне снаге. Суочени са обавезом остваривања задатог обима производње и продаје, појачаном конкуренцијом и смањеним профитним маржама, мултинационалне компаније су искористиле слабљење моћи синдиката, море сувишних радника и незапослених, да прогурају много флексибилније режиме рада и уговоре о раду.⁸⁾ Права сврха те флексибилности јесте задовољавање често веома специфичних захтева сваке компаније. Све уобичајени постају системи као што је: прековремени рад или програми рада који износе преко 50 радних сати недељно, непоштовање и искориштавање радника, неадекватно плаћен посао, нереална очекивања у погледу радног учинка запослених, непостојање пословне културе и др.

Смисао глобализације треба да буде у томе да она постане средство и пут помака на боље у материјалном и целокупном друштвено-економском положају и животним изгледима свих људских бића, што и чини садржај вишег квалитета живота.⁹⁾ Према Тркуљи: „Уместо да циљ буде добар живот коме служи економија,

8) Исто, стр. 223.

9) Ј. Тркуља, *Искушења глобализације - глобализација, европеизација и национални идентитет*, Кикиндски дијалози, Кикинда, 2004, стр. 82.

она постаје само сврха. Смисао глобализације и економских активности постаје што ефикаснија привреда и што већи профит, а не све бољи живот појединца¹⁰⁾

3. ДРУШТВЕНО-ЕТИЧКЕ СТРАТЕГИЈЕ

Решавање наведених друштвено-економских проблема глобализације, од држава, компанија, па и појединца, захтева системски приступ решавању у два корака. Као прво, међу учесницима на тржишту треба развити свест о постојању датих проблема и њиховим озбиљним последицама по националне економије. У покушају да се реше неки проблеми, прво се морају разјаснити чињенице и настојати потврдити међу њима све оне релевантне. Након дефинисања проблема, да би се исти елеминисали и да би у будућности таквих и сличних проблема било што мање, неопходно је да се уваже две основне друштвено-етичке стратегије. То су:

(1) »нормативно-политичка« стратегија

(2) стратегија конкуренције¹¹⁾

3.1. НОРМАТИВНО-ПОЛИТИЧКА СТРАТЕГИЈА

Код “нормативно-политичке” стратегије ради се о томе да се нормативно-политичка правила, национална и интернационална, тако конципирају да се злоупотребе и финансијске малверзације више не исплате и да више нису могуће, да доносе много више штете него користи (добра), за разлику од онога што је случај данас. О чему се заправо ради илустрирају наредна два конкретна примера:

Пример 1. Пореска политика и инвестиције

У односу на пореску политику и условљене инвестиције добитници су мултинационалне компаније, који су добро субвенционисане у процесу глобализације. Оне могу као „глобални играчи“ да користе, не смо тржишне шансе у иностранству, већ и да избегавају трошкове, порезе у домицилној земљи, те да сами одређују повољније услове за сопствено пословање и сл. С друге стране ове предности процеса глобализације мале и средње компаније не могу да користе. Велике компаније у просеку плаћају на добит мањи порез што фискалну власт, која жели да обезбеди порез, наводи

10) Ј. Тркуља, нав. дело, стр. 83.

11) М. Schramm, нав. дело, стр. 7.

на то да подигне пореске стопе и још више захвата у џепове малих и средњих компанија. Све ово је од пословне равноправности, моралног пословног односа и услова слободног тржишта сувише далеко. Овај проблем који се заострава процесом глобализације може се решити само путем “нормативно-политичке” стратегије и то на два начина:

Прво, неопходна је пореска реформа којом би се успоставила пореска равноправност у корпоративном пословању и којом би се мале и средње компаније растеретила у односу на пореске обавезе (нпр. пореза на добит и сл.). Такође у оквиру закона треба увести и посебна нечела везана за откривање и кажњавање везе инвестиција и пословних погодности за рад мултинационалних компанија на територији домаће привреде.

Друго, неопходно је да се на нивоу ЕУ или ОЕЦД-а постигну споразуми за хармонизацију пореза и утврђивање минималног пореског нивоа, те изједначавање и усклађивање националног законодавства.

Пример 2. Борба против корупције

Један од највећих проблема са којима се суочавају модерне корпорације јесте феномен корупције који је по многим ауторима синоним за “друштвени пад привреде”. Око 29% менаџера изјављује да је у њиховом пословном подручју корупција надалеко проширена. Проблеми везани за корупцију су:¹²⁾

- Само апел на елиминисање и разоткривање корупције неће донети жељене резултате јер се та индивидуална намера предузетника као јединке, може експлоатисати од стране оних који потплаћују.
- Примена кривичног закона који се односи само на лица, као у случају Немачке, емпиријски се није оправдала. У овом случају су се кажњавали само индивидуални починиоци тако да менаџмент компаније нема мотиве за откривање корупције у сопственом «дворишту». Они ће пре инвестирати у заташкавање корупције него у њено сузбијање.

Један од најефикаснијих начина борбе против корупције је «нормативно-политичка» стратегија у САД. Амерички конгрес је 1991. године усвојио «Смернице Савезног Кривичног Закона»

12) Д. Антонић, *Корупција у Србији*, Центар за либерално демократске студије, Београд, 2001, стр. 57.

који предвиђа финансијску одговорност компанија за незаконито поступање својих чланова, за читав низ законских и моралних прекршаја као што су: подмићивање, превара, оштећење животне средине и сл. Новчане казне могу достићи износе и од неколико милиона долара. На пример: за тежи преступ новчана казна је од 5.000 до 72 милиона америчких долара, а за лакши преступ до 50.000 долара. Суштина је у томе да се код компанија које саме открију случај корупције казне могу редуковати и до 95%.¹³⁾ Оваквим нормама компаније се само подстичу да инвестирају у сузбијање корупције.

Процес глобализације додатно компликује проблем корупције. Чест је случај подмићивања чланова влада страних земаља (обично земаља у развоју) од стране мултинационалних компанија, у циљу: слободне трговине у тој земљи, коришћења њених природних ресурса, избегавања плаћања пореза и др. До сада су САД једина земља која је 1977. године усвојила Закон против стране корупције "Foreign Corrupt Practices Act - FCPA" који америчким компанијама забрањује давање мита владиним званичницима у страним земљама. Премда су се САД надале да ће друге земље следити њихов пример и усвојити сличне законе готово двадесет година ниједна земља није то учинила. У сваком случају, у то време мењала се реакција јавности на подмићивање у једној земљи за другом. Корупција власти укључујући узимање мита довела је до затворске казне за двојицу бивших Јужнокорејских председника, до оставке председника Бразила и Венецуеле, до кризе у Јапану и до подизања оптужница против владиних функционера у многим земљама у којима је подмићивање било наводно прихватљиво.

Коначно 1996. године земље чланице ОЕЦД-а договориле су се да више неће дозвољавати својим корпорацијама да суме које су исплаћене на име мита легитимно одбијају од пореске основице. Године 1997. 29 земаља чланица ОЕЦД-а потписало је Споразум о стављању ван закона давање мита функционерима страних влада.

Дакле, најважније тачке које се односе на борбу против корупције јесу: (1) корупција је законски, друштвено и етички неприхватљива јер штетно делује на конкуренцију, пошто подмићивањем послове не добијају најбољи и (2) ако сви други подмићују и уче

13) С. Гредел, З. Гавриловић, Н. Шолић, *Професија и корупција*, Центар за мониторинг и евалуацију, Београд, 2005, стр. 18.

ствују у корупцији, не може се очекивати од појединачног предузимача да то не чини тј. реч је о нормативно-политичком проблему.

3.2. СТРАТЕГИЈА КОНКУРЕНЦИЈЕ

Код стратегије конкуренције ради се о томе да се разјасни у којој мери се може мерити пословање компанија мимо токова које намеће глобализација тј, да ли је такво „етички исправно“ пословање (нпр, поштовање људских права, заједнички наступ на тржишту са домаћим компанијама, итд.) заиста конкурентно у данашњим условима? Може ли се за компанију исплатити да буде независна од последица глобалних токова и да при том истовремено буде и продуктивна на глобалном тржишту? За стратегију конкуренције као и у претходном случају наведена су два примера:

Пример 1. Капитал - репутације

Типична примедба упућена на рачун мултинационалних компанија је рецимо да: инвестирају у неку неразвијену земљу у којој су људска права минимално заштићена, да ли тиме интерно помажу режим који угњетава елементарна људска права. Намеће се кључна морална дилема: Да ли се исплати, са економског становишта, за компанију циљ јачања људских права? Управо то може бити случај. На пример: компанија „Levi Strauss & Co.“ се извукла из послова у Кини да не би ризиковала имиџ марке која се доводи у везу са људским правима и радом деце. Наиме, за „Levi Strauss & Co.“ од посебног је интереса, да као компанија која сваке године у рекламу инвестира стотине милиона долара, те инвестиције и заштити. Данас, један извештај на телевизији о радним условима је довољан да уништи дугогодишње напоре да се створи лојалност марке. Компаније са јаком репутацијом имају већи обрт и постижу већу добит. Пошто репутација у јавности има економске последице оваква пословна одлука се може исплатити „пер салдо“ и то је тачка на којој се на режим који не поштује основна људска права може извршити додатни притисак. У прилог предходном треба навести и то да су САД допринеле превазилажењу апартхејда тако што су у америчким компанијама укинуле расну поделу.

Пример 2. Интерна пословна култура

Свака компанија поставља себи питања: Како активирати радни потенцијал својих запослених? Како избећи безвољно обављање дужности ради прописа? и др., све то у корист опстанка у

оштрој и бескомпромисној борби на светском тржишту. Кључ одговора на оваква питања лежи у интегрисаној култури пословања.

Пошто се у једном уговору о раду не може у потпуности све регулисати, нпр. унутрашња мотивација радника, његова идентификација са компанијом итд., спремност радника зависи и од следећих чињеница:¹⁴⁾

- (1) *атмосфере у којој се рад одвија* - пријатно окружење је пожељније од суморне, прљаве или непријатне средине, адекватан простор уместо стишњених просторија, климатизација тамо где је потребна итд.,
- (2) *стила међусобног опхођења* – на пример, у компанији „ИВМ“ техничари носе кравате као и многобројни чланови Управе или, у једној од фабрика „General Motors-а“ руководиоци носе одела као и радници на монтажној траци и др.
- (3) *реалних очекивања у погледу учинка* – менаџмент компаније увек треба да има у виду тренутну ситуацију на тржишту, економско и политичко стање у земљи и региону, и у складу са датом анализом постави реалне пословне циљеве.
- (4) *креативности и иновативности у раду* – једна од најважнијих карактеристика доброг руковођења је спремност на прихватање другачијег начина мишљења и ставова, а посебно мишљења и ставова запослених, без обзира на положај у хијерархијској лествици.

Тимски дух радника не може се заменити ни најпааметнијим уговором о раду, једноставно мора постојати нешто као »невидљив ударац руком« међу учесницима. У САД ова »невидљива рука« се назива »Савезом«. Ради се о томе да се могући трошкови који настају због недовољне мотивације радника избегну. Само снажна интерна култура доприноси и мотивише остварење већих резултата и представља значајну унутрашњу снагу корпорације. Врховни менаџери имају задатак да успоставе одговарајућу пословну културу, којом ће запослени бити задовољни, а истовремено и мотивисани на нове успехе и победе. Овакво друштвено одговорно пословање једне компаније, у све јачој конкуренцији и све већој глобализацији светске привреде, се може испоставити као одлучујућа конкурентска предност.

14) R. T. DeGeorge, *Пословна етика*, Филип Вишњић, Београд, 2003, стр. 167.

ЗАКЉУЧНА РАЗМАТРАЊА

У оквиру пословног опредељења компанија између економског и друштвено-економског модела, све је више опредељења за пословање по моделу друштвено-економске одговорности које обухвата, барем када је реч о етици пословања и Ролсов концепт регулисања друштвено-економских неједнакости који се састоји из два елемента: “принцип непристрасно једнаких могућности и принцип разлике. Принцип непристрасно једнаких могућности захтева да друштвене и економске неједнакости морају бити везане за службе и положаје који су створени за све и под условом непристрасне једнакости могућности.¹⁵⁾ Представљено истраживање показује да су примена „нормативно-политичке“ стратегије и стратегије конкуренције неопходни процеси којима се у савременом свету глобализације реализују сврха и циљеви компанија, потрошача, јавности, држава и друштва. Као закључак, какав став треба заузети, према глобализацији, последицама и проблемима које она доноси, битно је истаћи следеће чињенице:

Прво, глобализацију не треба сувише генерално нападати јер је она реалност светске привреде, процес који је немогуће зауставити. Критикујмо у њој оно, што је недостојно поштеног, моралног, односа према човеку и избацимо из ње проблеме који се тичу повластица у пословању које имају и злоупотребљавају мултинационалне компаније, проблеме корупције и подмићивања, угрожавања националног идентитета и суверенитета, поштовања националног законодавства, итд.

Друго, глобализација се мора вршити у складу са националном регулативном политиком и у контексту националног законодавства, као и у складу са добровољно усвојеним стандардима, уколико они постоје. Такође, неопходно је усагласити национално законодавство са светским законима, како би иста правила пословања постојала за све учеснике на тржишту, односно неопходно је применити “нормативно-политичку” стратегију.

Треће, због глобалног ширења пословања на тржишта неразвијених земаља, јавља се проблем искоришћавања јефтине радне снаге и непоштовања права запослених. Суштина је да се компанијама наметну обавезна законска начела и кодекси понашања на тржиштима домицилних земаља, да развију пословну културу која

15) Вељко Дубљевић: Примена Ролсових принципа правде кроз појмове - рационално и разложно, у: Правни живот бр. 14, 2007. стр. 404.

ће ценити запослене, вратити утицај синдиката и успоставити једнак третман за сваког радника, а све са циљем да се кроз моралан однос према запосленима створи здрава пословна клима у којој ни резултат на тржишту неће изостати - то налаже примену стратегије конкуренције.

Четврто, глобализацију треба схватити као потпуно вештачку творевину, неопходно је разумети да она може и треба да се промени и преусмери ка правом циљу. Један од начина да се то постигне јесте примена друштвено-етичких стратегија, односно “нормативно-политичке” и стратегије конкуренције. Компаније све чешће треба да друштвену одговорности уграђују у главне токове свог пословања. Уместо да једноставно буде додатак постојећем програму, друштвена одговорност ће за многе учеснике у тржишним збивањима постати значајна управљачка функција будућности и кључни фактор опстанка на тржишту.

Radenko Maric

SOCIAL-ETHICAL CHALLENGES OF GLOBALIZATION

Summary

The globalization of the economy and business dealings in the modern era is characterized by transnational corporations, direct foreign investment, realization of a global common market, strong government presence, the desire to consume and enjoy foreign products and ideas. As such globalization has its supporters and the opposition. Globalization opposition argues that corporations exercise power through leveraging trade agreements that damage the democratic rights of citizens, the environment, as well as national governments sovereignty to determine labor rights. On the other hand the supporters argue that it increases economic prosperity and opportunity, enhances civil liberties and leads to a more efficient allocation of resources. In fact, the globalization is challenge, economic challenge, but also social, cultural, business, ethical, political challenge too, and not only for the companies. In this context, this paper addresses the problems and socio-economic consequences of the globalization process, particularly in the transition economy countries. As one of the possible solutions to prevent the harmful effects of globalization, proposes to her in social organization - the ethical sense, ie., Through the application of “normative-political” strategy and competitive strategy.

Key words: Globalization, social and economics result, responsibility, social-ethics strategic

ЛИТЕРАТУРА

- R. Anderson; J. Hair; A. Bush, *Професионални менаџмент продаје*, Грмеч, Београд, 1998.
- Д. Антонић, *Корупција у Србији*, Центар за либерално демократске студије, Београд, 2001.
- Б. Баљ, А. Чучковић, *Прилози за увод у филозофију*, ИП Београд, Зрењанин, 2006.
- R.T. DeGeorge, *Пословна етика – Business Ethics*, Филип Вишњић, Београд, 2003.
- Вељко Дубљевић: Примена Ролсових принципа правде кроз појмове - рационално и разложно, у: *Правни живот* бр. 14, 2007.
- С. Гредел, З. Гавриловић, Н. Шолић, *Професија и корупција*, Центар за мониторинг и евалуацију, Београд, 2005.
- G. Lancaster; L. Massingham, *Менаџмент у маркетингу*, Грмеч, Београд, 1997.
- Д. Милетић, *Економска глобализација кроз призму социолога и економиста*, Универзитет “Браћа Карић”, Београд, 2007.
- Б. Митровић, *Economic inequalities and poverty as the consequence of the ongoing globalization*, Универзитет у Нишу, Ниш, 2003.
- М. Печујлић, „Два лица глобализације“, *Политика, Култура-Уметност-Наука*, 17. фебруар, Београд, 2001.
- M. Schramm, *Unternehmens ethic immerzeitafterder globalizirung*, Erfurt, 2002. *Možda je Unternehmens Ethic immerzeitafter der Globalisierung, mada ni takvu knjigu nigde nisam našla - BG*
- P. Singer; J. Myers, *One World: The Ethics of Globalization*, Carnegie Council, 2002.
- М. Томић, *Проблеми глобализације*, Зборник радова Универзитета у Загребу, Загреб, 2006.
- Ј. Тркуља, *Искушења глобализације - глобализација, европеизација и национални идентитет*, Кикиндски дијалози, Кикинда, 2004.
- З. Видојевић, *Куда води глобализација*, Филип Вишњић, Београд, 2005.
- В. Вулетић, *Глобализација – мит или стварност*, Завод за уџбенике и наставна средства, Београд, 2003.

Овај рад је примљен 18. јуна 2010. а прихваћен за штампу на састанку Редакције 12. августа 2010. године.