

# ETICA AFACERILOR ACTUALE – ÎNTRE UTOPIE ȘI REALITATE

Valentin-Stelian BĂDESCU<sup>1</sup>

valentinbadescu@yahoo.com

**ABSTRACT:** Current business ethics issues are to be considered in a broader context than the relationship between maximizing profits and interest. Great transformations are occurring in international politics: the great powers are focusing on the Asian area, which tends to become – if it is not already – the most exciting place for the global power game in this century, replacing Europe and the North Atlantic systemic centrality. It must be said that we live in a period of systemic uncertainties because major changes occur in systemic hierarchy.

**KEYWORDS:** Constitution, the new Civil Code, the Treaty of Lisbon, Christianity, ethics, morality

## 1. Argumentum

Problematika eticii în afacerile actuale trebuie privită într-un context mult mai larg decât cel al relației dintre maximizarea profitului și interesul general. Este vorba despre mari transformări în politica internațională: focusarea marilor puteri asupra arealului asiatic care tinde să devină – dacă nu a și devenit deja – cel mai interesant loc pentru jocul puterii globale în acest secol, înlocuind Europa, centralitatea sistemică nord-atlantică. Trebuie spus că trăim o perioadă de incertitudini sistemice, fiindcă au loc schimbări de anvergură în ierarhia sistemică: nu numai că Brazilia a luat locul Marii Britanii și a trecut pe locul șase în topul global, dar China a trecut pe locul doi, depășind Japonia, apropiindu-se vertiginos de locul prim. Această ultimă inversare s-a văzut imediat, iar vocea Chinei a devenit tot mai puternică. Trăim deci o perioadă de schimbări sistemice, dar și de transformări geopolitice. Pe fondul acestor incertitudini se caută similitudini sau apropieri cu ceea ce s-a întâmplat înainte de cel de al doilea război mondial, pentru a face predicții plauzibile.

1 Autorul este lector univ. dr. la Universitatea Româno – Germană din Sibiu cercetător asocial al Institutului de Cercetări Juridice al Academiei Române și avocat în Baroul București.

Poate fi o metodă greșită de abordare, pentru că fiecare conflict generalizat, fie că este vorba de primul sau de al doilea război mondial, are propriile cauze și scânteii care au declanșat lucrurile. Nu vom găsi repetiții aidoma. În ceea ce privește însă datoriile publice, dăm un singur exemplu: Japonia are datoria publică absolut impresionantă, de aproape trei ori produsul ei intern brut, iar în medie datoria publică a statelor din UE, în ansamblu, este de 120 la sută. Ar rezulta că UE nu se află în criză și tumult, ceea ce nu e adevărat. Deci comparațiile nu se pot face în acest fel. Ceea ce este însă posibil pe fondul incertitudinilor și al crizei economice este că un război între marile puteri nu este în afara sferei posibilului, mai ales din perspectiva globalizării afacerilor.

Opinia curentă este că războaiele sunt dezlănțuiri oarbe ale instinctelor umane primare, manifestate la nivelul unor comunități mari – triburi, grupări popoare, națiuni. Este într-adevăr așa, de aceea omeniirea a inventat de timpuriu norme și reguli de purtare a lor astfel încât violența să fie întrucâtva limitată. În felul acesta s-a dezvoltat o etică a războiului. Credem că nu greșim prea mult dacă afirmăm că și afacerile trebuie, întocmai ca și războaiele să aibă propria lor etică, întrucât această lume nu este una în care să dormi liniștit, este o confruntare aproape continuă.

Dacă vorbim de război, s-au cristalizat, pe un fond aspra căruia nu vom stăruia, de-a lungul timpului, reguli privitoare la ce este permis și la ce nu este permis în război. Epoca de înflorire a cavalerismului a constituit și momentul în care etica militară s-a aflat la cea mai înaltă expresie a ei. Ceea ce nu înseamnă, automat, că tot ceea ce am moștenit drept regulă era respectat *ad literam*. Dar, cel puțin se făcea caz și exagerările, dezlănțuirile sângeroase aveau o barieră care ținea nu doar de omeneasca milă ci și de o opinie general împărtășită. Cei care luptau în războaie s-au deprins să considere că e interzis a ucide dușmanul care se predă sau care se află în imposibilitatea de a se apăra, că nu se poate lovi sau ucide pe la spate ci numai într-o înfruntare bărbătească, dreaptă, față în față, că nu se pot ataca oameni neînarmați, femeii bătrâni, copiii. De asemenea, s-a găsit că este normal ca un prizonier să fie tratat corespunzător rangului său; nu chiar dezinteresat, rangul presupunea un nivel mai mare al sumei care urma să fie cerută drept răscumpărare. O vreme, armatele chiar s-au luptat nu pentru a omorî inamicul ci pentru a face cât mai mulți prizonieri. Ca să cu mai spunem că motivația prăzii dădea imbolduri nebănuite combatanților. Etica cu care venea creștinismul a șlefuit mult din aceste

moravuri militare. Spre deosebire de etica războiului, etica în afaceri este mult mai „tânără”.

## 2. Despre morală și etică

Termenii de morală și etică, în limbajul obișnuit, sunt folosiți adeseori ca fiind sinonimi, deși în realitate lucrurile stau altfel. Morala<sup>2</sup> reprezintă un fenomen real, care privește comportamentul cotidian, în vreme ce etica este o știință care își propune să investigheze acest fenomen. Aceasta se poate defini ca fiind un ansamblu de norme de reglementare a comportamentului, fundamentate pe valorile de bine/rău, moral/imoral, cinste și corectitudine, sinceritate, responsabilitate, larg răspândite în cadrul unei colectivități, norme caracterizate printr-un grad ridicat de interiorizare și impuse atât de către propria conștiință cât și de presiunea atitudinii celorlalți. Morala este formată din valori, norme și modele exemplare prin care se urmărește reglementarea raporturilor interumane, reprezentând astfel o parte considerabilă a vieții noastre. Ea ne apare ca un ideal, în sensul normativ al acestui termen. Ideal către care trebuie să tindem fiecare dintre noi. Noi nu putem să fim numai performanți, să urcăm doar pe scara socială, profesională, ci și pe cea a valorilor morale. Iar dacă individul își propune să urce în ierarhia socială și profesională sfidând percepțele morale destinul lui nu va fi împlinit.

Spre deosebire de morală, etica este teoria sau știința care investighează acest fenomen, teoria asupra moralei.<sup>3</sup> Constatăm astfel, că morala cuprinde reguli de comportament uman, în vreme ce etica își propune să cerceteze aceste reguli. Etica încearcă să dea răspuns la întrebarea „cum trebuie să acționeze individul în raport cu sine însuși, cu semeni săi și cu cei din jur”<sup>4</sup>. Etica înseamnă o concepție coerentă, sistematică, legată de normele vieții morale, astfel spus, de ce se cuvine și ce nu. Cuvântul vine din greacă, unde semnifică morav, obicei, caracter.<sup>5</sup>

Principala misiune a eticii este prescrierea de reguli atât pentru conduita individuală, cât și pentru organizarea socială a vieții morale. Din

2 Termenul de *morală* derivă din latinescul *mores*, care are aceeași accepțiune de obiceiuri, moravuri, datini.

3 Aurel Damșa, *Etica și deontologia profesională a militarilor*, Editura Universității Naționale de Apărare, 2011, p. 378.

4 Maria Furst, Jurgen Trinks, *Philosophie*, București, Editura Humanitas, 1992, p. 198.

5 Termenul *etică* derivă din grecescul *ethos* care înseamnă datină, moravuri, obiceiuri.

această perspectivă, etica poate fi definită, în sens larg, ca fiind *disciplina care se ocupă cu ce este valoros în viață, cu ce merită să dorim și cu regulile ce ar trebui să guverneze comportamentul uman*.<sup>6</sup>

Ce înseamnă cuvântul „etică”? Destui oameni sunt tentați să asocieze etica și sentimentele, gândindu-se probabil la un soi de vibrație empatică față de aproapele nostru. Dar etica nu este legată în mod necesar de anumite stări afective. Acestea sunt schimbătoare, capricioase și nu pe deplin supuse rațiunii, astfel încât foarte frecvent tocmai sentimentele sunt acelea care ne îndeamnă să ne abatem de la normele etice. Etica se află într-o relație necesară nici cu religia, majoritatea religiilor susțin standarde etice înalte. Dar dacă etica n-ar fi decât un apanaj al religiei, atunci ea nu ar fi valabilă decât pentru persoanele religioase. Or, etica se adresează în egală măsură ateilor și sfinților, astfel încât nu poate fi în niciun caz confundată cu religia sau pe deplin subordonată ei.

Totodată, a te comporta etic nu e totuna cu a respecta legea – o idee pe care o vom susține cu diferite argumente în cele ce urmează. Nu rareori legea încorporează anumite convingeri morale, pe care le împărtășesc numeroși cetățeni ai unui stat. Dar legea, ca și sentimentele, se poate abate față de ceea ce este etic.

În sfârșit, a fi etic nu se confundă cu a te conforma pe deplin unor modele de conduită acceptate în societate. În multe cazuri, majoritatea oamenilor cultivă într-adevăr tipare comportamentale juste sub aspect etic, dar nu întotdeauna. Uneori, aceste modele sociale de comportament se pot afla în conflict cu principiile etice. Se poate întâmpla ca o întreagă societate să fie moralmente coruptă; au existat și există, din păcate exemple în acest sens. Pe de altă parte, dacă a te comporta etic ar fi totuna cu a imita modelele social acceptate, atunci, pentru a ști ce este corect din punct de vedere etic, individul ar trebui să afle ce anume se consideră acceptabil în societatea din care face parte. În plus, lipsa unui deplin consens social face imposibilă identificarea eticii cu ceea ce se consideră acceptabil într-o anumită societate.

Lăsând de-o parte opiniile curente ale oamenilor de afaceri americani despre înțelesul eticii și particularitățile semantice ale termenului englezesc *ethics*<sup>7</sup>, trebuie să ne întrebăm ce se înțelege în mod curent prin cuvântul „etică” în românește, spre a face anumite distincții lămuritoare.

6 Vasile Morar, *Etica în afaceri și în politică*, Editura Universul Juridic, București, 2010, p. 39

7 *Idem*, p. 7.

La noi, termenul *etică* are cel puțin trei semnificații diferite. În primul rând, etica se referă la așa-numitele *moravuri*, cutume și obiceiuri tradiționale specifice diferitelor culturi. Astfel de cutume tradiționale există și în domeniul economic. În Occident, prețurile afișate în magazine nu sunt, de regulă, negociabile; în Orient, tocmeala dintre vânzător și cumpărător este aproape obligatorie. Lumea apuseană pune mare preț pe punctualitate, pe când în America Latină sau în Africa se consideră că un om este cu atât mai important și mai vrednic de stimă cu cât își permite să întârzie mai mult. În Occident, comisioanele acordate, mai mult sau mai puțin „pe sub masă”, unor oficiali cărora li se solicită un contract sau anumite facilități fiscale ori comerciale sunt considerate profund imorale; nu același lucru se poate spune despre țările în curs de dezvoltare, unde mituirea funcționarilor publici constituie o practică obișnuită, de multe ori la vedere.

Pentru a evita posibilele confuzii terminologice, vom denumi **ethos** acest ansamblu de cutume și obiceiuri tradiționale care, după cum voi arăta în continuare, interesează mai curând antropologia culturală decât etica propriu-zisă.

În al doilea rând, prin termenul „etică” se înțelege ansamblul de valori și norme care definesc, într-o anumită societate, omul de caracter și regulile de comportare justă, demnă și vrednică de respect, a căror încălcare este blamabilă și vrednică de dispreț. În această accepțiune, etica promovează anumite *valori*, precum cinstea, dreptatea, curajul, sinceritatea, mărinimia, altruismul etc., încercând să facă respectate *norme* de genul: „Să nu minți!”, „Să nu furi!”, „Ajută-ți aproapele!”, etc.<sup>8</sup>

În firescul limbii române, ansamblul acestor reguli de „bună purtare” se numește morală, iar condiția omului care aspiră să trăiască potrivit unor idealuri și principii cât mai înalte se numește moralitate. În sensul său propriu, etica sau filosofia morală este o interpretare teoretică a *ethosului* și a fenomenelor morale. Reflecția etică își propune să clarifice cu instrumente teoretice o serie de probleme, precum: Putem fi morali? De ce să fim morali? Cum să fim morali? Ce sunt binele și răul, plăcerea și datoria, dreptatea, demnitatea sau mărinimia? În ce constă fericirea și cum poate fi ea atinsă și păstrată? Ce fel de argumente raționale pot susține în mod consistent o anumită angajare sau decizie morală? Cât de puternică este influența factorilor iraționali în atitudinile noastre morale? etc.

---

8 *Ibidem.*

Etica nu încearcă să răspundă la aceste întrebări din perspectiva specifică a vreunei categorii particulare de oameni, ci se străduiește să afle răspunsuri cu valoare universal valabilă. „Ce ar trebui să facă un om spre a-și realiza dorințele, scopurile și idealurile, astfel încât să poată atinge maxima împlinire a ființei sale, fără a face însă inutil rău celorlalți, ci lăsând pe fiecare să-și caute propria împlinire personală și chiar contribuind la progresul întregii societăți?” – aceasta este interogația fundamentală, ce stă în miezul investigațiilor etice. Eticile aplicate pun și ele exact aceeași întrebare, însă o fac din perspectiva unei anumite categorii sociale particulare. Întrebarea noastră este: cum trebuie să acționeze un bun om de faceri spre a-și împlini vocația? care sunt responsabilitățile și datoriile morale de care omul de faceri trebuie să se achite pentru a-și face treaba cât mai bine? La nivelul bunului simț, această întrebare se pune de mult, încă din Antichitate, dar numai de curând ea stă în centrul unei noi discipline academice – etica în afaceri. De ce? Care sunt schimbările sociale și economice care au făcut ca opiniile de bun simț despre ceea ce ar trebui să facă ori să nu facă agenții economici în societatea capitalistă actuală să pară depășite și inadecvate, solicitând o investigație teoretică a standardelor etice raționale care ar trebui să reglementeze mediul de afaceri din lumea contemporană?

### 3. Chestiuni semantice privind etica în afaceri

Etica în afaceri este un domeniu academic și un subiect de dezbatere publică destul de recent<sup>9</sup>. Ca mai toate noutățile din secolul XX, și *business ethics* este o invenție americană. Pentru unii, originea transatlantică a noii discipline este o garanție de calitate, seriozitate și performanță; pentru alții, dimpotrivă, orice vine de peste ocean trebuie să fie ceva teribil de rudimentar, superficial și – neapărat – „imperialist”. Entuziasmantă sau detestabilă, etica în afaceri a luat rapid amploare în spațiul nord-american, de unde s-a răspândit apoi în toată lumea „civilizată”, mai exact în țările în care se poate vorbi cu temei despre economie de piață și stat de drept. Cu britanicii în frunte, europenii s-au „contaminat” și ei de interesul crescând față de etica în afaceri abia în anii de după 1980. În România, acest interes este deja actual. Multe dintre universitățile cu profil economic, au această disciplină în curricula universitară.

9 Dan Căciun, *Etica în afaceri*, preluat de pe site-ul <http://www.biblioteca.digitala.ase.ro/biblioteca/carte.asp?id=398&idb>.

Ce este etica în afaceri? La prima vedere, este ușor de înțeles că „etica în afaceri” este un domeniu care urmărește să clarifice problemele de natură morală ce se ridică în mod curent în activitatea agenților economici dintr-o societate capitalistă. Potrivit unei opinii, etica în afaceri este definită drept „perspectiva etică, fie implicită în comportament, fie enunțată explicit, a unei companii sau a unui individ ce face afaceri”<sup>10</sup>. Comportamentul și declarațiile pot, firește, să se contrazică, astfel încât despre o corporație se poate spune uneori că, deși afișează un *credo* etic pus, chipurile, în serviciul comunității, daunele teribile provocate mediului înconjurător arată care îi sunt adevăratele convingeri. De George, R.T. situează etica în afaceri la nivelul unei simple *descrieri* a ceea ce declară și face efectiv un agent economic, în raport cu anumite considerente etice<sup>11</sup>.

Lewis, e de altă părere, definind etica în afaceri drept „acel set de principii sau argumente care ar trebui să guverneze conduita în afaceri, la nivel individual sau colectiv”. Dacă suntem de acord că există numeroase lucruri pe care oamenii de afaceri nu ar trebui să le facă, etica în afaceri în acest al doilea sens se referă la ceea ce oamenii *ar trebui* să facă în afaceri. După Lewis, etica în afaceri își delimitează problematica la nivelul *normelor* de comportament moral care indică agenților economici ce trebuie și ce nu trebuie să facă în activitatea lor specifică.<sup>12</sup>

În opinia lui Roger Crisp<sup>13</sup>, etica în afaceri este un domeniu de investigații filosofice, având propriile sale probleme și teme de discuție, specialiști, publicații, centre de cercetare și, desigur, o varietate de curente sau școli de gândire. În acest sens, Crisp sugerează că „etica în afaceri se referă la străduințele filosofice ale ființelor umane de a sesiza principiile care constituie etica în afaceri, de obicei în ideea că acestea ar trebui să devină «etica» afacerilor și a oamenilor de afaceri reali”. Într-un limbaj ceva mai inteligibil, Crisp vrea să spună că etica în afaceri urmărește să evalueze și să susțină cu argumente raționale valorile și normele morale care ar trebui să guverneze jocul economic, cu speranța că explicațiile sale pot contribui la ameliorarea practicii morale în mediul de afaceri.

10 De George, R.T. *Business Ethics*, 3rd edition, New York, MacMillan, 1990.

11 *Idem*, p. 5.

12 Lewis, P. V. *Defining 'Business Ethics': Like Nailing Jello to the Wall*, în „Journal of Business Ethics”, 1985, p. 839.

13 Cowton, Ch., Crisp, R., (editors) *Business Ethics. Perspectives on the Practice of Theory*, Oxford University Press, 1998.

Simpla lectură a definițiilor de mai sus ar putea să explice de ce atât de mulți oameni de afaceri sunt sceptici în ceea ce privește relevanța eticii în afaceri față de problemele lor curente și față de dilemele practice cu care se confruntă în activitatea lor. Departe de a face ca faptele nude să apară într-o lumină mai clară și să fie mai ușor de înțeles, filosofii par să vorbească despre o altă lume, rătăcindu-se în speculații umbroase, ce n-au nimic comun cu preocupările presante ale celor care se ocupă de afaceri. Iată, în acest sens, ce spune Laura Nash<sup>14</sup>: „Etica în afaceri este studiul modului în care normele morale personale se aplică în activitățile și scopurile întreprinderii comerciale. Nu este un standard moral separat, ci studiul modului în care contextul afacerilor pune persoanei morale, ce acționează ca agent al acestui sistem, propriile sale probleme specifice”.

O definiție și mai scurtă propun Andrew Crane și Dirk Matten<sup>15</sup>: „Etica în afaceri este studiul situațiilor, activităților și deciziilor de afaceri în care se ridică probleme în legătură cu ceea ce este moralmente bine și rău”. Observăm că „etica în afaceri” este o expresie compusă, al cărei sens poate fi inteligibil numai în măsura în care cititorul neavizat știe ce înseamnă cuvintele „etică” și „afaceri”. Cu această condiție, este ușor de înțeles că, în rând cu etica medicală, etica juridică sau bioetica, *business ethics* este o teorie etică *aplicată*, în care conceptele și metodele eticii, ca teorie *generală*, sunt utilizate în abordarea problemelor morale specifice unui anumit domeniu de activitate, precum medicina, justiția sau afacerile.<sup>16</sup>

#### 4. Importanța eticii în afaceri

„Etica în afaceri nu este o modă trecătoare”<sup>17</sup> 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. Atât în

14 Nash, L. L., *Good Intentions Aside. A Manager's Guide to Resolving Ethical Problems*, 2nd edition, Boston, Massachusetts, Harvard Business School Press, 1995, p. 5.

15 Crane, A., Matten, D. *Business Ethics. A European Perspective*, Oxford University Press, 2004.

16 D. Crăciun, *op. cit.*, p. 6.

17 *Idem*. 9

țările occidentale, cât și în țara noastră programele de privatizare au făcut ca numeroase întreprinderi aflate o vreme în proprietatea statului să se adapteze cerințelor de eficiență și rentabilitate ale unor afaceri comerciale. Drept urmare, noii lor manageri au dispus masive concedieri de personal, acordându-și lor însă remunerații substanțial mărite. Moralitatea acestor măsuri a fost pusă vehement sub semnul întrebării de către opinia publică, stârnind dezbateri aprinse în legătură cu obiectivele esențiale pe care trebuie să le urmărească întreprinderile comerciale: trebuie acestea să se pună în primul rând în serviciul bunăstării generale a societății ori să servească mai presus de orice interesele acționarilor?

O dată cu retragerea totală sau parțială a administrației de stat din anumite sectoare de activitate pe care le-a controlat timp de multe decenii, s-au pus tot mai multe întrebări în legătură cu măsura în care firmele private ar trebui să preia responsabilitățile pe care statul și le-a declinat. Speranțele că oamenii de afaceri ar putea să susțină financiar dezvoltarea artelor, a științei și educației nu sunt câtuși de puțin ceva de dată recentă. Nouă este însă transformarea speranțelor în așteptări și chiar în pretenții; ceea ce odinioară se considera a fi doar generozitate voluntară apare în opinia tot mai multor oameni drept „responsabilitate socială”. Nouă este și vehemența cu care o bună parte a opiniei publice solicită firmelor și corporațiilor private să se implice în eradicarea tuturor relelor din societatea contemporană. Nu e suficient ca investitorii să ofere pe piață produse de tot mai bună calitate, mai sigure și mai accesibile pentru consumatori sau ca aceștia să asigure condiții de lucru tot mai bune pentru salariați, ci și să salveze speciile biologice în pericol de dispariție, să protejeze monumentele istorice, să susțină sistemul de sănătate ori să se implice în eradicarea sărăciei pe întreaga planetă.

O dată cu creșterea influenței sectorului privat asupra întregii vieți economice și sociale, interesul canalelor mediatice față de lumea afacerilor a sporit constant. Ajunse din ce în ce mai frecvent pe prima pagină, malversațiunile oamenilor de afaceri au stârnit reacții, critici și comentarii aprinse din partea opiniei publice, sporind interesul general față de moralitatea agenților economici și a funcționarilor publici cu atribuții și competențe dubios exercitate în gestionarea avuției naționale. Sub presiunea efectelor direct perceptibile în viața lor a politicilor interesate și „egoiste” ale marilor corporații și a strategiilor guvernamentale orientate spre descătușarea mecanismelor concurențiale ale pieței libere, pe larg

prezentate și dezbătute în *mass-media*, militantismul diferitelor grupuri și categorii de *stakeholders* s-a intensificat progresiv, sporind interesul opiniei publice față de etica afacerilor și a administrației publice. Greu traducibil în românește prin cuvântul „participanți”, termenul englezesc *stakeholders* desemnează toate grupurile sociale afectate direct sau indirect de activitatea firmelor comerciale; mai mult decât atât, aceste grupuri iau parte la „jocul” economiei de piață, nu doar în calitate de „spectatori”, ci și în calitate de participanți activi, întrucât fără implicarea lor, activitatea firmelor comerciale ar fi imposibilă. Printre cele mai importante categorii de *stakeholders* se numără salariații, consumatorii și comunitățile locale. Pe măsură ce se profilează o descreștere numerică a candidaților din rândurile unor grupuri tradițional favorizate, profilul etic al firmei devine un criteriu cheie în lupta pentru atragerea și păstrarea angajaților performanți. În consecință, firmele care vor să atragă acești consumatori din ce în ce mai critici și mai exigenți trebuie să fie foarte atente cum abordează problemele de etică în afaceri.<sup>18</sup>

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, căruia îi vom acorda o atenție specială în a doua secțiune a manualului. 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 soluționat, iar afacerile trebuie să repună în discuție anumite principii și valori considerate până de curând a fi de la sine înțelese.

Augmentarea 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 managerial stufoase și rigide s-au aplatizat considerabil. În consecință, autoritatea și răspunderea decizională s-au dispersat

---

<sup>18</sup> *Idem*, p. 10.

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

## 5. Etica și deontologia profesională a comercianților

### 5.1. Chestiuni semantice privind deontologia

În afara conceptelor de etică și morală, în limbajul de specialitate mai întâlnim și pe cel de *deontologie*<sup>19</sup>. Într-o accepțiune lato-sensu, termenul evocă partea eticii care se ocupă de studiul datoriei morale, al originii, naturii și formelor acesteia, în calitate de componentă de bază a conștiinței morale. Într-o accepțiune stricto-sensu, conceptul semnifică un cod al moralei profesionale, al principiilor și normelor specifice pe care le implică exercitarea unei profesii. Un asemenea cod poate să îmbrace forma scrisă<sup>20</sup> sau poate fi constituit dintr-un ansamblu de cutume transmise pe cale orală<sup>21</sup> și acceptat de toți membrii unei comunități. În ultima vreme, se manifestă tendința adoptării unor coduri de conduită în forma scrisă pentru tot mai multe profesii sau categorii de persoane care îndeplinesc diferite funcții în stat.

Deontologia este astfel definită *ca fiind ansamblul regulilor după care se ghidează o organizație, instituție profesională, profesie sau o parte a acesteia,*

19 Cuvântul provine din grecescul *deon, deontos*, care înseamnă ceea ce se cade, ceea ce este necesar și *logos* care înseamnă știință.

20 A se vedea Legea nr. 7/2004 privind Codul de conduită al funcționarilor publici.

21 Codul de conduită al militarilor. *Exempli gratia, Codul Bushido*, care conține legile severe ale onoarei militare și ale purtării luptei, care poate părea în multe puncte de neînțeles pentru mentalitatea europeană, dar trebuie văzut că el s-a structurat în conformitate cu specificul psihologiei și moralei japoneze, iar scopul său era, în esență da a reglementa violența

*prin intermediul organizațiilor profesionale care devin instanțe de elaborare, aplicare și supraveghere a aplicării acestor reguli*<sup>22</sup>. Deontologia mai poate fi definită ca reprezentând ansamblul normelor care conturează un anumit tip de comportament profesional. O parte din aceste norme sunt consacrate juridic, putând fi deci impuse prin intervenția forței de coerciție a statului, altele sunt sancționate doar de opinia publică, înscriindu-se în categoria normelor morale. Deontologia se referă astfel la regulile proprii unei profesii a cărei exercitare o guvernează. Vom regăsi o deontologie a medicului, a magistratului, a jurnalistului, a polițistului, și plecând de la normele comune consacrate de aceasta, un specific al profesionistului comerciant. Putem atașa termenului de deontologie semnificația de morală profesională în sensul de ansamblu de îndatoriri, principii și norme inerente exercitării unei activități profesionale și considerăm că fiecare activitate profesională, indiferent de complexitatea ei, de ierarhia în nomenclatorul de funcții sau ierarhia entității unde se exercită, trebuie să se bazeze pe anumite valori morale, care aduc identitate funcției respective și celor care o exercită.

Înțelegem ca ansamblu de reguli care precizează îndatoririle unei profesii, deontologia include atât raporturile existente în interiorul unei profesii, între cei care o practică, cât și raporturile cu terții, care sunt fie beneficiarii exercitării profesiei, fie pur și simplu, oameni din afară care iau cunoștință într-un fel de aceasta.

Organizarea juridică formală a unei societăți reprezintă reflectarea valorilor morale importante pentru membrii societății respective responsabili cu crearea instrumentelor legale ce asigură intervenția statală atunci când ordinea prestabilită prin normele legale este încălcată. Deși este precedată de etică, legea poate să reflecte sau nu valorile morale dominante ale unei societăți într-o anumită perioadă de timp. Raportat la exercitarea unei profesii, normele juridice reprezintă un ansamblu de reguli care descriu obligațiile, interdicțiile și permisiunile tuturor subiecților dintr-un anumit domeniu de activitate, acea parte a regulilor morale susținute de deontologie considerate de către legiuitor ca fiind obligatorii pentru acea categorie profesională.

Având inițial semnificația de știință a moralei<sup>23</sup>, evoluția conceptului de deontologie a avut loc îndeosebi în sfera științelor și activităților

22 Verginia Vedinaș, *Deontologia vieții publice*, Universul juridic, București, 2007, p. 19.

23 K. Lippert Rassmusen, *Deontology, Responsibility and Equality*, BookPartnerMedia,

umaniste, pe măsură ce acestea dispuneau de tot mai multe modalități de acțiune, astfel încât problema delimitării a ceea ce este permis de ceea ce nu este permis impunea trasarea unor limite morale.

Astfel, deontologia excede sfera normativă juridică, reprezentând acea parte a eticii care se ocupa cu studiul normelor și obligațiilor specifice unei activități profesionale, reglementate sau nu prin norme juridice. În timp ce respectarea normei juridice, ca regulă de conduită, este asigurată, la nevoie, prin forța coercitivă a statului, norma morală se bazează pe constrângerea intimă și conștiința personală a fiecărui individ, încălcarea ei nefiind sancționată decât prin, eventual, reacția opiniei publice sau a subiecților ce activează în același domeniu.

Din ansamblul regulilor morale, deontologia le-a asimilat pe cele legate de exercitarea profesiei către nivelul de performanță dorit. Astfel, se poate spune că deontologia reprezintă acea parte a eticii care se ocupă de studiul datoriei morale, a originii, naturii și formelor responsabilității pe care le incumbă exercitarea profesiei.

În cazul afacerilor, scopul deontologiei este reprezentat de realizarea eficienței acestora și satisfacerea nevoilor consumatorului. Eficiența nu reprezintă numai rezultatul unei bune organizări și conduceri a unei activități. Obținerea unei eficiențe maxime depinde și de gradul de conștiințiozitate față de obligațiile profesionale ale întreprinzătorului. Prin urmare, obligațiile de ordin moral ce trebuie respectate derivă din scopul exercitării activității, anume maximizarea profitului dar și asumarea unei răspunderi față de societate și cetățeni. În măsura în care actele normative stipulează expres aceste obligații morale, ele dobândesc dimensiune profesională.

Dicționarul „Le Petit Larousse” definește deontologia ca fiind „ansamblul de reguli care reglementează o profesiune, conduita celor care o exercită, raporturile dintre aceștia, raporturile dintre aceștia și clienții lor, dintre ei și public” Relativ recent, dezvoltarea reglementărilor interne pe baza dreptului Uniunii Europene a constituit o preocupare permanentă a legiuitorului român a fost aceea de a dezvolta reglementarea internă pe baza acquis-ului comunitar.

La baza exercitării anumitor profesii trebuie să stea nu numai actele normative care organizează profesia respectivă, care consacră statutul juridic al celor care o exercită, ci și anumite coduri morale ce cuprind

îndatoririle și principiile de natură morală care dau identitatea acelei profesii și a căror semnificație deosebită trebuie apărată, altfel, dacă cei care exercită acea profesie renunță la ele, se erodează profesia, în ansamblul ei. În acest sens, vom prezenta succint obligațiile profesioniștilor comercianți astfel cum sunt ele reglementate prin dispozițiile Codului civil român în vigoare, ale altor legi speciale în domeniu.

### 5.2. *Obligațiile profesioniștilor comercianți*

Exercitarea unei activități de producție, comerț sau prestări de servicii impune existența unor condiții care să asigure cadrul juridic corespunzător. În acest scop, legea instituie anumite obligații în sarcina acelor care desfășoară activitatea comercială ca profesie, adică a profesioniștilor comercianți. Întrucât aceste obligații sunt strâns legate de exercitarea profesiei comerciale, ele sunt denumite obligații ale profesioniștilor comercianți.

Prin instituirea obligațiilor profesionale ale comercianților se urmărește apărarea intereselor publice, în special, creditul comercial, dar și protejarea intereselor terților și ale comercianților însșiși<sup>24</sup>. Astfel, comercianții au obligația să îndeplinească anumite formalități de publicitate, în vederea aducerii la cunoștința celor interesați a existenței unui nou comerciant, precum și a unor acte și fapte din activitatea comercianților. Această obligație a comercianților se realizează, în principal, prin publicitatea în registrul comerțului. Apoi, pentru a asigura o bună organizare și desfășurare a activității, precum și un control asupra acesteia, comercianții sunt obligați să țină anumite registre comerciale sau de contabilitate, cu respectarea cerințelor legii.

Ansamblul drepturilor și obligațiilor comerciantului alcătuiește statutul său juridic. Între drepturile cele mai importante recunoscute și consacrate în legislația noastră, dar și în cea europeană ori internațională, sunt: dreptul de a-și alege liber și a exercita o profesie comercială; dreptul comerciantului, persoană fizică, la circulație liberă; dreptul la circulație liberă a mărfurilor, serviciilor și capitalurilor; dreptul de a fi informați în permanență cu privire la orice schimbare legislativă, cu privire la hotărârile guvernamentale și judiciare în domeniul activității comerciale, desfășurate de comercianții persoane fizice.

24 Stanciu D. Cârpenaru, *Drept comercial român*, Editura Allbeck, București, 2000, p. 91.

### 5.3. Buna-credință în afaceri

Printre principalele obligații se regăsesc: înscrierea în registrul de comerț, ținerea unei evidențe privind derularea afacerilor, efectuarea unor acte de publicitate privind bilanțul, lichidarea (falimentul) afacerii etc.<sup>25</sup> Dar cea mai importantă reglementare care statornicește desfășurarea raporturilor juridice de dreptul afacerilor, ni se pare cea inserată, în mod repetat, în noul Cod civil, și anume buna-credință. „Orice persoană fizică sau persoană juridică trebuie să își exercite drepturile și să își execute obligațiile civile cu bună-credință, în acord cu ordinea publică și bunele moravuri. Buna-credință se prezumă până la proba contrară”<sup>26</sup>. Părțile sunt libere să încheie orice contracte și să determine conținutul acestora, în limitele impuse de lege, de ordinea publică și de bunele moravuri”<sup>27</sup>, „Părțile au libertatea inițierii, desfășurării și ruperii negocierilor și nu pot fi ținute răspunzătoare pentru eșecul acestora. Partea care se angajează într-o negociere este ținută să respecte exigențele bunei-credințe. Părțile nu pot conveni limitarea sau excluderea acestei obligații. Este contrară exigențelor bunei-credințe, între altele, conduita părții care inițiază sau continuă negocieri fără intenția de a încheia contractul. Partea care inițiază, continuă sau rupe negocierile contrar bunei-credințe răspunde pentru prejudiciul cauzat celeilalte părți. Pentru stabilirea acestui prejudiciu se va tine seama de cheltuielile angajate în vederea negocierilor, de renunțarea de către cealaltă parte la alte oferte și de orice împrejurări asemănătoare”<sup>28</sup>.

Buna-credință nu este numai o obligație civilă, ci și un principiu al dreptului comercial, alături de cele privind libertatea comerțului, concurența loială, egalitatea juridică a părților și libertatea convențiilor consacrate în literatura de specialitate<sup>29</sup>, principiu aflat și în dezbaterile Organizației Mondiale a Comerțului și Comisiei națiunilor Unite pentru Drept Comercial Internațional care au subliniat importanța pe care acesta o are în finalizarea schimburilor de mărfuri și servicii în condiții reciproc avantajoase.

25 Dumitru Mazilu, *Dreptul comerțului internațional*, Partea generală, Editura Lumina lex, București, 1999, p. 165.

26 Art. 14.

27 Art. 1.169.

28 Art. 1.183.

29 D. Mazilu, *op. cit.* p. 85.

La dezbaterele Comisiei Națiunilor Unite de Drept Comercial Internațional, cu sediul la Viena, au fost făcute două afirmații care au stârnit interes, fiind îndelung comentate. Prima se referea la „insistența fără precedent asupra bune – credințe, frecvența ei tot mai mare în textele elaborate și invocarea ei în practica relațiilor comerciale, ceea ce nu demonstrează că a crescut gradul în care este respectată, ci, dimpotrivă, că este tot mai puțin respectată și, nu de puține ori, încălcată cu brutalitate, motiv pentru care s-a considerat că este necesară nu numai stipularea ei în texte, ci, îndeosebi, adoptarea de măsuri practice de aplicare. A doua remarcă a exprimat surprinderea și nedumerirea că la București, prin reglementările intrate în vigoare la 10 octombrie 2011, contractele comerciale au fost eliminate; secțiunile comerciale ale instanțelor de judecată au fost desființate, iar dreptul comercial a fost „topit” în niște reglementări civile. Asemenea măsuri reprezintă cel puțin o eroare, în condițiile în care dreptul comercial este o ramură modernă a sistemului de drept, iar relațiile comerciale constituie cea mai dinamică componentă a dreptului internațional contemporan<sup>30</sup>.

Și în literatura română de specialitate s-au acordat și se acordă spații largi principiului bune credințe, atrăgându-se atenția asupra valențelor sale nu numai morale, ci și juridice, subliniindu-se că „dorința de îmbogățire poate fi înțeleasă, dar că reaua credință în tranzacții trebuie descurajată și eliminată, dreptul afacerilor trebuind să garanteze desfășurarea raporturilor comerciale, a competiției firești între comercianți, pe baza regulilor dreptului, justiției și echității”<sup>31</sup>.

#### 5.4. Răspunderea pentru reaua-credință

Așa cum am văzut, buna-credință este în același timp obligație și principiu general care călăuzește atât procesul elaborării normelor dreptului afacerilor, cât și pe acela al aplicării lor. În normele privind schimburile comerciale internaționale și în contractele privind tranzacțiile în acest domeniu se regăsesc stipulate și răspunderile pentru încălcarea principiului bune-credințe. Legea română prevede în mod expres măsuri împotriva

30 Această din urmă remarcă a fost făcută de Domnul Prof. univ. dr. Dumitru Mazilu cu prilejul lansării lucrării sale „*Tratatul privind Dreptul Comerțului Internațional*”, eveniment ce a avut loc la sediul Universității Creștine „Dimitrie Cantemir” din București, în ziua de vineri, 10 februarie 2012.

31 D. Mazilu, *op. cit.*, p. 109.

părții care a acționat cu rea – credință. Astfel, „dacă vânzătorul a vândut cu rea-credință fondul altuia el va fi dator să întoarcă cumpărătorului toate spezele ce va fi făcut, chiar și cele de simplă plăcere”<sup>32</sup>. Totodată, „vânzătorul este supus la răspundere pentru viciile ascunse ale lucrului vândut dacă, din cauza acelora lucrul nu este bun de întrebuințat, după destinația sa, sau întrebuințarea sa e atât de micșorată încât de poate presupune că cumpărătorul nu l-ar fi cumpărat, sau nu ar fi dat pe dânsul ceea ce a dat, de i-ar fi cunoscut viciile”<sup>33</sup>. În noul Cod civil român sunt stipulate răspunderile pentru acțiunile de rea-credință, ceea ce obligă participanții la schimburile comerciale să aibă o conduită corectă. În unele norme – fără a se califica actele sau faptele comise – rezultă din descrierea lor că sunt de rea credință, stipulându-se răspunderi concrete pentru ele. Reglementările internaționale definesc faptele de rea-credință și stipulează răspunderi pentru comiterea lor. Așa de pildă, Conferința de la Lisabona din 1958 a introdus în Convenția de la Paris privind concurența neloială un text care definește acte și fapte de rea-credință: „indicațiile și afirmațiile a căror folosire, în exercitarea comerțului, este susceptibilă să inducă publicul în eroare, în ceea ce privește natura, modul de fabricare, caracteristicile, aptitudinea pentru întrebuințare sau calitatea mărfurilor”<sup>34</sup>. Se înțelege că – așa cum observa Paul Roubier – asemenea comportamente, ce vădesc reaua credință a autorilor lor „au fost depistate din experiența raporturilor juridice de comerț internațional. Sancționarea lor s-a dovedit a fi necesară pentru a descuraja reaua –credință și a garanta derularea corectă a contractelor profesioniștilor.

Principiul bunei – credințe este considerat a fi atât de important în relațiile comerciale deoarece – mai mult decât în cazul celorlalte principii – pune în evidență valorile morale ale comportamentului participanților la aceste relații, adăogându-le răspunderilor juridice stipulate în aplicarea sa de către organele competente pentru crearea și aplicarea dreptului afacerilor<sup>35</sup>.

Desfășurarea activității comerciale în condițiile normale impune obligația pentru fiecare comerciant să acționeze pentru atragerea clientelei, în limitele unei concurențe licite, cu respectarea legii. De asemenea, avem în

32 Codul civil, art. 1702.

33 Codul civil, art. 1672 și urm.

34 D. Mazilu, *op. cit.*, p. 107.

35 *Ibidem*.

vedere și obligația legată de reglementarea a regimului matrimonial al soților – regimul dotal, separația de patrimonii – care prin intrarea în vigoare a noului Cod civil, preia, în modalități vechi, realitățile economico-sociale de azi. Prin urmare, cele mai importante obligații ale comercianților – persoane fizice sau juridice – prevăzute în mod expres de lege, sunt:

- *desfășurarea raporturilor juridice de drept comercial, cu bună credință, în limitele unei concurențe loiale;*

- înmatricularea în registrul comerțului înainte de începerea activității. Prin înregistrare se înțelege, potrivit dispozițiilor art. 200 alin. 2 din noul Cod civil „înscrierea, înmatricularea sau, după caz, orice altă formalitate de publicitate prevăzută de lege, făcută în scopul dobândirii personalității juridice sau al luării în evidență a persoanelor juridice legal înființate, după caz”.

- în cursul exercitării comerțului, să ceară înscrierea în același registru a mențiunilor privind actele și faptele a căror înregistrare este prevăzută de lege<sup>36</sup>;

- la încetarea comerțului, să ceară radierea din Registrul Comerțului;

- întocmirea registrelor comerciale sau de contabilitate;

- protecția mediului.

Pentru fiecare om de afaceri demnitatea, onoarea, curajul, sinceritatea, cinstea, dreptatea nu constituie numai imperative morale asupra cărora să opteze, ci obligații profesionale a căror încălcare se sancționează. Astfel aceste norme anterior morale în acest moment au devenit norme de drept cu caracter juridic.

Chiar dacă normele deontologice specifice oamenilor de afaceri nu sunt cuprinse în mod sintetic într-un cod deontologic acestea ele se regăsesc consemnate în diferite acte normative interne iar o altă parte din acestea sunt păstrate și transmise sub formă cutumiară din generații în generații. Principalele norme de conduită în afaceri au fost promovate cutumiar de generația mai în vârstă tipul specific al acesteia creând uneori stări de conflict moral. Multe exigențe morale s-au înscris în coduri sub forma unor imperative generale (imprecise) cărora li se pot da înțelesuri diverse. Însă cele mai multe din aceste norme morale nu sunt codificate, funcționând încă în domeniul afacerilor, cutume, un amestec de vechi și nou, un „*cod moral la vedere*” de suprafață, cel real fiind „*în spate*”. Toate

36 Art.1 din Legea nr. 26/1990 republicată, cu modificările și completările ulterioare.

acestea considerăm că duc la nevoia unor codificări ale normelor etice în domeniul afacerilor.

## 6. Responsabilitate și răspundere în afaceri

### 6.1. Responsabilitatea ca valoare socială

În calitatea ei de marcă a umanului, responsabilitatea a avut întotdeauna un mare potențial de legitimare. Nu se poate spune același lucru despre alte „mărci”, cum ar fi, de pildă, rațiunea (*homo sapiens*) sau activitatea productivă (*fomo faber*). Spre deosebire de acestea, responsabilitatea legitimează în cel mai înalt grad: pentru ca un subiect să fie legitim nu este suficient să fie rațional (câte crime nu s-au înlăptuit «strict rațional» sau în numele Rațiunii?); nu este suficient să fie activ – productiv sau întreprinzător (câte nenorociri nu au avut drept cauză activitatea sau inițiativa iresponsabilă a unuia sau altuia?). În schimb, a fi responsabil aproape că echivalează cu a fi legitim. De aici, imensa valoare socială a responsabilității.

A trăi în societate înseamnă, la urma urmelor, a obține recunoașterea Celuilalt. Încercând să identifice specificul umanității în raport cu animalitatea, Hegel arăta că o ființă este umană numai atunci când umanitatea ei se recunoaște, ca într-o oglindă, în umanitatea altuia. E drept, Hegel o spune într-un limbaj mult prea abstract: „Conștiința-de-sine este în sine și pentru sine atunci când și pentru aceea că ea este în și pentru sine pentru altă conștiință-de-sine; adică ea este doar ca ceva recunoscut” (*Fenomenologia spiritului*).

Recunoașterea este atât de legată de socialitate, încât se poate pune semnul egalității între progresul în umanizare și evoluția formelor de recunoaștere. Pe urmele lui Hegel, filosoful american Francis Fukuyama tocmai asta face: rescrie istoria umanității prin prisma „luptei pentru recunoaștere” (Sfârșitul istoriei și ultimul om). Dar care este forma ce mai înaltă a recunoașterii, dacă nu legitimitatea? Iată de ce afirm că potențialul de legitimare pe care îl are responsabilitatea îi conferă acesteia o imensă valoare socială. Nu cred să mai existe vreo valoare etică la care să ne raportăm, fără ezitare, ca la o valoare socială. În cazul responsabilității, valoarea etică se transformă aproape în proporție de 100% în valoare socială.

Mai mult ca niciodată, în lumea de azi nevoia de legitimare se manifestă ca afirmare a responsabilității sociale. Este valabil atât pentru

indivizi, cât și pentru organizații. De ce legitimitatea nu mai poate fi asigurată pe alte căi? Vom vedea în cele ce urmează că legitimarea indirectă, prin intermediul marilor ideologii, nu mai funcționează. Locul ei este luat de legitimarea directă, de acțiunile prin care o persoană sau o organizație dovedește că este responsabilă – altfel spus, că se simte obligată față de soarta semenilor și față de viitor – în cuvintele lui Hans Jonas, că are obligații și față de „ființe care încă nu există” (*Principiul responsabilitate*, 1979).

Avem de-a face tot cu o ideologie? Desigur! Noutatea fundamentală este că această ideologie nu mai coboară din „cerul tradiției culturale”, cum plastic se exprimă Habermas (*Probleme de legitimitate în capitalismul târziu*); ea este produsă de fiecare subiect în parte – în cazul nostru, de fiecare organizație. Etica unei organizații din lumea noastră (de la filosofia corporatistă până la codurile etice corporatiste) nu mai este una de tip kantian, care coboară de la universal spre particular; ea va fi, de fiecare dată, un produs local – sau, ca să mă exprim mai clar, o „specialitate a casei”. Sarcina ei cea mai dificilă este să urce de la particular la universal, adică să ofere indivizilor încorporați un Sens al Vieții.

În strânsa legătură cu conceptul de responsabilitate în exercitarea profesiei se află cel de responsabilizare, relația răspundere-responsabilizare fiind una extrem de complexă, incluzând guvernanții aleși, administrația publică și populația. Complexitatea sa este determinată de necesitatea ca oamenii de afaceri, ce compun comunitatea de afaceri, să fie în mod simultan împuterniciți (prin atribuirea răspunderii) și constrânși (prin mecanismele responsabilizării) să-și îndeplinească obligațiile specifice și să obțină rezultatele scontate prin activitatea ce o desfășoară.

Dintr-o perspectivă generală, conceptul de responsabilizare desemnează obligația de a răspunde pentru modul de executare a responsabilităților asumate în exercitarea îndatoririlor.

Răspunderea se referă la totalitatea competențelor acordate în mod condiționat oamenilor de afaceri pentru a-și realiza scopurile propuse.

Relația răspundere-responsabilizare este importantă pentru o bună conviețuire deoarece permite evaluarea eficienței cu care administrația publică asigură desfășurarea activității întreprinzătorilor la potențialul maxim, valorizează furnizarea produselor și serviciilor, însuflă încredere în calitatea acestora și responsabilitate pentru comunitatea deservită.

## 6.2. Creșterea responsabilității sociale a corporațiilor

Responsabilitatea socială a corporațiilor reprezintă conceptul conform căruia afacerile contează pentru mai mulți, nu doar pentru proprietarii lor. Argumentul este că, fiind atât de puternice, corporațiile au datoria să-și asume responsabilități sociale. Corporațiile, deținătoare a unor branduri de succes, trebuie conduse în beneficiul tuturor celor având interese în respectivele firme (stakeholders): clienții lor, furnizorii, angajații și comunitățile locale, la fel ca și față de proprietari. Conducerea corporației este încărcată cu o responsabilitate bazată pe credibilitate, față de toți cei implicați. Asta înseamnă că responsabilitatea socială a corporațiilor se află în strânsă legătură cu managementul brandurilor corporatiste, iar într-o lume care devine tot mai transparentă și deschisă, o corporație nu se mai poate ascunde în spatele brandurilor ei și soluția nu este decât una singură: sprijiniți societatea civilă în efortul său de democratizare și responsabilizare civică.

Numai că există încă serioase probleme legate de percepția asupra rolului pe care ar trebui să-l joace societatea civilă, precum și a responsabilității sociale a corporațiilor, care nu au conștientizat încă faptul că un brand de succes se poate construi și susține numai printr-o politică coerentă și responsabilă în raport cu actorii societății civile.

Ce este societatea civilă? Un concept confuz încă în mintea corporațiilor! Organizațiile societății civile sunt, într-un anumit sens, autonome în raport cu statul, reprezentând o multitudine de centre de putere, un sistem al puterilor nonstatale. Aceste forme de asociere realizate pe plan național sau local, având obiective politice, profesionale, culturale, religioase, morale, reprezintă nu numai cadrul de manifestare a drepturilor cetățenilor, ci și o contrapondere în raport cu forța statului sau diversele combinații de interese ale instituțiilor politice oficiale. De aceea, putem considera societatea civilă ca fiind ansamblul formelor organizatorice nestatale, fundamentate pe dreptul constituțional de liberă asociere, prin care se exprimă public și se încearcă promovarea în comun a unor interese specifice, economice, sociale, culturale, informaționale, educative, profesionale.

Și totuși, în cazul încălcării grave a normelor de drept intervine răspunderea, chiar cea mai gravă, penală, care potrivit unei părți însemnate a doctrinei, se constituie într-un veritabil drept penal al afacerilor.

### 6.3. *Despre un drept penal al afacerilor*

Profesionistul comerciant, persoană fizică sau juridică – om de afaceri –, intră în diverse categorii de raporturi juridice – civile, fiscale, de drept al muncii, administrative. Este însă posibil ca același om de afaceri să intre și în raporturi juridice penale, adică într-un raport juridic în care statul trage la răspundere pe comerciantul (persoană fizică sau juridică) pentru ca a săvârșit o încălcare considerată dintre cele mai grave ale legii; în numele societății, statul acționează ca un factor coercitiv.

Dreptul penal reprezintă fascicolul de norme juridice care reglementează relațiile de apărare socială prin interzicerea ca infracțiuni sub sancțiuni specifice denumite pedepse a acțiunilor sau inacțiunilor periculoase pentru valorile sociale în scopul apărării acestor valori, fie prin prevenirea infracțiunilor fie prin aplicarea pedepselor persoanelor care le săvârșesc. Există un drept penal al afacerilor? Nu acesta este scopul cursului nostru, dar pentru satisfacerea interesului firesc al cititorului neavizat ori specialistului care caută soluții la problemele cu care se confruntă, credem că un scurt comentariu este necesar.

În legătură cu aceasta problemă, considerăm că sintagma „drept al afacerilor” nu reprezintă decât o nouă denumire a dreptului comercial, mai ales după intrarea în vigoare a noului Cod civil când practic ia sfârșit „marea schismă a dreptului privat”, sau putem afirma că nu se poate pune semnul egalității între cele două denumiri, fiindcă dreptul comercial este o specie a dreptului afacerilor care include, pe lângă raporturi de drept privat, și un număr considerabil de raporturi juridice de drept public (drept administrativ, drept fiscal, drept vamal, dreptul muncii etc.). La o primă vedere s-ar putea crede că o atare controversă este generată de sensurile diferite ale termenului „afacere”, care poate desemna atât o tranzacție cu scop speculativ, cât și o îndeletnicire (ocupație, meserie, profesie). Cu toate acestea, dacă ținem seama de accepțiunile termenului „afacere”, nu putem explica decât poziția acelor autori care susțin ca sintagma „dreptul afacerilor” este o altă denumire a dreptului comercial (corespunzătoare teoriei speculației); cealaltă poziție nu o mai putem explica în acest fel, fiindcă în sensul de activitate (ocupație, îndeletnicire), dreptul afacerilor ar trebui să includă nu unele, ci toate raporturile juridice, atât de drept privat, cât și de drept public.

În acest din urma sens, tot dreptul – inclusiv dreptul penal, cu cele două părți ale sale – ar trebui considerat ca fiind un drept al afacerilor,

având în vedere că nu există niciun aspect al activității sociale care să scape aprecierii juridice. Examinând mai atent lucrurile, devine evident că sursa controverselor este o alta, și anume, premisa de la care se pornește. Astfel, în timp ce prima opinie are ca premisă obiectul raporturilor juridice reglementate de numitul „drept al afacerilor”, cea de a doua opinie are ca premisă subiectele acestor raporturi, considerând că aparțin dreptului afacerilor toate acele raporturi juridice în care ambele sau numai una dintre părți este o „întreprindere” (înțelegând prin „întreprindere” ceea ce desemnează art. 3 alin 3 din noul Cod civil).

Pornind de la această din urmă premisă, îndeosebi penaliștii francezi se străduiesc, de mai multe decenii, să delimiteze un drept penal al „întreprinderii” – pe care îl numesc, în mod obișnuit, „drept penal al afacerilor” – deși principala concluzie care se desprinde din eforturile în acest sens este aceea ca așa-numitul „drept penal al afacerilor” se confunda, de fapt, cu dreptul penal. Și aceasta, fiindcă, pe lângă un anumit număr de incriminări considerate ca „specifice” întreprinderilor – și care, în majoritatea codurilor penale europene, sunt grupate sub denumirea de „infrațiuni economice” (cum sunt, de pildă, infrațiunile privind societățile comerciale, infrațiunile la regimul concurenței, al contabilității, al proprietății intelectuale ori privind protecția consumatorului) – dreptul penal al afacerilor ar cuprinde, după cum susțin penaliștii francezi, și un număr atât de mare de incriminări „comune” (aplicabile, în egală măsură, atât persoanelor fizice, cât și persoanelor juridice), încât aproape tot dreptul penal ar putea fi considerat ca un drept penal al afacerilor.

În orice caz, trebuie să subliniem că penaliștii francezi includ printre incriminările comune nu numai infrațiunile patrimoniale, fraudele de tot felul (informative, fiscale, vamale etc.), falsurile, actele de corupție, infrațiunile privind calitatea vieții (poluarea mediului, nerespectarea regimului construcțiilor etc.), dar chiar și infrațiunile contra vieții ori integrității corporale. Iar în aceste condiții, chiar și unii dintre autorii francezi și-au pus întrebarea dacă dreptul penal al afacerilor există în realitate sau este doar o construcție artificială (deși, pe de altă parte, ei și-au grăbit să se alinieze opiniei dominante și să proclame autonomia dreptului penal al afacerilor).

Și în literatura românească de specialitate este de semnalat lucrarea autorilor Costică Voicu, Molnar Ioan, Gorunescu Mirela, Corlațeanu Sorin, Alexandru Boroș, denumită chiar *Drept penal al afacerilor*, Ediția a 4-a, apărută în Editura C.H. Beck, sau mai recent, Dorin Ciuncan, *Dreptul*

*penal al afacerilor. Probleme teoretice, aspecte practice*, Editura Universul Juridic, București, 2012, etc.

Numai din rațiuni didactice, ne vom limita a prezenta, sumar, câteva dintre infracțiunile din domeniul afacerilor cuprinse în *Legea societăților comerciale*, *Legea privind registrul comerțului* și *Legea procedurii insolvenței*, nu fără a prezenta, chiar sumar, concepția noului Cod civil cu privire la răspunderea organelor persoanei juridice astfel cum a fost amenajată prin dispozițiile art. 219 și 220 dar și a statului, atât în calitate de reglator al tuturor raporturilor juridice dintr-o țară dar și participant activ la acestea, și avem aici în vedere că statul, prin modul defectuos de reglementare în aproape toate domeniile vieții economico sociale a generat cel mai mare număr de litigii, făcând din Curtea Europeană a Drepturilor Omului o veritabilă agenție imobiliară pentru români, dar și o ultimă speranță în aflarea adevărului și a dreptății. Astfel, potrivit art. 219, „Faptele licite sau ilicite săvârșite de organele persoanei juridice obliga însăși persoana juridică, însă numai dacă ele au legătură cu atribuțiile sau cu scopul funcțiilor încredințate. Faptele ilicite atrag și răspunderea personală și solidară a celor care le-au săvârșit, atât față de persoana juridică, cât și față de terți.”

Mai mult, referitor la răspunderea membrilor organelor persoanei juridice, art. 220 statuează că „Acțiunea în răspundere împotriva administratorilor, cenzorilor, directorilor și a altor persoane care au acționat în calitate de membri ai organelor persoanei juridice, pentru prejudiciile cauzate persoanei juridice de către aceștia prin încălcarea îndatoririlor stabilite în sarcina lor, aparține, în numele persoanei juridice, organului de conducere competent, care va decide cu majoritatea ceruta de lege, iar în lipsă, cu majoritatea ceruta de prevederile statutare. Hotărârea poate fi luată chiar dacă problema răspunderii organelor persoanei juridice nu figurează pe ordinea de zi, iar organul de conducere competent desemnează cu aceeași majoritate persoana însărcinată să exercite acțiunea în justiție. Dacă s-a hotărât introducerea acțiunii în răspundere împotriva administratorilor, mandatul acestora încetează de drept și organul de conducere competent va proceda la înlocuirea lor. În cazul în care acțiunea se introduce împotriva directorilor angajați în baza unui alt contract decât a unui contract individual de muncă, aceștia sunt suspendați de drept din funcție până la rămânerea definitivă a hotărârii judecătorești.”

În ceea ce privește răspunderea persoanelor juridice de drept public, dispozițiile art. 221 stabilesc, de principiu că „dacă prin lege nu se dispune

altfel, persoanele juridice de drept public sunt obligate pentru faptele licite sau ilicite ale organelor lor, în aceleași condiții ca persoanele juridice de drept privat. De asemenea, este de semnalat faptul că, în mod firesc, persoana juridică având în subordine o altă persoană juridică nu răspunde pentru neexecutarea obligațiilor acesteia din urmă și nici persoana juridică subordonată nu răspunde pentru persoana juridică față de care este subordonată, dacă prin lege nu se dispune altfel (art. 222).

Elementul de noutate introdus de noul Cod civil în privința răspunderii civile a statului și a unităților administrativ-teritoriale costă în aceea că dacă prin lege nu se dispune altfel, statul nu răspunde decât în mod subsidiar pentru obligațiile organelor, autorităților și instituțiilor publice care sunt persoane juridice și niciuna dintre aceste persoane juridice nu răspunde pentru obligațiile statului. În mod similar unitățile administrativ-teritoriale care nu răspund decât în mod subsidiar pentru obligațiile organelor, instituțiilor și serviciilor publice din subordinea acestora atunci când acestea au personalitate juridică (art. 224).

La fel ca și până acum, statul și unitățile administrativ teritoriale, în raporturile civile în care se prezintă nemijlocit, în nume propriu, ca titulari de drepturi și obligații, statul participă prin Ministerul Finanțelor Publice, iar unitățile administrativ-teritoriale prin organele prevăzute de lege. afara de cazul în care legea stabilește un alt organ în acest sens (art. 223).

Problemele dreptului penal al afacerilor sunt deosebit de complexe, având în vedere obiectul reglementării, pe de o parte, precum și exigențele promovării unor soluții juridice care să reflecte atât interesele oamenilor de afaceri cât și pe cele ale consumatorilor, pe de altă parte, încât se impune cu forța argumentului o minimă prezentare a unor instituții fundamentale ale dreptului penal, ceea ce vom face în cele ce vor urma.

## **Concluzii**

Etica post-kantiană, specifică societății contemporane a lărgit gama opțiunilor și modurilor de viață posibile, a constrâns conformismul să dea înapoi în fața invenției individualiste a propriei persoane: nu mai credem în visul de a schimba viața, nu mai există decât individul suveran preocupat de gestiunea calității vieții sale. Epoca postmoralistă nu mai este nici transgresivă, nici puritană, ea este corectă”. În noul context, strategiile de legitimare se modifică radical. În esență este vorba de faptul că nimeni ne se mai poate legitima revendicându-se de la o mare ideologie; pur și

simplu, acestea nu mai oferă criterii de legitimitate: Deși libera întreprindere devine orizontul de nedepășit al economiei, este constrânsă să-și definească, să-și creeze ea însăși criteriile de legitimitate; a trecut epoca în care marea întreprindere se putea considera ca un agent economic pur; ea nu se mai limitează la a-și vinde produsele, ci trebuie să-și gestioneze relațiile cu publicul, să cucerească și să promoveze propria legitimitate instituțională. Curentul etic merge mână-n mână cu ascensiunea întreprinderii care comunică, instituție totală de-acum înainte, interesată strategic de a demonstra că are simțul responsabilităților sociale și morale. Sistemul clasic bazat pe dreptul natural la proprietate și pe mâna invizibilă a pieții a fost înlocuit cu un sistem de legitimare deschis și produs, problematic și comunicațional. În prezent, legitimitatea întreprinderii nu mai e dată și nici contestată, ea se construiește și se vinde, trăim în epoca marketingului valorilor și a legitimităților promoționale, stadiu ultim al secularizării postmoraliste. Așadar, etica noilor timpuri democratice este „nedureroasă” fiindcă nu mai presupune cei doi poli kantieni: „legea morală din noi” și „cerul înstelat deasupra noastră.

Firește că lista acestor schimbări majore, de natură să sporească importanța eticii în afaceri, este incompletă; multe alte aspecte pot intra în discuție. Sper însă că aspectele la care m-am referit sunt suficiente pentru a susține convingător ideea că interesul crescând în întreaga lume față de etica în afaceri nu este doar o modă trecătoare, indusă de „imperialismul cultural” nord-american. Cert este faptul că și în context european se configurează un consens tot mai deplin asupra importanței eticii în afaceri, fie că e vorba de studenți, profesori, funcționari guvernamentali sau consumatori, dar mai ales de firmele comerciale. În mai toate universitățile din Europa s-au introdus în ultimii ani cursuri de etică în afaceri; numărul articolelor publicate în presă pe teme de *business ethics* a crescut enorm. O dovadă a vitalității eticii în afaceri este și faptul că, în pofida scurtei sale istorii de până acum, acest domeniu a cunoscut în numai ultimele două decenii evoluții tematice și conceptuale sesizabile, mai ales sub influența efectelor procesului de globalizare și a noului concept de *sustenabilitate* încercând să scoatem în evidență modificările de perspectivă asupra eticii în afaceri pe care le sugerează.

După cât se pare, iar eticii în afaceri i se poate prevedea un viitor notabil atât în mediul academic, cât mai ales în evoluția previzibilă a firmelor și corporațiilor angrenate în tumultul economiei de piață. Cu toate acestea,

nu toată lumea este convinsă de seriozitatea și de oportunitatea eticii în afaceri. Există încă destui sceptici și adversari redutabili care contestă fie capacitatea, fie dreptul eticii în afaceri de a se pronunța cu folos asupra conduitei agenților economici.