

**Bocean Claudiu George**



**Bocean Claudiu George**

# **Etica în afaceri**



**Editura UNIVERSITARIA  
Craiova, 2018**

Referenți științifici:

Prof. univ. dr. Sitnikov Cătălina Soriana

Conf. univ. dr. Barbu Cătălin Mihail

Copyright © 2018 Editura Universitaria

Toate drepturile sunt rezervate Editurii Universitaria

---

**Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României**

**BOCEAN, CLAUDIU**

**Etica în afaceri** / Claudiu Bocean. - Craiova : Universitaria,  
2018

Conține bibliografie

ISBN 978-606-14-1372-0

174.4

# CAPITOLUL 1

## ETICA ÎN AFACERI

### – CONCEPTE, EVOLUȚII, BENEFICII

#### *1.1. Delimitări conceptuale privind etica în afaceri*

Capacitatea de a recunoaște și de a face față problemelor complexe de etică în afaceri a devenit o prioritate semnificativă în organizațiile secolului al-XXI-lea. Crizele financiare au întotdeauna un impact asupra încrederii consumatorilor în organizațiile care oferă servicii financiare. Obiectul de studiu al eticii în afaceri vizează obținerea de răspunsuri la întrebarea dacă practicile organizației (în relație cu toate părțile interesate în activitățile sale) sunt acceptabile. Etica în afaceri excedă legalitatea acțiunilor, luând în considerare nu numai respectarea tuturor actelor normative ce reglementează activitatea organizației, ci și a unor principii, valori, reguli acceptabile din punct de vedere etic sau moral de către societate. Prin însăși natura sa, obiectul eticii în afaceri este controversat și nu există o abordare universală acceptată pentru rezolvarea problemelor sale.

Termenul de etică are o multitudine de nuanțe. Etica a fost definită ca reprezentând studiul asupra naturii și fundamentelor moralei, în care termenul de moralitate constă în raționamente, standarde și reguli de conduită (Taylor, 1975). Etica a fost numită studiul și filozofia comportamentului uman, ce pune accent pe studierea caracterului bun sau rău al deciziilor (Ferrell, et al., 2011). Diferența dintre o decizie normală și una etică constă în faptul că actele normative nu mai sunt suficiente în procesul decizional, fiind necesară luarea în considerare și a valorilor,

principiilor, regulilor, practicilor acceptate în organizație și în societate. În consecință valorile și judecățile de valoare joacă un rol critic în procesul adoptării deciziilor etice. Cu toate acestea, trebuie luate în considerare unele aspecte specifice atunci când se implementează etica în afaceri. În primul rând, pentru a supraviețui, companiile trebuie să realizeze un profit. Dacă profiturile sunt realizate prin comportament neetic sau ilegal, viața organizației poate fi pusă în pericol. În al doilea rând, organizațiile trebuie să realizeze un echilibru între dorința de a maximiza profitul și nevoile și cerințele comunității în care își desfășoară activitatea și a societății în ansamblu său. Menținerea acestui echilibru necesită deseori compromisuri. Pentru a aborda aceste aspecte unice ale lumii afacerilor, societatea a elaborat reguli, atât sub forma actelor normative, cât și implicite sub forma valorilor și principiilor etice pentru a orienta organizațiile în acțiunile lor de a realiza profituri în moduri care nu dăunează indivizilor sau societății în ansamblu său.

Cele mai multe definiții ale eticii de afaceri se referă la reguli, standarde și principii morale care subliniază ceea ce este bine sau rău în situații specifice. Principiile sunt limite specifice și omniprezente pentru comportamente care sunt universale și general acceptate (Trevino & Nelson, 2011). Principiile devin adesea baza regulilor. Câteva exemple de principii includ libertatea de exprimare, respectarea legii, drepturi egale, nediscriminarea, libertățile civile. Valorile sunt folosite pentru a dezvolta norme care sunt aplicate din punct de vedere social (exemple de valori: integritatea, responsabilitatea, încrederea etc.). Investitorii, angajații, clienții, consumatorii, sindicatele, sistemul juridic și comunitatea determină de multe ori dacă o acțiune specifică este

corectă sau greșită, etică sau neetică. Deși raționamentele și judecățile acestor grupuri pot să nu fie corecte, judecățile lor influențează acceptarea sau respingerea din partea societății.

Studierea eticii în afaceri este importantă din mai multe motive. Etica în afaceri nu este doar o prelungire a eticii personale a individului în relațiile pe care le stabilește în cadrul organizației. Mulți manageri cred că dacă o organizație angajează oameni buni cu valori etice puternice, atunci va fi o organizație responsabilă cu valori și principii etice puternice. Dar, valorile personale și valorile morale ale unui individ sunt doar un factor în procesul de luare a deciziilor etice. Preocuparea eticii în afaceri ca disciplină de studiu este însă aceea de a aplica principiile și standardele morale în contextul afacerilor (Elegido, 1996).

Profesioniștii din orice domeniu, inclusiv în mediul de afaceri, trebuie să se ocupe de dilemele morale personale ale indivizilor aparținând echipei sau organizației, deoarece aceste probleme afectează capacitatea fiecăruia de a lucra și în mod automat activitatea echipei și a organizației. Cu toate acestea, o organizație nu stabilește reguli sau norme privind problemele etice personale (cum ar fi de exemplu conduita sexuală sau utilizarea alcoolului în afara timpului pe care angajații îl petrec la locul de muncă). În aceste cazuri ar exista o intruziune în viața privată a angajaților, astfel de politici fiind ilegale, deoarece încalcă drepturi fundamentale ale omului. Numai atunci când preferințele sau valorile personale influențează performanța la locul de muncă, etica unui individ joacă un rol major în evaluarea deciziilor de afaceri (Kernohan, 2015).

O etică personală solidă poate să nu fie suficientă pentru soluționarea problemelor etice care apar într-o organizație.

Pentru ca o organizație să fie văzută ca fiind responsabilă și cu valori și principii puternice trebuie să facă distincția dintre deciziile legale și cele etice. Deși valorile privind onestitatea, corectitudinea și transparența sunt adesea presupuse a fi evidente și acceptate de toți angajații, deciziile strategice implică discuții complexe și detaliate. Un nivel ridicat al moralității indivizilor nu poate împiedica un individ să încalce legea într-un context organizațional complicat. Deoarece organizațiile implică o diversitate culturală și de principii și valori personale, existența unui consens asupra eticii organizaționale (ale cărei principii și valori să fie transpuse în coduri de etică sau de conduită) este la fel de important ca orice altă activitate a organizației.

În cadrul organizațiilor, în frecvente cazuri, indivizi cu experiență de afaceri limitată trebuie să adopte decizii cu privire la calitatea produselor, publicitatea, prețurile, tehnicile de vânzare, practicile de angajare și practicile de mediu. Valorile pe care le-au dobândit în cursul vieții (în familie, în cadrul religiei sau școlii) nu pot oferi orientări specifice pentru deciziile complexe din cadrul unei organizații. Cu alte cuvinte, experiențele și deciziile individuale pot fi diferite de experiențele și deciziile individului în cadrul organizației (Ferrell, 2013).

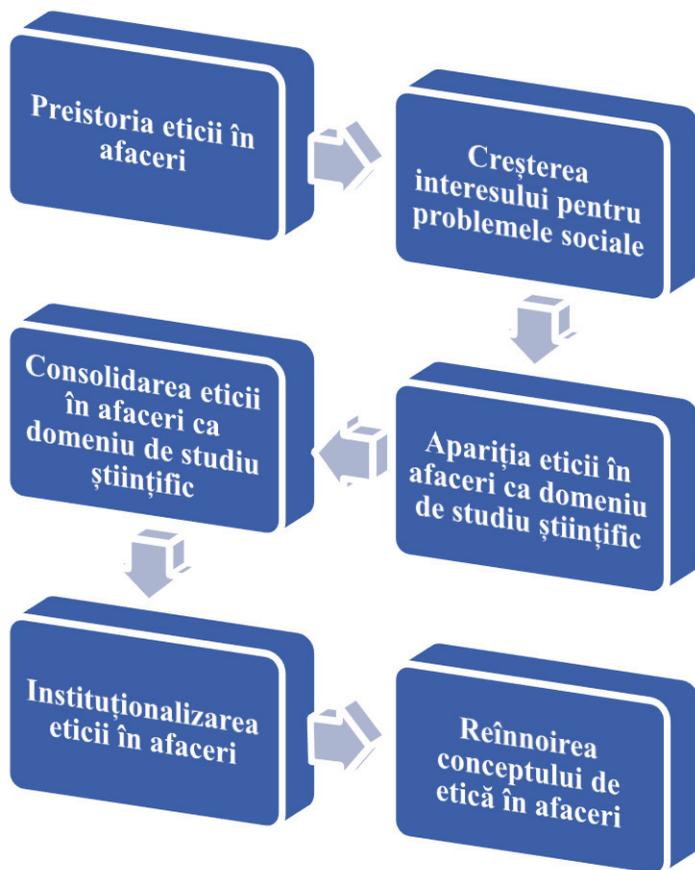
Studiul eticii în afaceri permite identificarea problemelor etice în momentul apariției lor, identificarea abordărilor disponibile pentru soluționarea acestora, identificarea caracteristicilor procesului decizional etic și a modalităților de promovare a comportamentului etic în cadrul organizației, gestionarea conflictelor dintre propriile valori și cele ale organizației.

## *1.2. Evoluții ale eticii în afaceri*

Studiul eticii în afaceri a evoluat de-a lungul timpului putându-se distinge cinci etape distincte până în secolul XX și continuă să evolueze în secolul XXI (Ferrell, et al., 2011):

- preistoria eticii în afaceri (înainte de anii 1960),
- creșterea interesului pentru problemele sociale (anii 1960),
- apariția eticii în afaceri ca domeniu de studiu științific (anii 1970),
- consolidarea eticii în afaceri ca domeniu de studiu științific (anii 1980),
- instituționalizarea eticii în afaceri (anii 1990),
- reînnoirea conceptului de etică în afaceri (secolul al XXI-lea).

**I. Preistoria eticii în afaceri.** Înainte de anii 1960, capitalismul nu a încorporat conceptul de etică în afaceri. Pentru obținerea profitului era justificată utilizarea oricărui mijloc sau acțiuni. În anii 1920, mișcările progresive au luptat pentru drepturile muncitorilor. În anii 1930 criza a fost pusă pe seama lăcomiei organizațiilor, care au fost acuzate pentru problemele economice ale țărilor. S-a făcut apel la organizații să lucreze mai strâns cu guvernul pentru a crește veniturile familiei. În anii 1950 au fost puse în discuție drepturile civile și responsabilitatea ecologică, fiind considerate drept probleme etice pe care întreprinderile trebuiau să le abordeze.



**Figura 1.1**  
**Etape în evoluția eticii în afaceri**

Până în anii 1960, aspectele etice legate de afaceri au fost adesea discutate în domeniul teologiei sau al filozofiei. Problemele morale individuale legate de afaceri au fost abordate în biserici, sinagogi și moschei. Liderii religioși au ridicat întrebări privind salariile echitabile, practicile de muncă și

moralitatea capitalismului. Tradițiile religioase catolice, și îndeosebi protestante au pus bazele viitorului domeniu al eticii de afaceri. Fiecare religie și-a aplicat conceptele morale nu numai în domeniul afacerilor, ci și în ceea ce privește guvernarea, politica, familia, viața personală și toate celelalte aspecte ale vieții.

**II. Creșterea interesului pentru problemele sociale (anii 1960).** În anii 1960, societatea s-a antagonizat cu modul de organizare capitalist. Și-a făcut apariția o atitudine împotriva organizațiilor din domeniul afacerilor, deoarece mulți critici considerau că agenții economici și-au extins influența asupra factorilor politici ai societății, pe care îi controlau. Anii 1960 au cunoscut o recrudescență a problemelor ecologice, cum ar fi poluarea și eliminarea deșeurilor. Această perioadă a fost, de asemenea, caracterizată prin apariția unor organizații care luptau pentru drepturile consumatorilor, fiind pentru prima dată puse în discuție aceste drepturi civile. Tot în această perioadă a apărut ideea responsabilității guvernelor de a oferi cetățenilor un anumit grad de stabilitate economică, egalitate și justiție socială.

**III. Apariția eticii în afaceri ca domeniu de studiu științific (anii 1970).** Etica în afaceri a început să se dezvolte ca un domeniu de studiu în anii 1970. Teologii și filosofii au pus bazele sugerând faptul că anumite principii morale și idei etice ar putea fi aplicate activităților organizaționale. Plecând de la ideile sugerate de religie și filosofie, specialiștii în economie au început să discute și să promoveze responsabilitatea socială corporativă, focalizându-se pe obligația unei organizații de a își maximiza impactul pozitiv asupra părților interesate și de a minimiza impactul său negativ. Companiile au devenit mai preocupate de imaginile lor publice și, pe măsură ce cererile din

diverse direcții ale societății au crescut, multe organizații au înțeles că trebuie să abordeze problemele etice în mod direct.

Până la sfârșitul anilor 1970, au fost puse în discuție o serie de probleme etice majore cu care se confruntau organizațiile, cum ar fi mita, publicitatea înșelătoare, carteluri ale prețurilor, siguranța produselor și mediul. Etica în afaceri a devenit o expresie comună și nu mai era considerată un oximoron. Cercetătorii au încercat să identifice problemele etice și să descrie modul în care decidenții organizaționali aleg să acționeze în anumite situații. Cu toate acestea, eforturile au fost limitate, unele organizații eludând în continuare problemele etice.

**IV. Consolidarea eticii în afaceri ca domeniu de studiu științific (anii 1980).** În această perioadă cercetătorii și practicienii au recunoscut etica în afaceri ca un domeniu de studiu. Organizațiile care și-au propus să desfășoare afaceri etice au crescut ca număr. Au fost înființate centre de etică în afaceri care oferă publicații, organizează cursuri, conferințe și seminarii. Etica în afaceri a reprezentat, de asemenea, o preocupare proeminentă în cadrul unor companii importante care au creat comitete de etică și de politică socială pentru abordarea problemelor etice.

Anii 1980 au cunoscut o perioadă în care susținătorii auto-reglementării piețelor au devenit mai vocali condamnând intervenționismul și reglementarea strictă. Multe tarife și bariere comerciale au fost înlăturate, iar companiile au fuzionat și au contribuit la crearea unei economii din ce în ce mai globalizată, favorizată și de căderea regimurilor de factură comunistă. Astfel, în timp ce școlile de afaceri ofereau cursuri de etică în afaceri, normele în afaceri se schimbau foarte rapid de la un an la altul