



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014 -2020



Titlul proiectului

“PROmotorii Firmei Tale (PROFIT) pentru Regiunea Centru”
ID: 104254

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020,
Componenta 1 România Start Up Plus

Axa Prioritară Locuri de muncă pentru toți,
Operațiunea: Creșterea ocupării prin susținerea
întreprinderilor cu profil non-agricol din zona urbană,
Schema de ajutor de stat România Start-Up Plus

Implementat de Agenția de Dezvoltare Durabilă a Județului Brașov
în parteneriat cu Universitatea Spiru Haret.

Valoare totală a proiectului
8.722.301,38 lei

Durata proiectului
36 de luni

**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul
Operațional Capital Uman 2014 -2020**

Editorul materialului
Universitatea Spiru Haret

Data publicării
DECEMBRIE 2019

”Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu
poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României”

Decembrie 2019



SEMINARIILE DE BUNE PRACTICI ÎN ANTREPRENORIAL LA NIVELUL REGIUNII CENTRU

ETICA

ÎN AFACERI

CASA DE CULTURĂ A SINDICATELOR, MIERCUREA CIUC - JUD. HARGHITA



0268.47.05.05; 0268.47.05.06



www.profitantreprenor.ro



/profitantreprenor



CE ESTE ETICA ÎN AFACERI?

De obicei, când se discută despre etică în afaceri, de cele mai multe ori se face referire la probleme precum corupția și mita. Însă, „comportamentul etic” în afaceri reprezintă un subiect mult mai vast, astfel încât este nevoie de o înțelegere mai profundă a ceea ce înseamnă mai exact acesta și cum poate nu numai să elimine practicile anticoncurențiale, ci și să aducă plus valoare business-ului.

Din punct de vedere al afacerilor, o abordare etică poate oferi beneficii semnificative, precum: atragerea de noi clienți care împărtășesc aceleași valori, atragerea partenerilor de afaceri sau a investitorilor și, nu în ultimul rând, atragerea și menținerea unor angajați dedicați și loiali. De asemenea, există și partea morală a subiectului, care dictează anumite conduite aplicabile nu doar în viața de zi cu zi, ci și în mediul corporate. Toate acestea creează busola morală care ghidează fiecare activitate desfășurată.

Comportamentul etic nu este realizat prin ceea ce publică o companie pe site-ul său, ci prin acțiunile din fiecare zi ale fiecărui angajat. În plus, angajații se confruntă în mod frecvent cu probleme sau dileme etice în viața de zi cu zi și rareori situația este albă sau neagră, putând exista mai multe soluții „corecte”. Într-un mediu de lucru potrivit, angajații pot discuta deschis pentru a găsi cele mai bune soluții. Acest mediu este creat de lideri dedicați, care servesc drept modele și încurajează deschiderea și transparența.

Angajații trebuie să gândească în mod etic pentru a lua cele mai bune decizii. Astfel de lucruri nu se întâmplă peste noapte, însă adevărul este că etica și integritatea stau la baza oricărui succes de lungă durată.

Ca o concluzie generală, etica în afaceri este definită de un sistem de principii, valori, norme și coduri de conduită, în baza unei filosofii a firmei, care se impun ca imperative morale inducând obligativitatea respectării lor. În bună măsură codurile etice și de comportament își înregistrează valorile morale ca atare, deși, acestea devin funcționale și credibile numai în măsura în care sunt asociate cu obiectivele afacerii.

Etica în afaceri vizează, printre altele, atitudinea, conduita corectă și onestă a unei firme față de angajați, clienți, comunitatea în care acționează, investitori, acționari etc.

Dimensiunea etică a unei afaceri poate viza tendințele oricărei firme și a angajaților săi, de a respecta cu strictețe legile, actele normative referitoare la:

- calitatea produsului
- siguranța muncii
- practici corecte de recrutare a personalului
- practici corecte de marketing
- practici corecte de vânzări
- modul în care se utilizează informația confidențială
- implicarea în problemele comunității în care operează firma
- atitudinea față de mită
- atitudinea față de comisioane ilegale acordate în scopul obținerii unor facilități etc.

CARE ESTE IMPORTANȚA ETICII ÎN AFACERI ?

Argumentarea importanței acordate eticii în afaceri se explică și prin modificările suferite de strategiile și structurile corporațiilor. Curente recente în teoria și practica managerială, precum total quality management, ca și procesele de restructurare și redimensionare a firmelor de top au condus la abandonarea multor practici tradiționale de conducere a proceselor economice. Ierarhiile manageriale stufoase și rigide s-au aplatizat considerabil.

În consecință, autoritatea și răspunderea decizională s-au dispersat din ce în ce mai mult în cadrul firmei: decizii importante sunt luate la niveluri ierarhice tot mai joase și de către tot mai mulți angajați. Iată de ce se impune ca fiecare salariat, nu numai top managementul să înțeleagă cât mai bine complexitatea problemelor de natură etică; toți membrii unei firme trebuie să cunoască valorile și țelurile esențiale ale organizației și cum trebuie să se reflecte acestea în conduita practică a firmei în mediul economic.

Dar pentru ca etica în afaceri să se disemineze în toate unghiurile unei firme, ea trebuie să fie mai întâi înțeleasă. Înțelegerea criteriilor morale de conduită în afaceri este deosebit de importantă, deoarece noile structuri organizaționale dau naștere unor noi complicații pentru care nu există precedente tradiționale.

Etica în afaceri nu este o modă trecătoare întrucât puterea și influența firmelor private asupra întregii

societăți este mai mare decât a fost vreodată până acum, iar politicile imorale, frecvent întâlnite în mediul de afaceri, pot să provoace imense daune și prejudicii indivizilor, comunităților și mediului. Politicile guvernamentale au scos în relief anumite probleme de etică în afaceri, care se pun acum cu mare acuitate și în tranziția societății românești spre o economie de piață funcțională.

Creșterea interesului față de etica în afaceri este determinată și de schimbarea naturii înseși a afacerilor în contextul ultimelor decenii, în care a luat o amploare evidentă procesul de globalizare.

Firmele comerciale devin tot mai transfrontaliere, mai complexe și mai dinamice decât au fost vreodată până acum. În consecință, apar probleme noi, iar certitudinile valoric-normative ale mediilor de afaceri locale sunt înlocuite de relativitatea unui context multinațional și multicultural, în care criteriile corectitudinii morale diferă și se modifică rapid.

Drept urmare, chiar și problemele mai vechi devin tot mai greu de soluționate, iar afacerile trebuie să repună în discuție anumite principii și valori considerate până de curând a fi de la sine înțelese.

Pentru ca etica în afaceri să aibă succes, o înțelegere temeinică a deontologiei profesionale a întreprinzătorului este absolut necesară.