



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

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

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman

Axa prioritară 4 - Incluziunea socială și combaterea sărăciei

Obiectivul specific 4.1: *Reducerea numărului de persoane aflate în risc de sărăcie și excluziune socială din comunitățile marginalizate în care există populație aparținând minorității rome, prin implementarea de măsuri integrate*

Titlul proiectului: *„IMPACT TEACA - Masuri integrate pentru îmbunătățirea situației socio-economice a persoanelor defavorizate din comunitățile marginalizate ale comunei Teaca, județul Bistrita-Nasaud”*,

Contract nr.: POCU 18/4/1/102218

Beneficiar: Județul Bistrita-Nasaud/ Direcția dezvoltare durabilă și relații externe

ETICA IN AFACERI

*In cadrul subactivității 3.8 Realizarea unei biblioteci on-line în cadrul site-ului de proiect
în domeniul antreprenoriatului*

martie 2020

Intocmit,

Expert management Giorgio Guidi

Expert marketing Iliev Denislav



UNIUNEA EUROPEANĂ



➤ Definitie

Etica în afaceri a devenit o temă despre care țin să se informeze multe companii pentru a obține încrederea opiniei publice. Drepturile salariaților, practicile de corupție, protecția mediului sunt doar câteva aspecte care preocupă managerii ce urmăresc să ocupe o bună poziție pe piață și să obțină profituri pe termen lung, respectând în același timp, regulile comunității în care își desfășoară afacerile.

În fapt, comportamentul etic reprezintă fundamentul încrederii atât în afaceri cât și în societate.

Etica în afaceri sintetizează sistemul de valori, principiile și normele ce s-au statornicit de-a lungul timpului în raporturile dintre agenții economici.

Comportament etic în afaceri înseamnă respectarea riguroasă, benevolă, a unor principii precum: încrederea și sinceritatea între partenerii de afaceri, corectitudinea în negocieri și în îndeplinirea obligațiilor contractuale; respectarea întocmai a tuturor angajamentelor asumate, reciprocitatea avantajelor oferite și a riscurilor.

Etica este o chestiune de individ, de acumulare în timp a unor informații variate, o încercare de a da un sens pozitiv vieții. Pe aceeași idee se grefează și conceptele eticii în afaceri. Într-o lume dominată de „magia” banului, de probleme grave cum ar fi încălzirea globală sau sărăcia, etica în afaceri are o luptă grea de dus. Cel care își asumă acest rol de conducător trebuie să fie liderul. El este un om instruit, capabil să ia decizii în condiții de criză, să facă față unor provocări cum ar fi mita, atitudinea discriminatoare etc. Fără etică lumea nu are nici o perspectivă. Inexistența eticii conduce la șanse pentru persoane sau grupuri izolate, care, îmbătate de un succes aparent pot provoca distrugeri imense. Afacerile trebuie să fie durabile, să fie responsabile. Acest lucru nu se poate întâmpla decât dacă sunt conduse de lideri etici, conștienți de misiunea pe care o au.

Lumea afacerilor nu este un spațiu exclusivist al conducătorilor. Este un spațiu în care încap oricine are o slujbă. De aceea, fiecare poate să adopte un comportament etic în relațiile de la locul de muncă.



➤ **Etica în Afaceri în vederea dezvoltării unei relații de durată**

Poți fi cunoscut, poți avea campanii de imagine, poți face acte de caritate, poți avea produse bune, însă toate aceste lucruri la un loc fără o bună reputație sunt investiții pe termen scurt!

Buna reputație nu poate fi cumpărată, ea fiind un efect direct al ceea ce faci tu, ca și companie sau pur și simplu ca persoană! Reputația este greu de întreținut și greu de construit, dar foarte ușor de dărâmat. Este asemenea unui cristal, de care trebuie să ai grijă și să nu-l scapi din mână pentru că se poate sparge!

1. Să ai o ofertă transparentă.

Acest lucru înseamnă a avea o ofertă la vedere fără costuri ascunse. Nimic nu va dezamăgi mai mult un consumator decât să constate că mai are de plătit, nu știe ce taxă, sau nu știe ce cost de întreținere, lucruri care nu i s-au prezentat inițial. Observ în momentul de față că și piața din România tinde la o maturizare în acest sens. Ofertanții încep să-și prezinte reducerile precizând clar și vizibil condițiile sau să-și prezinte prețurile cu toate taxele incluse.

Acest lucru e greu de practicat însă gradul de încredere al consumatorului cu siguranță va crește! Menționez că aici fac referire la acele afaceri de durată, înțelegând o durată medie de peste 6 ani.

2. Să te ții de cuvânt!

A te ține de cuvânt nu este un lucru imposibil, ba din contră, te va ajuta și pe tine. Probabil sună ciudat, însă a te ține de cuvânt înseamnă a-ți respecta promisiunile, înseamnă a avea o minte liberă, înseamnă a fi invulnerabil. În mediul de afaceri, în cercul de prieteni, sau în viața publică, veștile circulă repede! A nu te ține de cuvânt, de multe ori în psihologia consumatorului este asociat cu înșelătoria sau furtul. Se poate spune că exagerez, însă în cel mai bun caz poate fi asociată cu neseriozitatea sau cu neprofesionalismul!

Astfel că te îndemn să faci doar acele promisiuni pe care le poți respecta în totalitate!



UNIUNEA EUROPEANĂ



3. Să adopți o strategie de negociere Win - Win.

Această strategie înseamnă că ambele persoane câștigă ceva. Negocierea este avantajoasă ambelor părți. Poți, într-adevăr, cu talentul tău să convingi pe cineva de un anumit lucru, fără să-i oferi în realitate nimic. Acest lucru se va întoarce însă împotriva ta.

Exista un moment post cumpărare în care cumpărătorul reia firul discuției și se gândește cât a câștigat cumpărând produsul sau se viciul respectiv. Reține: statisticile au dovedit că un client nemulțumit va spune la peste 20 de persoane de nemulțumirea lui, pe când un client mulțumit va spune la maxim 3. Prin urmare nu te aștepta să fi recomandat decât dacă ai avut o negociere Win-Win. În plus te sfătuiesc să rezisti tentației de a vinde la suprapreț atunci când partenerul tău este la ananghie. Poți câștiga mai mult astăzi, însă cu siguranță nu câștigi buna reputație! Te îndemn să gândești astfel: Ce anume va câștiga în mod concret partenerul meu? Fă o listă cu aceste avantaje și gândește-te că ai putea fi cumpărătorul? Simți că ai mai mult de câștigat sau că ai mai mult de pierdut? Răspunsul îți va spune ce tip de negociere pui la cale!

4. Nu te eschiva atunci când nu este cazul!

A te eschiva înseamnă a fugi de responsabilitate, a nu recunoaște când ai greșit sau a încerca să ascunzi gunoiul sub preș! Este foarte posibil ca tu să poți găsi chichițe contractuale care să te pună la adăpost, însă partenerul sau clientul tău nu vrea acest lucru.

Clientul tău vrea rezolvarea problemei. Doar scuzele, nu ajung, caută soluția și ajută-l. Este de dorit să nu găsești o soluție care să mărească din nou costurile partenerului tău și să fi e un prilej de noi încasări pentru tine, pentru că riști să întorci totul împotriva ta și să fi catalogat drept hoț!

5. Fii consultantul lui!

Aici o să exemplifi ca plecând de la meseria de agent de vânzări, una dintre cele mai grele meserii, iar aici cei care au practicat-o sau o practică știu despre ce vorbesc. Prin urmare trebuie să încetezi sa-i vinzi clientului tău, să încetezi să vinzi o marfă care-ți expiră curând, trebuie să încetezi să-l crezi artificial o nevoie.

Trebuie să devii consultantul lui, să fi i cel care îi oferă ceea ce el are nevoie. Încetează să te mai gândești doar la ce ai tu de vândut, caută să identifi ci



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

și ceea ce are el nevoie și găsește calea de mijloc, găsește-i soluția cea mai avantajoasă. Evident practicând un asemenea stil, vei dezvolta relații de durată, îți vei conserva și amplifi ca buna reputație și vei fi căutat.

Fiecare din regulile de mai sus, este ușor de aplicat și-ți va asigura reușita în afaceri pe termen lung. Regulile prezentate sunt la limita bunului simț iar aplicarea lor este un semn că te-ai maturizat, un semn că ești un partener în care se poate avea încredere!

Iată câteva motive întemeiate pentru a conduce o afacere într-o manieră etică:

- a) Litigii/Evitări acuzatoare Fără valori etice puternice companiile ajung ușor la extreme legale - zone periculoase în care evitarea și încălcarea legii duce la procese și acuzatii.
- b) Libertatea regulatorie Atunci când cetățenii și guvernele sunt dominate de un comportament în afaceri iresponsabil și neetic, rezultatul este o mai mare birocrație și înăsprirea legislației.
- c) Acceptul public Companiile care tolerează practicile neetice vor fi aproape sigur expuse, apoi boicotate și pedepsite pe piață.
- d) Încrederea investitorilor Investitorii de astăzi vor evita o companie care nu este responsabilă și etică. Declinul recent al pieței a rezultat în parte de la îngrijorări privind practicile contabile ne-etice.
- e) Încrederea furnizorilor/partenerilor Într-o eră a corporațiilor virtuale, a parteneriatelor și a întreprinderilor extinse, nici o companie nu este suficientă de una singură. Parteneriatele de succes sunt construite pe încredere și menținerea acesteia.
- f) Loialitatea clienților Calitatea, costul, disponibilitatea și alți factori nu sunt suficienți pentru a menține loialitatea clienților. Aceștia analizează, de asemenea, reputația companiei.



UNIUNEA EUROPEANĂ



g) Performanța angajaților Oamenii dau cel mai mare randament într-un mediu deschis, creativ și etic. Companiile care au o proastă reputație se confruntă cu dificultăți în atragerea și reținerea talentelor de top.

h) Mândria personală Liderii și angajații companiilor se pot mândri într-adevăr cu realizările lor, dacă știu că nu au încălcat legi, nu au trișat și nu au făcut rău oamenilor pentru a-și atinge scopurile.

i) Este corect Majoritatea învățătorilor morali și a liderilor în istoria oamenilor susțin faptul că, indiferent de consecințe, este intrinsec bine să faci lucrul corect și să fii etic. Organizația pentru Cooperare și Dezvoltare Economică - OECD prezintă la rândul ei avantajele pe care le are aplicarea eticii în afaceri:

- Avantaj pe piață;
- Performanță superioară a angajaților;
- Câștiguri în reputația managementului;
- Avantaje legale și financiare.

➤ **Atunci când vă confrunțați cu o decizie etică dificilă, răspundeți la următoarele întrebări pentru a identifica pașii ce ar trebui urmați:**

1. Care este problema? De ce această situație este de interes pentru mine? Chiar nu știu ce trebuie să fac sau nu doresc de fapt să fac ceea ce consider că este corect?
2. Cine va mai fi afectat de decizia mea? Care sunt potențialele consecințe ale deciziei mele asupra managerului meu, colegilor mei, acționarilor, clienților, furnizorilor, comunităților locale, altor părți terțe interesate și asupra întregului Grup MOL?
3. Cum mă voi simți după ce voi lua această decizie? Aș putea împărtăși decizia în mod deschis și cu conștiința curată cu familia, prietenii și colegii?
4. Aș putea oferi o justificare pentru decizia mea, dacă ar fi necesar?
5. Cum m-aș simți dacă aceeași decizie, luată de altcineva, m-ar afecta pe mine?
6. Cum m-aș simți dacă decizia mea ar apărea în titlurile știrilor?
7. Cum reglementează Codul, legile și regulamentele această problemă?



Toți avem responsabilitatea de a interveni dacă experimentăm situații nesigure, lipsite de etică, potențial dăunătoare sau neconforme.

➤ **Efectele corupției asupra economiei naționale**

Din cauza lipsei de transparentă, investițiile din economie au fost de trei ori mai mici decât potențialul României. Principalele efecte ale corupției se regăsesc în nivelul de trai al populației și volumul investițiilor din economie.

Gradul de corupție la nivelul unei țări constituie un factor care contribuie în foarte mare măsură la scăderea nivelului de trai al populației. Un alt studiu, realizat de Pricewaterhouse Coopers, evidențiază impactul lipsei de transparentă a mediului de afaceri asupra costului capitalului străin atras de anumite țări.

Eșantionul analizat a fost alcătuit din 35 de țări de pe toate continentele, împărțite în patru grupe de venit, pentru care s-a calculat indicele de opacitate (Factor-O). Acesta a fost comparat cu indicele de opacitate al unor țări de referință (SUA, Marea Britanie, Singapore și Chile). Din Europa Centrală și de Est au fost selectate România, Cehia, Ungaria, Polonia și Lituania. Indicele de opacitate reflectă efectele lipsei de transparentă pe care țările îl au de plătit suplimentar pentru atragerea de fonduri - investiții străine directe sau împrumuturi. În calculul indicelui intră mai multe elemente: nivelul corupției, sistemul legislativ, politicile macroeconomice promovate de guvern, practicile contabile și reglementările specifice mediului de afaceri. Rezultatul calculelor demonstrează că România pierde, în medie, 221% din investițiile străine pe an, datorită percepției că țara este lipsită de transparentă. În plus, indicele de opacitate evaluat la 71 pentru țara noastră, are același efect asupra investițiilor (interne sau externe) ca o creștere de 34% a impozitului pe profit, de la 25% la 59%. Cu alte cuvinte, o reducere substanțială a corupției ar atrage mai multe investiții străine fără ca bugetul de stat să fie afectat de sistemul de facilități fiscale acordate investitorilor. Dacă se reușește schimbarea mentalității cu privire la necesitatea unui comportament etic în afaceri, efectele pozitive, pe termen lung: credibilitate, imagine pozitivă și transparentă etc., ar putea determina o dezvoltare durabilă a României prin



atragera de investitii și prin obtinerea încrederii partenerilor internationali în tranzactiile efectuate.

Cele mai comune probleme de etică în mediul de afaceri sunt:

1. nerespectarea programului / timpului prevăzut în politica companiei
2. bullying
3. furtul
4. minciuna
5. violarea politicii companiei în privința utilizării internetului

Concluzie: Etica în afaceri este întotdeauna despre a avea o bază morală ce presupune: onestitate, prudență, respect, responsabilitate, înțelepciune, corectitudine, tact și curtoazie.

Bibliografie:

1. Abrudan, Maria-Madela, Management international, Ed. Universității din Oradea, Oradea, 2003.
2. Țigu, Gabriela, Etica afacerilor în turism, Ed. Uranus, București, 2003.
3. Bowie, Norman, Business Ethics, Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall, 1982
4. material Junior Achievement Romania, Etica în afaceri, concursul national Etica în afaceri, 2004
5. revista Capital , nr. 6, 6 februarie 2003
6. Crăciun, D., Etica în afaceri, Ed. ASE, București, 2005