



# ETICĂ PROFESIONALĂ ȘI PROPRIETATE INTELECTUALĂ

Principii ale eticii responsabilității sociale și culturale

Conf. univ. dr. BANU GEANINA SILVIANA  
geanina.banu@prof.utm.ro

# Principii ale eticii responsabilității sociale și culturale

- 👁️ **Responsabilitatea etică a companiilor. Etica în afaceri și colectivul de muncă**
- 👁️ **Etica și cultura organizațională**
- 👁️ **Etica managerială**
- 👁️ **Responsabilitatea socială**

# Responsabilitatea etică a companiilor. Etica în afaceri și colectivul de muncă

- Etica în afaceri definește un sistem de principii, valori, norme și coduri de conduită, în baza unei filozofii a companiei, care se impun ca imperative morale, inducând obligativitatea respectării lor;
- Etica în afaceri vizează atitudinea, conduita corectă și onestă a unei companii față de angajați, clienți, comunitatea în care acționează, investitori, acționari etc.;
- Conceptele centrale cu care operează etica în afaceri sunt: datoria, utilitatea.

# Responsabilitatea etică a companiilor. Etica în afaceri și colectivul de muncă

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



- calitatea produsului;
- securitatea 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.

# Responsabilitatea etică a companiilor. Etica în afaceri și colectivul de muncă

## *Nivelurile de aplicare a eticii în afaceri*

1. **Nivelul micro** este cel care se stabilește între indivizi în baza principiului corectitudinii schimbului.

Acest nivel este mai aproape de etica tradițională și cuprinde: **obligații, promisiuni, intenții, consecințe, drepturi individuale**. Toate acestea alcătuiesc principiile schimbului echitabil, câștigului cinstit, tratamentului corect.

Astfel, o firmă care vinde mașini trebuie să-și prevină cumpărătorii, dacă acestea au defecte la sistemul de frânare. Clientul trebuie considerat rațional, autonom, și, ca să poată cumpăra serviciul sau produsul în cunoștință de cauză, trebuie informat.



# Responsabilitatea etică a companiilor. Etica în afaceri și colectivul de muncă

## *Nivelurile de aplicare a eticii în afaceri* (continuare)

**2. Nivelul macro** se referă la reguli instituționale sau sociale ale comerțului, ale lumii afacerilor.

Conceptele centrale ale acestui nivel sunt dreptate și legitimitate.

Problemele puse în contextul nivelului macro sunt de natură filozofică, preponderent etică, și sunt de tipul următor: Care e scopul pieței libere? Este proprietatea privată un drept prioritar? Este just sistemul de reglementare a pieței? Ce rol trebuie să aibă statul în afaceri? Sunt oare corecte și echitabile politicile de impozitare aplicate firmelor?

# Responsabilitatea etică a companiilor. Etica în afaceri și colectivul de muncă

*Nivelurile de aplicare a eticii în afaceri* (continuare)

## 3. *Nivelul corporațiilor*

Discuțiile etice se referă preponderent la rolul jucat de corporații în societate, la responsabilitatea socială și internațională a corporațiilor .

# Responsabilitatea etică a companiilor. Etica în afaceri și colectivul de muncă

## *Rolul și importanța eticii în afaceri*

- Etica în afaceri este asociată cu încrederea, deosebit de importantă în relațiile de afaceri;
- Încrederea înseamnă, de fapt, micșorarea riscului asumat. Aceasta asigură protejarea drepturilor și intereselor.
- Încrederea și bunele relații ale firmei se referă, fără limitare, la:

- încrederea în relațiile cu furnizorii;
- încrederea în relațiile cu consumatorii;
- încrederea în relațiile cu angajații.



# Responsabilitatea etică a companiilor. Etica în afaceri și colectivul de muncă

## *Colectivul de muncă*

Nu reprezintă doar o entitate tehnico-administrativă, adunând împreună un număr de persoane care colaborează într-un proces de muncă necesar, cu relații determinate, ci constituie și o entitate socială distinctă, cu logică proprie, având numeroase consecințe atât pentru performanțele membrilor săi, cât și pentru satisfacția lor în muncă.

# Responsabilitatea etică a companiilor. Etica în afaceri și colectivul de muncă

## *Colectivul de muncă*

Măsurile pentru îmbunătățirea relațiilor în colectivele de muncă:

- a se soluționa problemele sociale și economice ale membrilor colectivului, a se acorda mai multă independență membrilor din colectiv la soluționarea diferitelor chestiuni;
- a se acorda mai multă atenție dezvoltării comunicării, culturii și tradițiilor fiecărui membru în parte;
- a se acorda garanție securității vieții și păstrării ordinii publice, a se respecta anumite reguli în colectiv;
- a se stimula membrii colectivului de muncă ce dau dovadă de eficiență sporită în muncă și cei care lucrează suplimentar;
- a se intensifica relațiile de cooperare și schimb de experiență cu alte organizații, cu alte colective de muncă.

# Responsabilitatea etică a companiilor. Etica în afaceri și colectivul de muncă

## *Colectivul de muncă*

Pentru a așeza relațiile între angajat și firmă pe temeiuri etice, se introduc următoarele categorii de principii și norme:

- drepturile angajaților;
- reglementări în privința loialității față de companie.

Tratarea angajaților ca pe entități înlocuibile, respectiv simple mijloace, conduce la faptul că și aceștia tratează compania ca pe un loc de tranziție, o simplă sursă de salariu și beneficii.

Loialitatea față de companie se conturează prin obligațiile reciproce: companie-angajat, prin atribuire de roluri și responsabilități. Unele dintre acestea sunt contractuale și legale, dar acestea nu ajung decât pentru îndeplinirea sarcinilor și nu au o componentă etică. Există mereu o dimensiune morală: mândria față de propriile produse, spiritul de echipă, grija față de bunăstarea companiei, atașamentul față de colegi.

# Etica și cultura organizațională

- Cultura organizațională consta în ansamblul valorilor, credințelor, aspirațiilor, așteptărilor și comportamentelor conturate în decursul timpului în fiecare organizație, care predomină în cadrul acesteia și-i condiționează direct și indirect funcționalitatea și performanțele.
- Cultura organizațională este un sistem unitar de gândire al membrilor unui grup care îi diferențiază de alte grupuri. Cultura organizațională este definită prin modele de valori și credințe împărtășite, care produc, în timp, norme comportamentale adoptate în soluționarea problemelor organizației.

# Etica și cultura organizațională

## *Funcțiile culturii organizaționale*

- Integrarea salariaților în cadrul firmei;
- Direcționarea salariaților în vederea realizării obiectivelor instituției;
- Protecția salariaților față de amenințările potențiale ale mediului ambiant (contextul financiar, social, politic, științific etc. );
- Păstrarea și transmiterea valorilor și tradițiilor organizației
- Dependența performanțelor instituțiilor de capacitatea lor organizațională.



# Etica managerială

- Fiecare decizie a managerului are și o componentă etică, pentru că decizia stabilește și impune o conduită care trebuie să fie conformă cu anumite valori fundamentale, reguli, principii sau legi și norme adoptate;

## *Tipuri de etică managerială:*

1. Etica obiectivității (soluții imparțiale și obiective, greu de implementat acest tip de etică);
2. Etica virtuții și a caracterului (Integritatea morală a unui manager presupune respect, promovarea adevărului, respectarea promisiunilor și a regulii de aur: ce ție nu-ți place altuia nu-i face);
3. Etica drepturilor și îndatoririlor (abordare guvernată de instituirea unui complex de drepturi și îndatoriri);
4. Etica rezultatelor (presupune obținerea unor rezultate pozitive pentru un număr cât mai mare de persoane și antrenarea unor consecințe negative pentru un număr cât mai mic).

# Responsabilitatea socială

- O entitate, individ sau organizație are responsabilitate față de părțile interesate (stakeholders) și față de societate ca întreg (cel puțin față de comunitatea locală), dincolo de cerințele legale și de servirea intereselor părților interesate.
- Organizația se consideră responsabilă nu numai față de proprietari (acționari), ci și față de clienți, furnizori, angajați, organisme guvernamentale, creditori, comunități locale, opinie publică, societate ca întreg etc. (toate părțile interesate/stakeholders).
- În cazul organizațiilor, este folosită sintagma responsabilitate socială corporativă.

# Responsabilitatea socială

## Responsabilitatea socială corporativă

Piramida  
responsabilității  
sociale  
corporative



# Responsabilitatea socială

Responsabilitatea socială corporativă



Piramida  
comportamentului  
corporativ

# Bibliografie

[1] Geanina Banu, *Etică profesională și Proprietate intelectuală*, Suport de curs. Editura Universității Titu Maiorescu, 2022.