

Cuvântul autorilor

Trăim într-o eră a vitezei, în care toate domeniile de activitate au parte de mari schimbări datorate infuziei de capital în cercetare și aplicării noilor tehnologii în toate domeniile existenței și activității umane.

Cercetarea a avut și are un rol deosebit de important în domeniul juridic. Până nu de mult, se știa că dreptul are cele două părți componente, *public* și *privat*, distincte și delimitate juridic prin norme juridice cu trăsături caracteristice, cu subiecți care pot participa doar la raporturi juridice distincte. Astfel, norma juridică de drept public, cu caracterul ei imperativ, reglementa strict raporturi juridice la care participau statul, guvernul, instituțiile statului, instituțiile administrației publice centrale și locale etc., iar relația subiecților era una de subordonare juridică. La raporturile juridice de drept al afacerilor participă subiecți de drept public sau de drept privat, aflați la nivel de egalitate juridică, iar statul, guvernul și instituțiile statului participă ca simpli participanți la raporturile juridice, fără a profita de poziția lor socială și fără a-și subordona juridic ceilalți subiecți participanți. Trăim într-o epocă a marilor schimbări în toate domeniile existenței și activității oamenilor. Această stare de fapt se regăsește și în domeniul producției și al schimburilor de mărfuri, al contractelor care, tot mai des, îmbracă elementul de extraneitate, al participării instituțiilor de drept public în raporturile comerciale, dar în regim de egalitate juridică cu ceilalți subiecți. Toate aceste schimbări au ca obiect transferul de tehnologie, invenții, inovații know-how etc. între parteneri aflați în state sau pe continente diferite, utilizând tehnologie video, digitală și I. T. de nouă generație. Datorită vitezei cu care se propagă oferta de comercializare a bunurilor și se încheie contractele¹, a numărului mare de persoane fizice și juridice² care au calitate de subiecți ai raportului juridic de drept al afacerilor, calitatea de manager în domeniul comerțului incubă reale cunoștințe atât în domeniul economic, cât și în domeniul juridic. Iar pentru a fi stăpân pe situație managerul trebuie să cunoască cel puțin o limbă străină de circulație europeană și să dețină cunoștințe solide în domeniul I. T. Considerăm că prezenta lucrare va clarifica rolul dreptului afacerilor în

¹ De cele mai multe ori acestea sunt contracte electronice.

² De drept public și de drept privat.

dezvoltarea comerțului și, totodată, rolul statului și al instituțiilor acestuia în transferul de tehnologie, invenții, inovații know-how etc. între parteneri aflați în state sau pe continente diferite.

Autorii

Capitolul 1.

Introducere în instituția afacerilor

Secțiunea 1. Ce este afacerea ?

1.1. Domeniul afacerii

Afacerea reprezintă un domeniu unic care presupune:

- motivație profundă;
- finalitate complexă;
- investiție de profesionalism și creativitate;
- previziune realistă a efectelor sale;

În dicționare, AFACEREA este definită într-o viziune îngustă, subiectivă. Dicționarele de limba română editate până în 1989 definesc afacerea ca fiind:

- A) „specula” – „speculații”; „profit”;
- B) „acțiune importantă”; „îndeletnicire”; „treabă-ocupație”; „întreprindere cu rezultat favorabil”.

Dicționarele limbilor de circulație internațională sunt limitative, comparativ cu bogăția semantică a noțiunii, definind AFACEREA ca fiind:

- „interes” al întreprinzătorului;
- finalitatea de „a câștiga bani”;
- consecințe financiare ale activității, tranzacției, meseriei, ocupației (indiferent cum i-ar zice - „affaire”, „business”, „geshaft”).

Alte posibile definiții pentru AFACERE sunt:

1. un ansamblu de activități financiare, comerciale, industriale, în funcție de mediul în care acestea se desfășoară;
2. întreprindere;

3. activități comerciale în general (vânzare și cumpărare, producere de bunuri și servicii pentru comercializare, aranjamente comerciale, alte activități legate de distribuția mărfurilor).

Deci, noțiunea de AFACERE:

- exprimă concepția autorilor;
- tratează funcții, factori, etape, tipologii, conduite, stiluri, efecte ale afacerilor.

DEFINIȚII reprezentative:

Dan Popescu, în lucrarea sa *Comunicare și negociere în afaceri*¹, definește afacerea drept:

„Inițiativa unui întreprinzător, concretizată într-o relație contractuală și având o finalitate economico-financiară bine precizată, corespunzătoare unui anumit scop”.

Cu privire la elementele conceptuale ale afacerii, se impune precizarea că, la terminarea afacerii, nu trebuie să existe un singur câștigător, ci ambele părți trebuie să iasă în avantaj față de situația lor anterioară, chiar dacă acest avantaj înseamnă altceva pentru fiecare dintre parteneri. Indiferent de caracterul său, este important să se stabilească, cu suficientă precizie, care sunt etapele principale în derularea unei afaceri, forțele implicate în aceasta și, implicit, genurile de profit urmărite de parteneri și clienți, termenele esențiale, poziția și responsabilitățile managerilor, modul de soluționare a eventualelor litigii și de repetare a afacerii cu aceiași parteneri.

1.2. Principiile de bază în afaceri

Acestea pot reprezenta principiile care vor călăuzi întreaga activitate și care constituie concepția (în mare parte a autorului) în domeniul afacerilor.²

Theodore Levitt, matematician vestit, absolvent al Universității Harvard din Statele Unite ale Americii, a enunțat în acest sens următoarele **principii**:

1. a elabora obiective, strategii și planuri de acțiune clare, pe care să le revadă în mod sistematic, în funcție de context;
2. a produce și a livra bunuri/servicii pe care oamenii și le doresc;
3. a crea și a păstra o clientelă;
4. a realiza beneficii suficiente pentru a atrage potențiali investitori și a-i păstra pe cei existenți;
5. a oferi un sistem stimulativ de recompense materiale și morale care să mobilizeze resursele umane.

¹ Lucrare publicată la Editura Everest, București, 2001.

² O. Duță, D. M. Rădulescu, *Dreptul afacerilor*, Editura Universității București, 2020, p. 76.

În *Cartea afacerilor*, **Cristian Alexandrescu**¹ le face recomandări (cu caracter de principii) întreprinzătorilor în afaceri:

- Să înceapă o afacere în domeniul în care se pricepe cel mai bine;
- Să opteze pentru domeniul în care se pricepe cel mai bine;
- Să scurteze (pe cât posibil) ciclul investiție-profit, să câștige timp prin stabilirea priorităților, organizare eficientă, decizii rapide, evidențe complete;
- Să se individualizeze în raport cu ceilalți clienți din punct de vedere al calității, prețului, diversității sortimentale;
- Să evite rutina cu orice preț, să aducă elemente de noutate, de schimbare;
- Să intuiască măsura între prudență și risc;
- Să ruleze permanent capitalul financiar;
- Să fie în contact permanent cu piața, să simtă „pulsul afacerii”, să urmărească reacțiile cumpărătorilor;
- Să se poziționeze în centrul afacerii, să discearnă între soluții și să decidă;
- Să excludă sentimentalismul din relațiile interumane, să aplice criteriile obiective de angajare și promovare a personalului;
- Să-și propună ca prioritate dezvoltarea afacerii, dezvoltarea fiind șansa supraviețuirii afacerii.

1.3. Strategiile folosite în afaceri

Evaluarea unei strategii presupune definirea clară a obiectivelor pe care firma își propune să le realizeze, plecând de la poziția ei strategică într-un mediu economic dat.

Obiectivele privesc:

- productivitatea;
- profitul;
- marketingul;
- calitatea produselor/serviciilor;
- resursele umane;
- organizarea;
- decizia;
- motivația;
- responsabilitatea socială.

Și pot fi:

- majorarea cifrei de afaceri;
- majorarea profitului;
- pătrunderea pe unele piețe;
- diversificarea activității;
- stimularea motivației;
- formarea și specializarea resurselor umane.

¹ Cristian Alexandrescu, *Cartea afacerii*, Editura Everest, București, 2001, p. 78.