

**UNIVERSITATEA ROMÂNNO-GERMANĂ DIN SIBIU**  
**FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE**

# **ANALELE**

**UNIVERSITĂȚII ROMÂNNO-GERMANE  
DIN SIBIU**

***SERIA ECONOMICĂ***

**NR. 9 / 2010**

**EDITURA BURG  
SIBIU**



ISSN 1583-4271

**Editura BURG**

Calea Dumbrăvii nr. 28-32, 550324 – Sibiu  
Telefon: +40 0269 233 568; +40 0369 401 002  
Fax: +40 0269 233 576  
E-mail: [office@roger-univ.ro](mailto:office@roger-univ.ro)  
Web: [www.roger-univ.ro](http://www.roger-univ.ro)

## **COLEGIUL DE REDACȚIE**

### **Redactor Șef:**

Prof.univ.dr. Hortensia GORSKI

### **Comitetul științific:**

Prof.univ.dr.dr.h.c. Eberhard SCHAICH – Universitatea „Eberhard Karls” din Tübingen

Prof.univ.dr.dr.h.c. Ioan BOGDAN – Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu

Prof.univ.dr. Rudolf DOOTZ – Universitatea „Eberhard Karls” din Tübingen

Prof.univ.dr. Iacob CĂTOIU – Academia de Studii Economice București

Prof.univ.dr. Ioan Constantin PETCA – Universitatea Româno-Germană din Sibiu

Prof.univ.dr. Constantin TELEȘPAN – Universitatea Româno-Germană din Sibiu

Prof.univ.dr. Nicolae BALTEȘ – Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu

Prof.univ.dr. Ioan COSMESCU – Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu

Prof.univ.dr. Luigi DUMITRESCU – Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu

C.S. I dr. Vasile CĂRUȚAȘU – Academia Forțelor Terestre „Nicolae Bălcescu” Sibiu

Conf.univ.dr. Alexandru HAMPU – Universitatea Româno-Germană din Sibiu

Conf.univ.dr. Elena SIMA – Universitatea Româno-Germană din Sibiu

Conf.univ.dr. Alina CIUHUREANU – Universitatea Româno-Germană din Sibiu

### **Director editorial:**

Conf.univ.dr. George BĂLAN

### **Tehnoredactare și secretariat:**

Referent marketing: Bianca Ramona LUȚĂ

## CUPRINS

|                                                                                                                                                                                                                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <i>Managementul sistemului informațional în administrațiile publice locale, George BĂLAN<sup>1</sup>, Mihail TÎȚU<sup>2</sup>, Universitatea Româno-Germană din Sibiu<sup>1</sup>, Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu<sup>2</sup></i> .....                      | 7  |
| <i>Aspecte privind instrumentele utilizate în diagnosticul echilibrului financiar, Alina-Teodora CIUHUREANU, Anca LUPAȘ, Universitatea Româno-Germană din Sibiu</i> .....                                                                                            | 21 |
| <i>Internetul – un mediu pentru dezvoltarea continuă a marketingului modern, Mircea FUCIU, Hortensia GORSKI, Lucian LUNCEAN, Universitatea Româno-Germană din Sibiu</i> .....                                                                                        | 35 |
| <i>Reevaluarea elementelor de management general și a managementului producției industriale datorită influențelor produse de globalizarea afacerilor și internaționalizarea organizațiilor, Ioan Lucian GRIGORESCU, Universitatea Româno-Germană din Sibiu</i> ..... | 39 |
| <i>Considerații asupra unui model de programare stochastică vectorială, Alexandru HAMPU, Universitatea Româno-Germană din Sibiu</i> .....                                                                                                                            | 45 |
| <i>Câteva aspecte teoretice privind leasingul financiar, ca formă specială de finanțare pe termen mediu și lung în România, Daniela POPA, Universitatea Româno-Germană din Sibiu</i> .....                                                                           | 53 |
| <i>Evoluția principalelor abordări ale managementului de-a lungul timpului, Diana RANF, Universitatea Româno-Germană din Sibiu</i> .....                                                                                                                             | 61 |
| <i>Analiza procesului de comunicare în relizarea relațiilor de muncă, Toader SANDU, Universitatea Româno-Germană din Sibiu</i> .....                                                                                                                                 | 67 |
| <i>Automotivarea pentru manager, Elida-Tomița TODĂRIȚĂ, Universitatea Româno-Germană din Sibiu</i> .....                                                                                                                                                             | 75 |
| <i>Moneda și piața monetară, Diana VASIU, Universitatea Româno-Germană din Sibiu</i> .....                                                                                                                                                                           | 81 |
| <i>Determinarea drumului optim într-un graf – algoritmul lui Ford, Ramona-Anamaria VASIU, Universitatea Româno-Germană din Sibiu</i> .....                                                                                                                           | 91 |

## MANAGEMENTUL SISTEMULUI INFORMAȚIONAL ÎN ADMINISTRAȚIILE PUBLICE LOCALE

George BĂLAN

Universitatea Româno-Germană din Sibiu  
gbmuscel@yahoo.com

Mihail TÎȚU

Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu  
mihail.titu@ulbsibiu.ro

### Noțiuni introductive

Societatea informațională reprezintă o nouă etapă a civilizației umane, un nou mod de viață, calitativ superior, care implică folosirea intensivă a informației în toate sferele activității și existenței umane, cu un impact economic și social major. “Societatea informațională” poate fi definită ca fiind societatea în cadrul căreia majoritatea populației active lucrează în domeniul informațional, cel în care se creează, prelucrează, se distribuie și/sau se utilizează informația.

Caracteristic oricărui sistem decizional este existența unei baze informaționale pe care decidentul să se sprijine în fundamentarea deciziilor. Aceasta este creată printr-un sistem informațional, care va opera cu un mare volum de date și informații.

Fiecare componentă a sistemului informațional al administrației publice este atât un emițător cât și un beneficiar de informații, care deservește sistemul în ansamblul lui.

*Documentele informaționale* prezintă anumite trăsături care le diferențiază:

- au suport scris;
- prezintă o tehnologie specifică de emitere și de circulație;
- se emit în unul sau mai multe exemplare;
- au un emitent și unul sau mai mulți beneficiari;
- prezintă un anumit volum de informații;
- au o utilitate decizională sau operațională.

Utilizarea Sistemului informațional din cadrul unei administrații publice locale, îndeplinește următoarele funcții:

**1. Funcția decizională** – constă în aceea că sistemul informațional trebuie să asigure elementele informaționale necesare fundamentării actelor administrative și tuturor categoriilor de decizii administrative.

**2. Funcția operațională** – este cea prin care sistemul informațional asigură operaționalizarea actelor administrative: legi, decrete, hotărâri și a tuturor deciziilor administrative.

**3. Funcția de documentare** – exprimă menirea acestui sistem de a înregistra informații necesare personalului angajat în sistem pentru a fundamenta sistemul de obiective și implicit deciziile administrative ce derivă din acesta.

### Optimizarea sistemului informațional

În cadrul unei instituții administrative toate actele oficiale vor intra prin registratură, fiind interzisă primirea spre rezolvare a unor documente neînregistrate și fără rezoluția organelor de conducere care au competența în a decide asupra soluționării lor.

## ASPECTE PRIVIND INSTRUMENTELE UTILIZATE ÎN DIAGNOSTICUL ECHILIBRULUI FINANCIAR

Alina-Teodora CIUHUREANU  
Universitatea Româno-Germană din Sibiu  
alina.ciuhureanu@roger-univ.ro

Anca LUPAȘ  
Universitatea Româno-Germană din Sibiu  
anca.lupas@roger-univ.ro

### 1. Abordări conceptuale privind echilibrul financiar

În forma cea mai simplă, echilibrul financiar<sup>1</sup> poate fi înțeles ca exprimând starea de egalitate și corelațiile dintre posibilitatea (sursele) de formare ale resurselor financiare și necesarul de resurse financiare pentru desfășurarea ciclurilor de exploatare, finanțare și investițional.

Dacă ne gândim la utilizarea capitalurilor, echilibrul financiar poate fi definit ca fiind egalitatea între capitalurile avansate în circuit și capitalurile apte de a fi rambursate.

În prima formulare a echilibrului se vizează modalitatea de obținere a capitalurilor în condiții financiare optime, iar în a doua formulare este vorba modalitatea de utilizare a capitalurilor, soluționarea acestor problematici implicând o corectitudine în gestiunea fondurilor și o reacție rapidă la modificarea extrem de dinamică a mediului. Totuși, echilibrul este doar o tendință, nu o realitate. De altfel, starea de dezechilibru este cea mai frecventă, este o sursă de influență pentru progres, iar contabilitatea arată unde s-a produs dezechilibrul.

Într-o altă abordare, echilibrul financiar reprezintă acea stare a mărimilor valorice dintr-o firmă caracterizată prin existența unei anumite corespondențe, reflectată printr-un sistem de corelații, între necesarul de resurse financiare implicat de îndeplinirea unor obiective și acțiuni, apreciate a fi eficiente, și posibilitățile concrete de procurare a fondurilor bănești respective cu costuri și riscuri minime<sup>2</sup>.

Generalizând definițiile conceptului de echilibru economic general, abordate de școlile de gândire economică, se poate formula următoarea definiție: echilibrul economic exprimă acea stare spre care tinde piața bunurilor economice, monetare, a capitalului și a muncii, piața națională în ansamblul ei, caracterizată printr-o concordanță relativă a cererii și a ofertei, în diferitele lor segmente, devierile dintre ele încadrându-se în limite considerate normale, ne semnificative pentru producerea de dificultăți, de dezechilibre.

Analiza diagnostic a echilibrului financiar este concepută ca o etapă de restructurare a întreprinderii în vederea îmbunătățirii, consolidării sau salvării situației financiare. Asigurarea echilibrului financiar necesită o sincronizare între ritmul cheltuielilor de aprovizionare și producție pe de o parte și cel al încasării și vânzării producției pe de altă parte. Nerespectarea acestei cerințe se reflectă în lipsa capacității de plată a întreprinderii, respectiv apariția creditelor nerambursate la scadență și a datoriilor neachitate la termen față de furnizori, față de stat.

Echilibrul financiar al firmei reprezintă un sistem de corelații prin care se stabilesc anumite proporționalități în cadrul și între diferite fluxuri financiare. El reprezintă o premisă, dar

<sup>1</sup> Ciuhureanu A. T. – *Management financiar*, Universității „Lucian Blaga” din Sibiu, Sibiu, 2009, pg. 103.

<sup>2</sup> Danulețiu A. E. – *Determinarea stării financiare a întreprinderii prin analiza echilibrului financiar*, 2009, pg. 739, [http://steconomice.uoradea.ro/anale/volume/2006/finante-contabilitate si bănci/82.pdf](http://steconomice.uoradea.ro/anale/volume/2006/finante-contabilitate%20si%20banci/82.pdf) – accesat 19.06.2010.

## INTERNETUL – UN MEDIU PENTRU DEZVOLTAREA CONTINUĂ A MARKETINGULUI MODERN

<sup>1</sup>Mircea FUCIU, <sup>2</sup>Hortensia GORSKI, <sup>3</sup>Lucian LUNCEAN

<sup>1,2,3</sup> Universitatea Româno-Germană din Sibiu

<sup>1</sup>mircea.fuciu@roger-univ.ro

<sup>2</sup>hortensia.gorski@roger-univ.ro

<sup>3</sup>lucian.luncean@roger-univ.ro

**Abstract:** Această lucrare prezintă o serie de aspect privind apariția Internetului și evoluția acestuia de-a lungul secolului trecut și începutul secolului XXI. De asemenea vom sublinia influențele acestui mediu extrem de dinamic asupra activității de marketing.

**Keywords:** Internet, tehnologie informațională, marketing

**Clasificare JEL:** M30, M39, O30

### Introducere

Tranziția la economia globală și dezvoltarea puternică a mijloacelor de comunicare și a tehnologiei informaționale moderne, reprezintă un teren fertil pe care managerii, specialiștii în marketing și organizațiile trebuie să-l folosească pentru a informa clienții potențiali sau consumatorii într-un mod mai rapid și eficient. Internetul a devenit unul dintre cele mai importante mijloace de comunicare pe care le poate utiliza atât organizația cât și consumatorul

### Apariție și concept

Internetul reprezintă o rețea de comunicare cu ajutorul calculatoarelor care folosește sisteme de transmitere a datelor prin diverse tehnici și protocoale către miliarde de utilizatori din întreaga lume. Potrivit Oxford English Dictionary, Internetul reprezintă o rețea de calculatoare conectate la nivel global, care oferă o varietate de informații și mijloace de comunicare și care se bazează pe o serie de protocoale de comunicare standardizate.<sup>1</sup>

Acest sistem de comunicare modern nu a avut de la început aceeași formă. Predecesorul acestuia a fost ARPAnet (*Advanced Research Projects Administration Network*), rețeaua administrativă pentru proiecte de cercetare avansată din cadrul Ministerului Apărării din Statele Unite ale Americii. Acest sistem a „văzut lumina zilei” în anul 1969 când specialiștii DARPA au creat această rețea cu scopul de a verifica siguranța conexiunii și pentru a face o legătură între Ministrul Apărării și principalii contractori militari ai SUA<sup>2</sup>.

Utilizarea Internetului în cadrul organizațiilor civile a început ca o rețea de patru computere între Universitățile din Utah, Santa Barbara și Los Angeles și Institutul de Cercetare din Stanford. Pornind de la acest prim experiment de succes, cercetători din alte instituții americane de stat au devenit interesați. Deoarece folosirea computerelor în aceea perioadă era extrem de costisitoare, ei au văzut imediat avantajele folosirii în comun a unei rețele.

Pornind de la modelul american, în anul 1978, câteva organizații, printre care putem menționa, Poșta Marii Britanii și Western Union Internațional, au colaborat pentru a crea un sistem de comunicații între organizații care să permită transmiterea informațiilor și datelor în cel mai scurt timp posibil. Această rețea civilă internațională s-a extins rapid, acoperind Europa,

<sup>1</sup> [http://oxforddictionaries.com/view/entry/m\\_en\\_gb0417390#m\\_en\\_gb0417390](http://oxforddictionaries.com/view/entry/m_en_gb0417390#m_en_gb0417390), accesat la data de 28.12.2010.

<sup>2</sup> Gorski, H., *Era Informațională – provocări pentru organizații și manageri*, Editura Universității „Lucian Blaga” din Sibiu, Sibiu, 2008, p. 323.

## REEVALUAREA ELEMENTELOR DE MANAGEMENT GENERAL ȘI A MANAGEMENTULUI PRODUCȚIEI INDUSTRIALE DATORITĂ INFLUENȚELOR PRODUSE DE GLOBALIZAREA AFACERILOR ȘI INTERNAȚIONALIZAREA ORGANIZAȚIILOR

Ioan Lucian GRIGORESCU  
Universitatea Româno-Germană din Sibiu  
lucian.grigorescu@roger-univ.ro

***Abstract:** Again settled starting from the reality that – change – is the dominant characteristic of this century, as an effect of the new economy, “the organisation’s economy and knowledge-based management”, the knowledge capital, the intellectual capital, which are the support of any performance, the power in the contemporary world being held, regardless of the effects of the economic crisis, by the economic organisations and the financial institutions where the knowledge capital has the highest percentage in the general economy of used capitals.*

*Businesses’ globalisation and organisations’ internationalization will remain the dominant coordinates of this century. The phenomenon is defined as the one that makes things from a particular part of the world irradiate, through consequences, implications, at great distances, in other parts of the world, interdependencies involving all of them directly. This reality implies restructuring the activity of all global and regional bodies, in order to become able to stimulate beneficial and perspective self-adjusting evolutions of the global economic system, including by diminishing the crises and the existing serious problems: the resources crisis, pollution, poverty, corruption, terrorism, armed conflicts, etc.*

### 1. Noțiuni introductive

Despre necesitatea adaptării managementului firmei la evoluțiile pieței interne și externe, ne determină să evidențiem, în cele ce urmează, câteva modificări ale elementelor de management general din perspectiva funcționării unei firme în interiorul fenomenelor de globalizare a afacerilor și internaționalizare a organizațiilor<sup>1</sup>:

a) *în cadrul funcției de previziune:*

- redefinirea componentelor previziunii, ce stau la baza deciziilor manageriale, trebuie să se integreze în tot mai mare măsură, în etapa de analiză, megatendința reprezentată de tendința mediului de afaceri al firmei (aceasta determină apariția și manifestarea unui număr tot mai mare și diversificat de factori de influență asupra activității firmei, ce trebuie evaluați în vederea valorificării sau contracarării lor);
- îmbogățirea conținutului obiectivelor și scopurilor firmei prin fixarea lor, astfel încât, dimensiunea lor cantitativă (economică) să poată fi potențată de cea calitativă (socială și ecologică);
- globalizarea piețelor și creșterea posibilităților de informare în timp real oferă firmei deschiderea accesului global la resurse (cel puțin teoretic – noi furnizori cu noi prețuri) și a cunoașterii de noi mijloace de acțiune în vederea atingerii obiectivelor, aspecte ce trebuie introduse în noile cicluri manageriale.

<sup>1</sup> Petresu, I., *Fundamentele managementului organizației. Abordări moderne*, Editura Alma Mater, Sibiu, 2005.

## CONSIDERAȚII ASUPRA UNUI MODEL DE PROGRAMARE STOCHASTICĂ VECTORIALĂ

Alexandru HAMPU

Universitatea Româno-Germană din Sibiu

alexandru.hampu@roger-univ.ro

**Abstract:** *This work deals with the E-model in multiobjective case of stochastic programming problems with recourse. The problem is formulated in this case and a way of solving it is stated by converting the probabilistic constraints into their deterministic equivalent and writing the deterministic equivalent of objective functions. Is studied the converting of probabilistic constraints for random and constant cases of A and T matrix respectively. The problem is reduced from multi-objective case to a single objective function by using weights  $\alpha_i$*

**Keyword:** *Stochastic programming*

### 1. Introducere

Charnes și Kirby [2] au propus un așa-zisul E-model pentru programarea stohastică în cazul unei singure funcții obiectiv. Dar în multe probleme practice luare deciziei optime se face pe baza multicriterială de aceea ne propunem să generalizăm această problemă pentru mai multe funcții obiectiv. După câte cunoaștem nu a fost formulată problema de programare stohastică cu mai multe funcții obiectiv cu simplu recurs de tip E-model, în care o parte dintre restricții să fie probabiliste; Prékopa [7] arată că problemele de tipul E-model cu restricții probabiliste nu au fost studiate și după câte cunoaștem nici după data apariției monografiei citate și cu atât mai puțin în cazul vectorial. Formulăm astfel problema de programare stohastică cu mai multe funcții obiectiv cu simplu recurs de tip E-model.

$$\min z(x) + E[Q(x, \omega)] \cdot 1 \quad (1)$$

în condițiile:

$$\begin{aligned} P(Ax \leq \xi_1(\omega)) &\geq p_1 \\ P(Tx + Wy \leq \xi_2(\omega)) &\geq p_2 \\ x \geq 0, y \geq 0, \end{aligned}$$

unde  $z(x) = (z_1(x), z_2(x), \dots, z_r(x))^T$ ,  $z_i(x) = c_{i1}x_1 + c_{i2}x_2 + \dots + c_{in}x_n$ ,  $1 \leq i \leq r$  este o funcție liniară,  $1 = (1, 1, \dots, 1)^T$  este un vector de dimensiune  $r$ ,  $\xi_1 = (\xi_{11}, \xi_{12}, \dots, \xi_{1m_1})^T$ ,  $\xi_2 = (\xi_{21}, \xi_{22}, \dots, \xi_{2m_2})^T$  sunt vectori aleatori definiți pe câmpul de probabilitate  $(\Omega, K, P)$ ,  $\omega \in \Omega$ ,  $A$  este o matrice  $m_1 \times n$ ,  $T$  este o matrice  $m_2 \times n$ ,  $W$  este o matrice  $m_2 \times m_2$ ,  $x$  este un vector de dimensiune  $n$ ,  $y$  este un vector de dimensiune  $m_2$ ,  $E$  este valoarea medie,  $p_i$ ,  $i=1,2$  sunt probabilități,  $Q(x, \omega) = \min \{q^T y \mid P(Tx + Wy \leq \xi_2(\omega)) \geq p_2, y \geq 0\}$ ,  $q$  este un vector  $m_2$ -dimensional. Matricele  $A$  și  $T$  pot fi constante sau pot avea elemente aleatoare.

## CÂTEVA ASPECTE TEORETICE PRIVIND LEASINGUL FINANCIAR, CA FORMĂ SPECIALĂ DE FINANȚARE PE TERMEN MEDIU ȘI LUNG ÎN ROMÂNIA

Daniela POPA

Universitatea Româno-Germană Sibiu  
daniela.popa@roger-univ.ro

**Abstract:** *Financial leasing is a long term financing technique and an alternative to bank loan, or other financing methods. Leasing has the advantage of using an equipment or machinery without paying the entire price, and without using the beneficiary own capitals. Using leasing operations, a company (financial entity or the leasing company) gives the right to use an asset (which it owns) to another company over an amount of money (called leasing rent). At the end of leasing period the user could or could not choose to buy this asset, or could terminate the contract. Today the advanced and modern technological equipment is expensive and this usually implies consuming financial assets needed somewhere else. The author examines the present leasing situation in Romania, advantages and disadvantages of using leasing as a technique in long term financing and forming capital and the future trends for this leasing companies in Romania.*

*The author analyzes financial leasing through a dual point of view, as a method in financing and an instrument of finding enough amount of money for investment. Although the paper is strictly theoretical, it brings some interesting points of view, never presented as such.*

### 1. Introducere

În zilele noastre, leasingul financiar, datorită creșterii concurenței economice în toate domeniile de activitate, prin avantajele pe care le oferă, a devenit o formă de finanțare preferată de tot mai multe societăți comerciale. Necesitatea tot mai accentuată de a fi la zi cu modernizarea și tehnologizarea echipamentelor și a tehnologiei, a generat dorința întreprinderilor de a-și moderniza tehnica, fără a-și diminua fluxurile de trezorerie prin ieșiri de numerar consistente. În acest context, leasingul financiar reprezintă o operațiune de o importanță deosebită. S-a afirmat că leasingul financiar, prin caracteristicile sale, oferă beneficiarilor obiectul necesar, fără a le diminua brusc lichiditățile, oferă siguranță și un pachet complex de servicii speciale (întreținere, service, asigurare), asigurând o finanțare care protejează cifra de afaceri și degrevează întreprinderea de riscul de lichiditate.

Pentru a explica de ce considerăm leasingul financiar o formă specială de finanțare, ne vom opri asupra definiției formei, care reprezintă „categoria care desemnează structura internă și externă a unui conținut, modul de organizare a elementelor din care se compune un obiect sau un proces”<sup>1</sup>. Referitor la definirea conținutului, Dicționarul explicativ al limbii române ne oferă această definiție „totalitatea elementelor esențiale ale unei noțiuni, determinată în raport cu sfera acestuia”. Cu alte cuvinte, în cele ce urmează, ne vom opri asupra definirii elementelor esențiale ale noțiunii de leasing, legate intrinsec de sfera economică a acestuia.

Din punct de vedere economic, finanțarea prin leasing financiar poate fi considerată:

- **formă de finanțare**, conform provenienței sursei de finanțare;
- **un instrument de finanțare pe termen lung**, din punct de vedere al duratei de finanțare;

<sup>1</sup> Academia Română, Institutul de Lingvistică „Iorgu Iordan” – Dicționarul explicativ al limbii române, Ed. III, 2009.

## EVOLUȚIA PRINCIPALELOR ABORDĂRI ALE MANAGEMENTULUI DE-A LUNGUL TIMPULUI

Diana RANF

Universitatea Româno-Germană din Sibiu

diana.ranf@roger-univ.ro

**Abstract:** *This article aims to document the analysis in defining elements of the concept of management in terms of various scientists and researchers in the field.*

*The article present the theoretical concept used to analyze management, development history and age management practice, leading to discussion of modern features and contemporary management guidelines, particularly useful and important.*

### 1. Introducere

Termenul management n-a avut, de la început, o consacrare în economie. A fost introdus și folosit la început în administrație, poliție, politică, armată și, abia la începutul secolului al XX-lea, termenul de management își găsea consacrarea în domeniul economic, în Statele Unite, unde începe să semnifice conducerea unei afaceri.

E. Turban și J. R. Meredith consideră că *prin management se înțelege procesul utilizat pentru atingerea obiectivelor stabilite prin utilizarea resurselor determinate (resurse umane, materiale, financiare, energie, spațiu și timp).*<sup>1</sup>

Mackensie A. definește managementul ca fiind *procesul în care managerul operează cu trei elemente – idei, lucruri și oameni- realizând prin alții obiectivele propuse.*<sup>2</sup>

Cohen G.J. spune că *managementul activează averea producătoare de resurse ale unei întreprinderi. O întreprindere poate avea clădiri, mașini, oameni și bani, dar ei nu vor produce „bogăție” (bunuri, servicii) cu excepția cazului în care sunt coordonate și activate în mod eficient.*<sup>3</sup>

În prezent, managementul este considerat ca fiind unul dintre factorii de bază ai creșterii economice, având aceeași importanță ca și tehnologia avansată.

Având în vedere complexitatea inerentă al postului de manager, o întrebare rezonabilă este dacă managementul este o știință sau un o artă. În fapt, un management eficient este un amestec de știință și artă. Managerii de succes recunosc importanța de a combina atât știința cât și arta managementului în practicarea meseriei lor.<sup>4</sup>

### 2. Evoluția perspectivelor managementului în timp

Recentele provocări, cum ar fi o economie în declin, bursă nesigură, criza economică care a atins majoritatea organizațiilor și mediilor, anxietățile persistente ca urmare a războaielor și actelor de terorism din lume, precum și suspiciunea și scepticismul public, au lăsat managerii de astăzi în căutarea unor instrumente de management - noi sau vechi – care să îi poată ajuta în obținerea celor mai multe dintre resursele limitate. Această cercetare se reflectă în multitudinea de cărți, articole, conferințe dedicate identificării noilor direcții și tendințe în management.

<sup>1</sup> Turban, E., Meredith, J. R., *Management – metodologie si tehnici operative*, Editura Jackson, Milano, 1990, pag. 2.

<sup>2</sup> Brătianu, C., *Management si marketing*, curs universitar, Bucuresti, 2004, pag. 20.

<sup>3</sup> Cohen, G. J., *The nature of management*, Editura Ggaham@Trotman, 1988, USA, pag. 49.

<sup>4</sup> Griffin, R.W., *Management*, Editura Cengage Learning, SUA, 2010, pag.19.

## ANALIZA PROCESULUI DE COMUNICARE ÎN RELIZAREA RELAȚIILOR DE MUNCĂ

Toader SANDU

Universitatea Româno-Germană din Sibiu  
sandu.toader@roger-univ.ro

**Abstract:** Realitatea secolului XXI demonstrează faptul că toate companiile comunică relaționează din ce în ce mai mult, atât cu mediul extern, cât și cu cel intern, gradul lor de eficiență fiind o componentă de bază a succesului pe piață.

Lucrarea de față demonstrează că relaționarea și comunicarea eficientă este cheia succesului unei companii moderne.

În interiorul companiei, se întărește încrederea angajaților în viziunea și misiunea companie, conectează angajații la realitatea afacerii respective, alimentează procesul de dezvoltare a companiei, facilitează schimbările necesare progresului și contribuie la schimbarea comportamentului angajaților. În exterior, imaginea companiei, descoperirea noilor oportunități de afaceri și relația cu societatea depind în cea mai mare măsură de cât de bine este conceput și condus acest proces continuu al comunicării.

**Keywords:** relații, muncă, extern, intern, comunicare, eficient, proces

### Comunicarea – un proces social

Specialiștii, în marea lor majoritate sunt de acord că etimologic, termenul de *comunicare* provine din limba latină – *communis* – însemnând „a pune în comun”. Odată cu trecerea timpului și a dezvoltării mijloacelor de comunicare, înțelesului original i s-au adăugat altele. Globalizarea comunicării și dezvoltarea permanentă a mijloacelor mass-media, specifice perioadei contemporane, au conferit termenului semnificația de *comunicare-difuzare*<sup>1</sup>.

Organizațiile funcționează prin acțiunea conjugată a oamenilor, dar fiecare individ poate să întreprindă acțiuni independente care să fie în discordanță cu politica și instrucțiunile sau care nu sunt raportate corespunzător celor în măsură să fie informați. Obținerea coordonată a rezultatelor dorite necesită existența unor sisteme de comunicare eficiente.

Teoria generală a comunicării studiază caracteristicile și relațiile dintre factorii de ordin general care facilitează transferul unei cantități de informații de la un obiect la altul și, pe baza utilizării unor metode operaționale, recomandă căi de stabilire a unor regimuri optime de circulație a informației în cadrul diferitelor tipuri

Angajații sunt motivați de sistemele de recompense extrinseci și de stimulentele intrinseci care derivă din însăși munca pe care o fac. Gradul de motivație depinde însă de responsabilitățile atribuite și de posibilitățile de afirmare oferite de postul ocupat, precum și de speranța că recompensele primite ca rezultat al eforturilor depuse vor coincide cu dorințele lor. Sentimentele angajaților față de muncă și față de recompensele care o însoțesc depind foarte mult de eficacitatea comunicării cu managerii sau cu șefii de echipă și în general de eficacitatea comunicării din cadrul companiei<sup>2</sup>.

Dezbaterile asupra clarificării noțiunii de „comunicare” sunt caracterizate de diferența orizonturilor de percepție între specialiști.

<sup>1</sup> Constantin Roșca, Doru Cârnău – „MRU”, Editura Certi, Craiova, 1999, pagina 252;

<sup>2</sup> Michael Armstrong - „MRU. Manual de practică”, Editura Codecs, București, 2003, pagina 729.

## AUTOMOTIVAREA PENTRU MANAGER

Elida-Tomița TODĂRIȚĂ  
Universitatea Româno-Germană din Sibiu  
elida\_todarita@yahoo.com

**Abstract:** *Managers are continually challenged to motivate a workforce to do two things. The first, challenge is to motivate employees to work toward helping the organization achieve its goals. The second is to motivate employees to work toward achieving their own personal goals. Meeting the needs and achieving the goals of both the employer and the employee is often difficult for managers in all types of organizations. In discussing management and motivation, it will be important to continually remember the roles of both managers and employees in the process of motivation. This paper briefly highlights the motivational theories that are regularly discussed in the managerial organizations.*

### 1. Introducere. Angajamentul motivant

Angajamentul motivant (commitment) înseamnă orientarea optimistă și lipsită de disconfort spre o sarcină de îndeplinit. Acesta presupune pregătire și acțiune, chiar în situațiile riscante. Dacă o persoană este mulțumită de munca pe care o întreprinde, iar autoevaluarea și succesul fac parte integrantă din întreaga activitate, atunci înseamnă că acea persoană este bine motivată.

Atâta timp cât nu se dorește îndeplinirea sarcinilor angajamentul va avea de suferit și, odată cu el, și motivarea. Constrângerea față de sarcinile ce trebuie îndeplinite se va face simțită neconținut. Odată cu aceasta, randamentul va scădea cu siguranță către zero. Activitatea se va rezuma strict la ceea ce trebuie făcut și nimic mai mult. Reinhard K. Sprenger, consultant în probleme de management și specialist în problematica motivării, este de părere că pentru a lua angajamentul motivant trebuie făcută diferența între „vreau“ și „vreau cu totul altceva“.

### 2. Elemente de bază în ceea ce privește comportamentul motivant

1. **Acceptarea sarcinii:** problemele sunt prezente tot timpul în viața cotidiană. Este posibil ca orice persoană să accepte și ceea ce inițial pare să nu îi convină. Cheia constă în dorința de a fi convins de faptul că se dorește înfruntarea situației respective.
2. **Bazarea pe decizii libere:** fiecare persoană trebuie să conștientizeze că situația în care se află este rezultatul propriei alegeri. Când s-a decis realizarea unui lucru, se presupune că a existat și alternativa unui refuz. S-a ales deja între a spune „Nu“ și a intra în joc.
3. **Acceptarea consecințelor:** fiecare decizie are consecințele sale. Unele decizii vor fi recompensate prin mărirea salariului, altele vor da posibilitatea folosirii unei/unor utilități din cadrul organizației. Se presupune că astfel se poate obține chiar renume în firmă sau în afara acesteia. Din contră, decizia de a accepta orele suplimentare sau delegațiile, de exemplu, poate fi neplăcută. Angajații trebuie să fie conștienți că rezultatele muncii sunt urmările propriei lor decizii.
4. **Modificarea condițiilor:** multe condiții ale vieții cotidiene pot influența. Se recomandă încercarea de corectare și îmbunătățire a acestor condiții. Dacă orele suplimentare sunt o povară trebuie încercată delegarea unor sarcini. Pentru multe lucruri există o soluție dacă fiecare persoană este pregătită să o caute.

## MONEDA ȘI PIAȚA MONETARĂ

Diana VASIU

Universitatea Româno-Germană din Sibiu

diana.vasiu@roger-univ.ro

**Abstract.** *Money market is an imperfect competition market, representing the meeting point of demand and supply of money. The content of money market is represented by all money transactions established between providers of money, on the one hand and money seekers, on the other. These transactions can be separated in the short term (up to one year) and to long term transactions, the last one being the subject of financial market. Understanding the mechanism of the monetary market requires studying currency, the money of the banking system and their role in the economy.*

Conținutul pieței monetare îl reprezintă ansamblul tranzacțiilor care se stabilesc între ofertanții de bani, pe de o parte și solicitanții de bani, pe de altă parte. Aceste tranzacții pot fi delimitate pe termen scurt (până la un an) – situație în care fac obiectul pieței monetare și respective pe termen lung – situație în care fac obiectul pieței financiare<sup>1</sup>.

Definirea noțiunii de monedă a fost dintotdeauna dificilă și controversată<sup>2</sup>, reprezentând un subiect de dezbatere pentru mulți teoreticieni<sup>3</sup>:

- Aristotel a definit banii prin funcțiile lor: orice activ care în cadrul unei zone economice îndeplinește rolul de mijloc de schimb și de plată imediat utilizabil și implicit, funcțiile de măsură și de mijloc de rezervă de valoare;
- Reprezentanții școlii clasice engleze consideră că banii reprezintă o marfă specială care s-a desprins spontan din lumea mărfurilor pentru a îndeplini rolul de mijlocitor al schimbului, etalon general al valorii și rezervă de valoare;
- Moneda este banul care sparge trocul și transformă un schimb direct într-un schimb indirect, cu două faze: vânzare și cumpărare;
- Moneda este un bun sau un simplu semn, care da deținătorului puterea de a se elibera de o datorie sau de a asigura o plată;
- Moneda este o categorie macroeconomică la care toți agenții economici dintr-o țară se raportează la un moment dat;
- Moneda reprezintă premisa primară a tuturor piețelor și liantul original al mecanismului concurențial general;
- Economistul Paul Samuleson definește banii drept „un activ care servește ca mijloc general acceptat în realizarea schimburilor sau ca mijloc de plată”<sup>4</sup>;
- Un activ lichid, cu lichiditate perfectă, dar cu randament zero (deținerea de numerar nu aduce nici un plus de valoare);
- Un activ care servește ca mijloc general acceptat de plată;

<sup>1</sup> Bentoiu Claudia, Bălăceanu Cristina, Microeconomie, Ed. C.H. Beck 2007, pag 76

<sup>2</sup> Dobrotă Niță, Economie Politică – o tratare unitară a problemelor vitale ale oamenilor- Editura Economică 1997 pag 420

<sup>3</sup> Duduian Monica (coordonator) Economie Ed C.H.Beck Ediția II 2008 pag 197, Dobrotă Niță, Economie Politică – o tratare unitară a problemelor vitale ale oamenilor- Editura Economică 1997 pag 420, Ungureanu Emilia, Macroeconomie editura Expert 2002 pag 73-74

<sup>4</sup> P. Samuelson, W. Nordhaus, Economie politică Editura Teora bucurești 2000, pag 574

## DETERMINAREA DRUMULUI OPTIM ÎNTR-UN GRAF – ALGORITMUL LUI FORD

Ramona-Anamaria VASIU  
Universitatea Româno-Germană din Sibiu  
ramona.vasiu@roger-univ.ro

**Abstract:** *In this paper we study Ford's algorithm to determine the optimal path in a graph.*

**Definiție.** Se numește *drum* în graful  $G = (X, U)$  o succesiune de arce adiacente, prin care se poate trece de la un vârf la altul. Un drum poate fi exprimat prin vârfurile pe care le conține.

- un exemplu de drum este  $\mu = (x_1, x_3, x_4, x_5, x_6)$ ;
- un drum finit pentru care vârful inițial al drumului coincide cu vârful terminal al drumului se numește *circuit*, de exemplu  $\mu = (x_1, x_3, x_2, x_1)$ ;
- se numește *drum simplu* un drum care folosește o singură dată fiecare arc al său, în caz contrar se numește *compus* - un drum simplu este  $\mu = (x_1, x_3, x_4, x_5, x_6)$ , iar un drum compus este  $\mu = (x_2, x_1, x_3, x_4, x_3, x_2, x_1)$ ;
- se numește *drum elementar* un drum care trece o singură dată prin fiecare vârf al său, în caz contrar se numește *neelementar* - un drum elementar este  $\mu_1$ , iar  $\mu_3 = (x_2, x_1, x_3, x_4, x_3, x_5, x_6)$  este neelementar;
- se numește *drum hamiltonian* un drum elementar ce trece prin toate vârfurile grafului.

Pentru aflarea drumului de valoare optimă între două vârfuri se poate folosi algoritmul lui Ford care ne permite și o prelucrare a datelor pe mijloace de calcul.

*Schema algoritmică a acestui procedeu este următoarea:*

- **Pasul 1.** Se construiesc două tabele care se vor completa alternativ:

Tabelul 1.1

| Nr. iterației | $\lambda_1$ | $\lambda_2$ | ... | $\lambda_n$ |
|---------------|-------------|-------------|-----|-------------|
| 0             | 0           | $\infty$    | ... | $\infty$    |
| 1             | 0           |             |     |             |

Tabelul 1.2

| $(x_i, x_j)$ | $l(x_1, x_2)$ | $\lambda_j^{(0)} - \lambda_i^{(0)}$ | ... | $\lambda_j^{(k)} - \lambda_i^{(k)}$ |
|--------------|---------------|-------------------------------------|-----|-------------------------------------|
|              |               |                                     |     |                                     |

Editura Burg  
ISSN 1583-4271