

UNIVERSITATEA ROMÂNNO-GERMANĂ DIN SIBIU
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE

ANALELE

UNIVERSITĂȚII ROMÂNNO-GERMANE
DIN SIBIU

SERIA ECONOMICĂ

NR. 10 / 2011

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

Web: 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>Informarea, funcția primordială a conducerii</i> , George BĂLAN , Universitatea Româno-Germană din Sibiu	7
<i>Contabilitatea – componentă a sistemului informațional al firmei</i> , Alina-Teodora CIUHUREANU , Anca LUPAȘ , Universitatea Româno-Germană din Sibiu	15
<i>Marketingul – de la vechi la nou</i> , Mircea FUCIU , Hortensia GORSKI , Lucian LUNCEAN , Universitatea Româno-Germană din Sibiu	29
<i>Funcția de previziune a managementului producției industriale</i> , Ioan Lucian GRIGORESCU , Universitatea Româno-Germană din Sibiu	35
<i>Eficiența economică a investițiilor în condiții de risc și incertitudine</i> , Mirela Camelia HALMI , Banca Comercială Carpatica, sucursala Satu Mare	45
<i>Despre soluțiile eficiente în programarea stocastică multiobiectiv</i> , Alexandru HAMPU , Universitatea Româno-Germană din Sibiu	53
<i>Probleme actuale în pregătirea arbitrilor internaționali de baschet</i> , Fabiana NIȚU , Universitatea Româno-Germană din Sibiu	59
<i>Scurtă privire asupra contractului de leasing financiar – baza juridică a operațiunilor de leasing financiar</i> , Daniela POPA , Universitatea Româno-Germană din Sibiu	65
<i>Considerații privind managementul bazat pe cunoștințe</i> , Diana RANF , Universitatea Româno-Germană din Sibiu	79
<i>Analiza stilului de comunicare al managerului, precum și a stilului de comunicare al organizației</i> , Toader SANDU , Universitatea Romano-Germana din Sibiu	85
<i>Considerații cu privire la o teorie economică funcțională</i> , Constantin TELEȘPAN , Universitatea Româno-Germană din Sibiu	93
<i>Clasificarea formelor de comunicare derulate în organizație</i> , Elida-Tomița TODĂRIȚĂ , Universitatea Româno-Germană din Sibiu	97
<i>Analiza financiară pe baza ratelor de rentabilitate</i> , Diana VASIU , Universitatea Româno-Germană din Sibiu	101
<i>Structura spațiului dilatării unitar minimale</i> , Ramona-Anamaria VASIU , Universitatea Româno-Germană din Sibiu	107

INFORMAREA, FUNCȚIA PRIMORDIALĂ A CONDUCERII

George BĂLAN

Universitatea Româno-Germană din Sibiu

gbmuscel@yahoo.com

Abstract: *The essay take the attention of the managerial high education up to the necessity of an explicit acknowledgement of the information function (process) as the first and the most important of the social management sistems' objects. Without it none of the other functions is possible.*

The introduction of this function is imposed also by the comprehension of the social system or its divisions (organisations, institutions, families, etc.), as natural systems with complex self-regulation, the information having among other things also the function of auto-adaptive feedback of intellectual nature.

Keywords

Integrated information system, reversibles systems, information, organizational energetic amplifier, self-regulation, culture, civilization.

1. Actuala viziune asupra funcțiilor (proceselor manageriale)

Conducerea pur științifică rămâne un ideal datorită:

- complexității proceselor sociale;
- transformărilor rapide din societate;
- potențialului individual limitat al conducătorilor;
- conservatorismului educațional, care subestimează necesitatea pregătirii manageriale a absolvenților fiecărei specializări etc.

Mai operațională poate fi **măsura**, granița dintre prestația preponderent științifică și cea empirică, materializată prin prezența sau absența **sistemului teoretic apt de modelări calitative și cantitative viabile ale mediului de conducere și execuție.**

Pe o bază științifică suficient de clară și coerentă, managerul poate anticipa evoluțiile probabile ale sferei de interes, poate orienta convergent activitatea software a specialiștilor pentru ca modelele și algoritmii de procesare electronică a informațiilor să fie productive, în atingerea obiectivele urmărite.

Orice sistem de conducere este în primul rând un sistem informațional și de aceea baza sa științifică rămâne interpretorul uman al informației (sistemul de teorii, coerente și convergente privind managementul, sau oricare alt sistem real și /sau spiritual component), chiar dacă este potențat de noile tehnologii electronice.

Principalele procese (funcții) atribuite subsistemelor de conducere ale oricărui tip de organizație, întâlnite în literatura de specialitate, cu unele excepții, sunt:

- prognoza (previziunea);
- organizarea – planificare – decizie – comandă;
- antrenare, coordonare;
- evaluare, control.

Prin proces (funcție) se înțelege o succesiune prestabilă de transformări, ce au loc într-un sistem, având rezultate anteevaluabile.

CONTABILITATEA – COMPONENTĂ A SISTEMULUI INFORMAȚIONAL AL FIRMEI

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. Aspecte introductive

Odată cu dezvoltarea economiei de piață și sporirea gradului de complexitate al acesteia, trebuie să se dezvolte corespunzător – ca arie, conținut și operativitate – și informația contabilă, pentru ca aceasta să furnizeze elementele necesare luării deciziilor, să reflecte exact situația patrimonială a organizațiilor și rezultatele activității economico-financiare.

În cadrul sistemului informațional, majoritatea covârșitoare a informațiilor sunt colectate, prelucrate și vehiculate pe suporti purtători de informații și formează, ceea ce denumim în mod obișnuit, sistemul de evidență al organizației, sistem divizat în trei componente: *sistemul de evidență tehnico-operativă*, *sistemul contabil* și *sistemul statistic*. Primele două componente ale sistemului de evidență sunt cunoscute sub denumirea generică de contabilitate.

Una dintre cele mai importante surse de date și informații pentru sistemul informațional o constituie contabilitatea. Sistemul contabil prelucrează datele furnizate de evidența tehnico-operativă și furnizează rezultatele economico-financiare pe o anumită perioadă (lună, trimestru, an). Sistemul contabil furnizează informații foarte utile pentru analiza și fundamentarea deciziilor care se iau pe termen mediu și pe termen lung, care vizează obiectivele și acțiunile viitoare ale organizației. Mai mult, informațiile contabile pot fi utilizate pentru elaborarea unor măsuri care să vizeze utilizarea eficace și eficientă a resurselor – umane, financiare și materiale – aflate la dispoziția organizației.

2. Repere în evoluția contabilității în România și influențe culturale

Atunci când vorbim de o istorie a contabilității, pot apărea, din partea multor practicieni implicați în derularea activității contabile a întreprinderii, o serie de întrebări cum ar fi: “Care este sensul studierii istoriei contabilității?”, “De ce mai este necesară cercetarea trecutului în condițiile în care se introduc norme contabile internaționale care să aducă o armonizare în acest domeniu?”, “Poate influența studiul istoriei contabilității evoluția tendințelor actuale din contabilitatea entităților economice?” Nu vom încerca să oferim răspunsuri, însă considerăm că ar fi inoportună abordarea directă a contabilității fără a prezenta în prealabil câteva repere istorice, mai ales în contextul profundelor mutații care au apărut în sistemul contabil românesc, și nu numai. Având în vedere tocmai aceste transformări, cum am putea oare să le înțelegem necesitatea dacă nu cunoaștem câte ceva despre trecut.

Tocmai pentru a evidenția importanța studierii istoriei contabilității, a fost creată în anul 1973, în S.U.A., “The Academy of Accounting Historians”, o asociație științifică internațională dedicată cercetărilor în acest domeniu. De asemenea, există trei reviste academice dedicate exclusiv acestui subiect: “The Accounting Historians Journal”, “Accounting, Business and Financial History” și “Accounting History”.

MARKETINGUL – DE LA VECHI LA NOU

¹Mircea FUCIU, ²Hortensia GORSKI, ³Lucian LUNCEAN

^{1,2,3} Universitatea Româno-Germană din Sibiu

¹mircea.fuciu@roger-univ.ro

²hortensia.gorski@roger-univ.ro

³lucian.luncean@roger-univ.ro

Abstract: *Lucrarea de față prezintă pe scurt evoluția conceptului de marketing de la vechiul concept la noul concept trecând prin principalele etape ale acestuia: orientarea pre produs, orientarea spre consumator și orientarea spre valoare. De asemenea lucrarea subliniază importanța ca firmele care acționează în această economie globală să își dezvolte activitatea și să își modifice strategiile astfel încât să ia în considerare influențele noilor tehnologii asupra mediului de afaceri.*

Keywords: *Marketing, Economia globală, Internet, Schimbare*

Clasificare JEL: *M30, M39*

Introducere

Economia și mediul de afaceri global se află într-o continuă schimbare. În contextul noilor schimbări care au loc în mediul în care clienții își desfășoară activitatea, aceștia sunt din ce în ce mai interesați de preț, de noile apariții de pe piață, de cele mai noi canale de distribuție sau de comunicare printre care merită menționate: *Internetul, comerțul online, e-mail-ul, rețele de socializare etc.*

Apariția noilor tehnologii informaționale de comunicare au creat un nou mediu și noi mijloace prin care firmele pot să își atingă clienții mai repede, mai bine și mult mai bine țintit, mai ales din punctul de vedere al nevoilor și dorințelor pe care le au aceștia. Noile tehnologii și comunicarea din ce în ce mai directă cu clienții a condus la o mai bună cunoaștere a acestor și o mai bună personalizare a ofertelor pentru ei. În acest context extrem de dinamic, firmele trebuie să își regândească strategiile de marketing și modul de a acționa și de a gândi într-o piață din ce în ce mai volatilă și mai atentă la nevoile clienților.

De la marketing 1.0 la marketing 3.0

Economia este la ora actuală un adevărat hibrid între cea veche și cea nouă¹. Apariția noilor tehnologii informaționale și de comunicații a condus la importante modificări în modul de a face afaceri. Înainte de apariția Internetului, firmele aveau la dispoziție doar trei mijloace de a se face cunoscuți pe piață²:

- Achiziționarea de spațiu publicitar la un preț mare;
- Implorarea celor din mass media să preia comunicatele de presă;
- Angajarea unui număr mare de personal de vânzări care să îi streseze pe consumatori să cumpere produsele dvs.

Firmele de astăzi trebuie să facă modificări importante în modul de gândire și de a acționa. Acestea trebuie să își dezvolte concepte și competențe cu totul noi, care să fie adaptate cu

¹ Kotler, P., Jain, D., Maesincee, S., *Marketingul în era digitală*, Meteor Press, București, 2009, p. 19.

² Meermann Scott, D., *Noi reguli de marketing și PR*, Editura Publica, București, 2010, p.19.

FUNCTIA DE PREVIZIUNE A MANAGEMENTULUI PRODUCȚIEI INDUSTRIALE

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

Abstract: *Starting from the belief that the functions of the general management, although they basically remain the same, under the impact of businesses' globalisation and the internationalization of companies, the organisations' economy and the knowledge-based management, it acquires new connotations, now operating with new types of resources, especially with knowledge.*

We are therefore talking about the neo-functions of management and ways of operationalizing them into the industrial production management. We can, however, identify the crystallization of neo-functions of management – that of identifying the areas of available knowledge, that of establishing the knowledge needed and that of consolidating and capitalizing the knowledge, which represents the core of industrial production management.

1. Funcția de previziune în unitățile industriale

Funcția de previziune constă în ansamblul proceselor de muncă care conduc la determinarea principalelor obiective ale firmei, a componentelor acestora, precum și a resurselor și mijloacelor necesare realizării lor. Aceasta se materializează în elaborarea *prognozelor* (orizont de minim 10 ani, nu au caracter de obligativitate etc.), *planurilor* (orizont de o lună – 5 ani, gradul lor de determinare este invers proporțional cu orizontul acestora, se referă la obiective fundamentale ale firmei și principalele resurse aferente acestora), *programelor* (au orizont mai mic, decadă, săptămână, zi, oră, sunt foarte detaliate, au grad ridicat de certitudine)¹.

Prognostarea presupune anticiparea și evaluarea probabilistică a desfășurării în viitor a unor fenomene și procese din domeniile economic, tehnico-științific, tehnologic, social, ecologic etc., pornind de la evoluția anterioară a acestora și folosind un ansamblu de metode și tehnici pentru obținerea unor informații privind tendințele lor de perspectivă. Prognostarea este o evaluare determinată în mod științific, cu grad ridicat de probabilitate, a evoluției posibile, cantitative și calitative, într-un anumit domeniu și pe un interval de timp bine determinat, numit orizont al prognozei. Prognostarea urmărește, pe de o parte, să stabilească stările probabile în evoluția unor fenomene sau procese față de anumite stări de referință și probabilitatea de a atinge aceste stări și, pe de altă parte, să estimeze evoluția viitoare în concordanță cu anumite obiective ale dezvoltării istorice și cu tendințele mișcării pe plan mondial, pornind de la derularea anterioară și luând în considerație mutațiile ce se prefigurează într-o anumită perspectivă. Prognostarea conține elementele unui comportament de lungă durată, al unei strategii în care să se înscrie deciziile pentru conducerea științifică a activităților. Prognostarea nu-și propune să prevadă viitorul în mod indubitabil, ci să ofere alternative sau variante pe baza cărora să se poată stabili opțiuni concrete în prezent, în perspectiva unui orizont de timp determinat lucid și relativ dezirabil.

Instrumentele previzionale în care se concretizează activitatea de prognostare sunt denumite *prognoze*. Din punct de vedere etimologic, cuvântul prognoză provine de la grecescul *prognosis*, care înseamnă cunoaștere anticipată, cunoaștere dinainte. Termenul a fost utilizat în mod deosebit în domeniul previziunii meteorologice, desemnând evoluția probabilă a stării

¹ Nicolescu, O., Verboncu, I., *Management*, Editura Economică, București, 1999.

EFICIENȚA ECONOMICĂ A INVESTIȚIILOR ÎN CONDIȚII DE RISC ȘI INCERTITUDINE

Mirela Camelia HALMI

Banca Comercială Carpatica, Sucursala Satu Mare

Abstract: *The efficiency of investments must also be assessed in correlation with the overall interests of the national economy, namely to be taken into account the multiple effects created in the upstream and downstream of the respective domain of material production.*

The economic efficiency of the investments expresses on conceptual level the quality of the action of investing being determined by the ratio established between the amount and the structure of the investmental effort and the level of the obtained results.

The decision to invest in market economy conditions is based on rigorously determined criteria of the economic efficiency, the investor being primarily concerned about the interest that he will obtain from the initial investment.

Every economic and social process, and the investments, par excellence, are related to risks and uncertainties, the disregard of the idea of risk and uncertainty being a major error for all the participating factors to the investment process.

Cuvinte cheie: *eficiența economică, investiții, risc, incertitudine, decizie*

1. Conceptul de eficiență economică a investițiilor

Analiza gradului de dezvoltare a unui sistem economic, a capacității lui de supraviețuire, a direcției de dezvoltare finală, presupune definirea și măsurarea exactă a eficienței economice.

De aceea un rol important revine conceptului de eficiență economică, aceasta realizând legătura dintre resursele alocate pentru desfășurarea unei acțiuni și rezultatele obținute de pe urma acestora, concept care orientează dozarea resurselor spre acele domenii de activitate unde se asigură folosirea cu eficiență maximă a acestora în condițiile unei dezvoltări raționale, armonioase a economiei naționale.

Eficiența economică este o noțiune complexă, care exprimă în modul cel mai cuprinzător, rezultatele ce se obțin într-o activitate economică, evaluarea prin prisma resurselor consumate pentru desfășurarea acestei activități. Prin intermediul ei se stabilesc legăturile dintre volumul și calitatea eforturilor, ca factori generatori de efecte și rezultatele ce se obțin într-o anumită perioadă, ca o consecință a realizării eforturilor respective.

Orice activitate umană este, în același timp, consumator de resurse și producător de efecte. Teoria economiei moderne este, teoria folosirii resurselor limitate. Nivelul limitat al resurselor materiale și de munca față de dorințele nelimitate ale omului generează cerința folosirii eficiente a resurselor, în sensul asigurării unor randamente maxime sau unor consumuri cât mai reduse.

În privința eficienței investițiilor trebuie să se aibă în vedere câteva caracteristici specifice¹:

a) Eficiența economică a investiției este o parte a eficienței întregii activități economice și reflectă atât rezultatele deciziei de investiție cât și decizii folosind factorii producției pentru exploatarea proiectului de investiție și asigurarea surselor de investiție.

b) Eficiența economică a investiției se exprimă sub forma raportului între efectele scontate la cheltuielile scontate obținerii acestor efecte și se reflectă într-o largă gamă de indicii.

¹ Lasăr M. Cistelecan, *Economia, eficiența și finanțarea investițiilor*, Editura Economică, București, 2002.

DESPRE SOLUȚIILE EFICIENTE ÎN PROGRAMAREA STOCASTICĂ MULTIOBIECTIV

Alexandru HAMPU

Universitatea Româno-Germană din Sibiu

alexandru.hampu@roger-univ.ro

Abstract: *The work deals with study of the optimality conditions of vectorial stochastic programming problems with simple recourse, being presented two theorems in which are given the conditions necessary and sufficient so that a solution to be efficient. The deterministic equivalent of the vectorial stochastic programming problem is found and by using a result of the fractionary programming, a problem with a simple objective function is attained with whose dual is studied the condition of optimum*

1. Introducere

Condițiile de optimalitate pentru programarea stocastică vectorială cu simplu recurs având o singură funcție obiectiv, au fost studiate începând cu E.M.L.Beale [1] și G.B.Dantzig [3] care au considerat cazul general al problemei de programare stocastică în doua stadii, ulterior de Wets [5] și Williams [6] care au analizat proprietățile soluțiilor problemei cu simplu recurs și în continuare de numeroși alți autori care au stabilit diferite metode de rezolvare a acestor programe. Interesul pentru acest model a fost determinat de importanța sa în optimizarea diferitelor procese decizionale, procese care de multe ori sunt confruntate și cu aspecte de incertitudine, probabiliste.

Cei mai mulți autori au studiat acest model în cazul unei singure funcții obiectiv, dar având în vedere că sunt numeroase situații în care luare deciziei se face pe baza mai multor criterii, ne-am propus studiul diferitelor aspecte legate de modelul vectorial. În două lucrări precedente am introdus modelele E și respectiv P ale problemei de programare stocastică vectorială cu simplu recurs și am dat o metodă de determinare a echivalentului determinist.

În prezenta lucrare ne propunem să dăm condiții de optimalitate pentru modelul vectorial cu simplu recurs, condiții care să permită găsirea soluțiilor eficiente ale problemei inițiale folosind soluțiile unor probleme auxiliare, asociate acesteia. Pornind de la forma inițială a problemei se găsește echivalentul determinist multiobiectiv, apoi se construiește o problemă de programare liniară cu o singură funcție obiectiv și respectiv duala acesteia, găsindu-se o condiție necesară și suficientă ca o soluție a problemei de programare stocastică vectorială să fie eficientă.

Principalele rezultate ale lucrării sunt reprezentate de o teoremă prin care este dat echivalentul determinist al modelului stocastic vectorial și respectiv obținerea unei forme a acestuia în care poate fi utilizat, prin particularizare, un rezultat ce aparține lui Bhatia și Gupta referitor la condiții de optimalitate ale problemelor de programare fracționară vectorială.

Considerăm modelul unei probleme de programare stocastică multiobiectiv cu simplu recurs:

$$\begin{aligned} \max (g_k(x) - E_{\xi} \{Q_k(x, \xi)\}), \quad k \in I = \{1, 2, \dots, r\} \quad (1) \\ \text{în condițiile:} \\ Tx + y = \xi \end{aligned}$$

PROBLEME ACTUALE ÎN PREGĂTIREA ARBITRILOR INTERNAȚIONALI DE BASCHET

Fabiana NIȚU

Universitatea Româno-Germană din Sibiu

fabiana.nitu@roger-univ.ro

Abstract: *Basketball is a sport that has grown in popularity around the world. Basketball referees are also very important for the proper development of the games, and in order to do this they want to improve their performance with every arising possibility. Any professional basketball player is aware of the fact that good training gives him the opportunity to implement his skills in the game at the highest level. The same can be applied to a basketball referee. This is the aspect we have decided to debate upon in this subject.*

The field of arbitration is open. But it goes without saying that in a matter as precise as arbitration, where you are constantly observed and criticized only the best get to become referees. You must have the proper attitude towards the game and the necessary qualities, few but strong enough to get over all obstacles with firm determination towards the top. Good eyesight, a sense of fair-play, the courage of opinions, the sense of humour and diplomacy are essential.

Each referee should realize the importance of the position he holds and he must have the dignity this position requires.

Keywords: *baschet, pregătire fizică generală, pregătire fizică specifică, programă*

Baschetul este un sport care a crescut în popularitate în întreaga lume. Arbitrii de baschet sunt și ei foarte importanți pentru buna desfășurare a meciurilor, iar ei doresc pentru acest lucru să își îmbunătățească prestația cu orice posibilitate care apare. Orice jucător de baschet profesionist știe faptul că fiind bine pregătit îi oferă posibilitatea de a-și pune în aplicare în meci abilitățile la nivel maximal. Aceeași judecată se poate aplica și la un arbitru de baschet. Pentru acest aspect ne-am gândit să dezbatem această temă.

Domeniul arbitrajului este unul deschis. Dar, este de la sine înțeles că într-o chestiune atât de exactă cum este arbitrajul, unde ești în permanență observat și criticat, numai cei mai buni ajung să fie arbitrii. Trebuie să ai atitudinea potrivită față de joc și calitățile necesare, puține dar care trebuie să fie destul de puternice pentru a te duce peste toate obstacolele cu determinare fermă spre vârf. Vedere bună, un simț al fair-play-ului, curajul opiniilor, simțul umorului și diplomație sunt esențiale.

Fiecare arbitru trebuie să realizeze importanța poziției pe care o are și să aibă demnitatea pe care această poziție o impune.

Datorită faptului că în jurul jocului sunt multe discuții și pasiuni, aceste lucruri ne determină să ne întrebăm: „Există o filozofie a arbitrajului?”

Ca să putem să răspundem avem nevoie să analizăm câteva lucruri legate de arbitraj, cum ar fi:

1. Dinamismul jocului, arbitrul trebuie să păstreze jocul cât mai dinamic, să nu intervină decât atât cât e necesar, iar arbitrul trebuie să țină cont de faptul că nu este un polițist pe teren.
2. Jocul se joacă sub autoritatea arbitrului.
3. Arbitrul decide atunci când o infracțiune trebuie sau nu fluierată.

SCURTĂ PRIVIRE ASUPRA CONTRACTULUI DE LEASING FINANCIAR – BAZA JURIDICĂ A OPERAȚIUNILOR DE LEASING FINANCIAR

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

Abstract: *As everybody knows 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 analyzes financial leasing as a complex method in financing, which includes not only leasing contract, but also another juridical steps. These steps are realized before the moment of concluding the contract and without them this contract could never exists. Although the paper is strictly theoretical, it brings some interesting points of view, never presented as such.

1. Introducere

Leasingul financiar este o operațiune complexă, care cuprinde, pe lângă contractul de leasing propriu-zis și alte raporturi juridice ce preced momentul încheierii contractului de leasing și fără de care acesta nu ar lua ființă. Vom dezvolta noțiunea contractului de leasing, caracterul special din punct de vedere juridic al acestuia, precum și delimitarea acestui contract de alte contracte cu care se aseamănă.

2. Contractul de leasing financiar – contract comercial cu caracter „sui generis”

Contractul de leasing este un tip de contract, reglementat special prin prevederile Codului Civil, și care îndeplinește **două funcțiuni** de importanță aproape egale: **cea de finanțare a afacerilor de leasing** și **cea de cedare a folosinței obiectului de leasing**. În cadrul acestui tip de contract, finanțatorul se angajează față de beneficiarul contractului, cu obligația principală de a finanța un obiect de leasing, prin încheierea unui contract de livrare cu o terță persoană, în calitate de furnizor. Obligația principală ce revine în sarcina finanțatorului este obținerea și cedarea spre folosință a obiectului de leasing beneficiarului, pe o perioadă convenită în contract. Beneficiarul își va asuma răspunderea contractuală de a plăti regulat ratele de leasing convenite, în fapt o contraplată pentru finanțarea, procurarea, cedarea în folosință a obiectului de leasing și prestarea anumitor servicii conexe asigurate de finanțator.

În literatura de specialitate¹, contractul de leasing este privit într-un înțeles mai restrâns, ca un contract „sui generis”, bilateral, cu drepturile și obligațiile părților contractuale formulate conform unor principii singulare, potrivit caracterului specific acestui tip de contract. Aceste aspecte vom încerca să le lămurim în continuare.

¹ Molico Tatiana, Wunder E. – *Leasingul, un instrument modern de investiții și finanțare*, Ed. CECCAR, București, 2003, p. 62.

CONSIDERAȚII PRIVIND MANAGEMENTUL BAZAT PE CUNOȘTINȚE

Diana RANF

Universitatea Româno-Germană din Sibiu

diana.ranf@roger-univ.ro

Abstract: *This article defines the concept of knowledge management, one of the most recent approaches in management, marking and content management significantly influence the economic organizations. It appeared in the context of the global business is invaded by a new trend, which is manifested in all areas of activity: "knowledge economy".*

1. Introducere

La începutul anilor 1990, un corp tot mai mare de cadre didactice universitare și consultanți vorbesc despre managementul cunoașterii ca „practica de afaceri noi”, iar termenul începe să apară în tot mai multe reviste de afaceri și tot mai des în agende ale conferințelor. Până la mijlocul anilor 1990, a devenit cunoscut faptul că avantajul competitiv al unora dintre companii lider mondial era sculptată din activele acestor „societăți bazate pe cunoștințe”, cum ar fi competențe, relații cu clienții și inovația. Gestionarea cunoștințelor, prin urmare, brusc a devenit un obiectiv de afaceri a multor companii în încercările lor de a deveni lideri de piață.¹

În timp ce părerea filozofilor este că *“knowledge is nothing natural”*, din punctul de vedere al istoricilor, acumularea de cunoștințe este baza evoluției umane încă de la începuturile ei, cu mii de ani în urmă. Importanța cunoașterii pentru competitivitatea companiilor este larg acceptată în zilele noastre în cadrul organizațiilor și chiar în economii.²

Ceea ce se chema documentare, devenită ulterior comunicare și informare, astăzi vine caracterizată printr-un termen mult mai amplu: cunoștință. Acestea sunt fundamentele asociate cu conceptul de *knowledge management* care include, de asemenea și *knowledge society*, *knowledge system*, *knowledge city*, *knowledge cafe*, toate având nevoie de resurse umane, de un climat participativ și activ îndreptate spre obiectivele vizate și creșterea calității vieții.³

Într-un studiu cuprinzător realizat de autori pe 1000 companii germane de top și 200 de companii europene de top, privind cele mai bune practici organizaționale europene, unul dintre subiecte abordate a fost referitor la termenul de *“knowledge management”*.

În viziunea unora managementul bazat pe cunoștințe a fost înțeles ca o parte a culturii corporative, care susține schimbul activ de informații, cunoștințe și experiență între angajați și departamente, în timp ce alte răspunsuri au clasificat termenul drept o metodă a companiei reprezentând suma de proceduri care determină producerea, distribuirea și aplicarea de cunoștințe pentru a atinge obiectivele organizaționale.⁴

Jennex definește *knowledge management* ca și practica de a aplica selectiv cunoștințele acumulate pe baza experiențelor anterioare din activități de luare a deciziilor cu scopul expres de a îmbunătăți eficiența organizației.⁵

¹ NHS National Library for Health: Knowledge Management Specialist Library.

² Mertins, K., Heisig, P., Vorbeck, J., *Knowledge management: concepts and best practice*, Editura Springer, Berlin, 2003, p. 1.

³ Capitani, Paola, *Il knowledge management*, Editura FrancoAngeli, Milano, 2006, pp. 89-90.

⁴ Mertins, K., Heisig, P., Vorbeck, J., *op.cit.*, p. 3.

⁵ Murray, E Jennex, *Knowledge management in Modern Organizations*, Idea Group Publishing, SUA, 2007, p. 4.

ANALIZA STILULUI DE COMUNICARE AL MANAGERULUI, PRECUM ȘI A STILULUI DE COMUNICARE AL ORGANIZAȚIEI

Toader SANDU
Universitatea Romano-Germana din Sibiu
sandu.toader@roger-univ.ro

TEHNOLOGIE. INFORMAȚIE. COMUNICARE. CERCETARE

Abstract: *Comunicarea este un proces de transmitere a informațiilor, sub forma mesajelor simbolice, între două sau mai multe persoane, unele cu statut de emițător, altele cu statut de receptor, prin intermediul unor canale specifice.*

Comunicarea este o artă în care performanțele nu sunt condiționate de vreun talent înnăscut, ci de dorința de cunoaștere a aproapelui și de autocunoaștere, de o anumită etică și de capacitatea de a interacționa eficient cu cei din jur, la locul de muncă, acasă, în societate.

Din acest punct de vedere orice manager de succes este un artist talentat. Instrumentul și mijloacele de exprimare ale acestei arte sunt toate înglobate în procesul de comunicare. La fel cum pictorul folosește pensula și culorile, muzicianul folosește instrumentul său și notele, iar managerul folosește comunicarea.

Key words: *comunicare, manager, stil de comunicare, organizație.*

Managerii desfășoară o serie de activități care țin de managementul tradițional (planifică, organizează, iau decizii, controlează), de asemenea ei administrează și conduc resursa umană (motivează, îndrumă, sfătuiesc, soluționează conflicte, angajează, perfecționează și instruiesc personalul din subordine); formează și întrețin relații cu persoane din interiorul și din exteriorul organizației, comunică. Un manager care se bucură de promovare rapidă depune, probabil, o activitate intensă de interconectare în detrimentul celei de management tradițional și al resursei umane; un manager eficient, al cărui grup are performanțe și satisfacție în muncă superioare, comunică foarte mult și este preocupat de managementul resursei umane, acordând mai puțină atenție managementului tradițional și, probabil, neglijează complet activitățile de interconectare¹.

Fiecare persoană are un stil propriu de a comunica cu ceilalți. Un preot, un marinar, un balerin sau un instalator, de exemplu, va purta în stilul personal, în atitudinea, postura și gestica sa, ceva ce îi va trăda meseria și preocupările. Prima impresie despre partenerul de afaceri se formează în primele patru minute ale primului contact. Este impresia cea mai durabilă și, dacă nu intervin erori grave de percepție, este cea mai adevărată².

Comunicarea umană se desfășoară pe două planuri: informația sau conținutul mesajului se transmite clar prin limbajul digital, relația care se creează, corespunzător, între persoane este un rezultat al comunicării analogice, generatoare de sentimente (apreciere, simpatie sau antipatie, supunere sau dominare, dragoste sau ură, admirație, respect etc.).

Limbajul analogic este direct, plastic și sugestiv. El se bazează pe asemănare, asociere și comunică mesajele fără o decodificare la nivelul conștiinței. **Limbajul digital** este simbolic și abstract. Un exemplu clasic este limbajul verbal, bazat pe cuvintele unei limbi.

¹ Candea R., Candea D., "Comunicarea managerială aplicată", Editura Expert București, 1998, p8.

² Prutianu Ș. Manual de comunicare și negociere în afaceri, Editura Polirom Iași, 2000, p.136.

CONSIDERAȚII CU PRIVIRE LA O TEORIE ECONOMICĂ FUNCȚIONALĂ

Constantin TELEȘPAN
Universitatea Româno-Germană din Sibiu
ctelespan@yahoo.com

Abstract: *The economical phenomenon is too complex. As the result of this, to obtain a functional economical theorys we have to create a simplifying synthesis.*

If we don't discover a simple economical theory – or at the least which can be simplified – the economical politic will not be straightened; only by solving some specific problemes. The economical science will have to solve this problem as soon as possible.

Evenimentele economice ale prezentului nu mai pot fi explicate și nici nu ar putea fi prezise cu ajutorul lor. Peter Drucker afirmă că „realitatea a depășit teoria”¹.

Argumentele pot fi multiple. Prima dată s-a întâmplat odată cu apariția „utilității marginale” cu ajutorul căreia au fost puse bazele economiei moderne. Acest lucru se întâmpla prin anii 1870. Șaizeci de ani mai târziu, Marea Criză a răsturnat teoria neoclasică și Keynes a lansat teoria economică a statului – națiune. Peste alți 70 de ani un eveniment apocaliptic avea să zguduie America și s-o trimită într-o recesiune pronunțată. Încă nu s-a prefigurat o nouă teorie economică, însă statele dezvoltate ale lumii trebuie să introducă în modelul economic o nouă variabilă: terorismul.

Se consideră că modelul economic al prezentului este un ansamblu compus din mai multe componente: „microeconomia” indivizilor și a firmelor, mai ales a celor transnaționale; macroeconomia guvernelor naționale și economia mondială.

Toate teoriile economice de până acum au postulat că unul dintre aceste elemente exercită un control absolut, în timp ce restul nu sunt decât niște elemente dependente „niște funcții”. Fiecare dintre ele poate fi considerată, în termeni matematici, o variabilă parțial dependentă. Nici una nu exercită un control absolut asupra celorlalte trei, dar nici nu este controlată în totalitate de ele. O astfel de problemă complexă este greu de descris în întregime și nu poate fi analizată din moment ce nu permite previzionarea.

P. Drucker afirmă că „pentru a obține o teorie economică funcțională trebuie să creăm o sinteză simplificatoare”². Probabil că în această direcție trebuie să se îndrepte cercetările economiștilor.

Deocamdată, însă, fenomenul economic este prea complex. Pentru a adopta o politica economică, persoanele care nu au studii de specialitate în domeniu, cum sunt de regulă politicienii, trebuie să înțeleagă conceptele teoretice fundamentale. Dacă nu se va descoperi o teorie economică simplă – sau cel puțin simplificabilă – politicile economice nu vor putea fi îndreptate decât către rezolvarea unei probleme specifice. Nu va mai putea exista așa-numita „igienă economică” al cărei scop nu va mai fi înlăturarea unei crize sau controlarea ei, ci doar rezolvări secvențiale ale problemelor economice.

Într-o variantă „modelul teoretic a pornit de la premisa că statul suveran este cel care deține controlul asupra economiei. Dacă în modelul economic elaborat de neoclasiци firmele și indivizii au fost stăpânii, în conformitate cu teoria keynesiană și cea post-keynesiană, microeconomia este un fel de „aripă a servitorilor”, iar servitorii fac ceea ce le spune stăpâna lor, macroeconomia.

¹ Drucker, P., *Realitățile lumii de mâine*, București, Editura Teora, 1989.

² Drucker, P., *Realitățile lumii de mâine*, București, Editura Teora, 1989.

CLASIFICAREA FORMELOR DE COMUNICARE DERULATE ÎN ORGANIZAȚIE

Elida-Tomița TODĂRIȚĂ
Universitatea Româno-Germană din Sibiu
elida_todarita@yahoo.com

Abstract: *Communication in organizations encompasses all the means, both formal and informal, by which information is passed up, down, and across the network of managers and employees in a business. Generally in any organization, there are few ways in which communication can move around. This paper shows some of the criteria for the classification of forms of communication.*

1. Introducere

Cercetătorii și specialiștii în domeniul comunicării afirmă că este imposibil de găsit un aspect al muncii managerului care să nu implice și procesul de comunicare. În ceea ce privește comunicarea organizațională, problema care se pune este dacă managerii comunică bine, satisfăcător sau insuficient și nu dacă ei se angajează în acest proces.

Comunicarea stabilește și menține relațiile dintre angajați oferindu-le informațiile necesare orientării și evaluării propriei munci în raport cu a celorlalți, cu cerințele organizației, în ansamblul său, și a mediului acesteia.

2. Criterii de clasificare a formelor de comunicare

Formele de comunicare derulate în cadrul organizațiilor solicită clasificarea lor după mai multe criterii:

1. În funcție de direcție, comunicarea poate fi¹:

a) *Comunicare descendentă*: urmează, de obicei, relațiilor de tip ierarhic, derulându-se de la nivelul managementului de vârf, către nivelurile de execuție. Conținutul ei este dat de decizii, reglementări, instrucțiuni, transmiterea de sarcini, solicitarea de informații. Principala problemă a acestui tip de comunicare o constituie marea probabilitate ca mesajul să fie filtrat în timp ce este vehiculat de la un nivel la altul, deoarece fiecare nivel poate interpreta mesajele în funcție de propriile necesități sau obiective. În organizațiile puternic centralizate și în care se practică stilul autoritar, acest tip de comunicare este predominant, în cadrul procesului de comunicare unilaterală;

b) *Comunicare ascendentă*: constă în transmiterea de mesaje de către subordonați șefilor direcți și, succesiv, nivelurilor superioare ale managementului. Prin ele se vehiculează rapoarte, cereri, opinii, nemulțumiri. Rolul comunicării ascendente este esențial pentru eficiența procesului de comunicare deoarece atestă recepția mesajelor transmise de manageri. De asemenea, prin intermediul ei se informează managementul de nivel superior asupra stării morale a personalului, asupra obstacolelor din calea comunicării, nivelului și formei abaterilor înregistrate cel mai frecvent. Faptul că mesajul circulă de la executanți la manageri, nu-l scutește de filtrele cognitive sau psihologice. Astfel, în cazul transmiterii unor informații, rapoarte, sugestii privind conținutul muncii și modalitățile de îmbunătățire ale acesteia, șefii pot fi încercați de teama că subordonații lor ar putea fi apreciați de superiori ca fiind mai competenți. În cazul în care informația constituie un feed-back la un mesaj anterior, șeful poate interpreta comunicarea subordonatului

¹ Iulia Moldovan, *Comunicare și relații publice*, Note de curs, Volumul I, Editura Alma Mater, Sibiu, pp. 30-33.

ANALIZA FINANCIARĂ PE BAZA RATELOR DE RENTABILITATE

Diana VASIU

Universitatea Româno-Germană din Sibiu

diana.vasiu@roger-univ.ro

Abstract: Rates are useful instruments for analysis, which summarizes a large volume of data in a form easier to understand, interpret and compare. When comparing rates over time and space it must be taken into consideration the specific conditions under which each economic entity operates. It is also important to evaluate and pay attention on the impact that certain change of economic conditions, the production process, the geographic markets may have on financial statements, and furthermore, on calculated rates.

1. Introducere

În general, ratele de rentabilitate se determină ca raport între efectele economice și financiare obținute și eforturile depuse pentru obținerea lor¹.

Rata rentabilității caracterizează gradul de rentabilitate, făcând posibilă efectuarea comparațiilor în timp, în spațiu sau cu valori standard acceptate sau elaborate de organisme de specialitate.

În funcție de elementele luate în calcul, teoria și practica economică operează cu mai multe rate de rentabilitate determinate pe baza datelor din contul de rezultat sau din bilanț, prin raportarea unui rezultat (excedentul brut al exploatarei, rezultatul din exploatare, rezultatul exercițiului) la un indicator de efort (costuri, cifră de afaceri, capital investit, capital propriu)².

Analiza unilaterală a unei singure rate sau a mai multor rate poate genera concluzii eronate asupra echilibrului financiar al firmei, din această cauză fiind necesară o analiză combinată a ratelor cu informații privind managementul și condițiile economice specifice întreprinderii³.

2. Rata rentabilității economice

Rata rentabilității economice ROA – “Return on Total Assets” evidențiază contribuția elementelor patrimoniale la obținerea rezultatelor finale ale entității.

În literatura de specialitate, rata rentabilității economice poate fi calculată după mai multe modele, după cum se ia în considerare profitul brut sau profitul net la numărător, sau baza de raportare exprimă efortul sau cheltuiala procesului de producție:

$$ROA = \frac{EBIT}{AB} * 100$$

Unde:

EBIT – rezultatul brut al exercițiului

AB – activul bilanțier

¹ Vintilă, G., – *Gestiunea financiară a întreprinderii*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1997, p. 188.

² Petrescu, Silvia – *Analiză și diagnostic financiar-contabil: ghid teoretico-aplicativ*, Editura CECCAR, București, 2008, pp. 144-146, Balteș, Nicolae (coord.), *Analiza economico-financiară întreprinderii*, Editura Universității „Lucian Blaga”, Sibiu, 2003, pp. 189-197.

³ Balteș, Nicolae (coord.), *Analiză și diagnostic financiar*, Editura Universității „Lucian Blaga”, Sibiu, 2010 p. 42.

STRUCTURA SPAȚIULUI DILATĂRII UNITAR MINIMALE

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

Abstract: In this paper we present two theorems and two properties about the structure of the minimal unitary dilation U of a contraction T on Hilbert spaces H . These two theorems with proofs appear implicitly in Sz. Nagy[1] and explicitly in Halperin.

1. Noțiuni introductive

Printr-o *contracție* de la spațiul Hilbert H la spațiul Hilbert H' înțelegem o transformare liniară $T: H \rightarrow H'$ cu proprietatea că $\|Th\|_{H'} \leq \|h\|_H$ pentru orice $h \in H$ astfel încât $\|T\| \leq 1$.

O contracție T pe H este *complet neunitară* (c.n.u) dacă pentru $H' \subset H$ închis și reducător pentru T (dublu invariant la T) cu proprietatea că din $T|_{H'}$ este unitară pe H' rezultă $H' = \{0\}$.

Pentru operatorii de defect $D_T = (I_H - T^*T)^{1/2}$ și $D_{T^*} = (I_{H'} - TT^*)^{1/2}$ avem definite spațiile de defect $D_T = \overline{D_T H}$ și $D_{T^*} = \overline{D_{T^*} H'}$ și de asemenea indicii de defect $\delta_T = \dim D_T$, $\delta_{T^*} = \dim D_{T^*}$.

Numim *izometrie* o transformare liniară $V: H \rightarrow H'$ dacă $V^*V = I_H$. Un subspațiu L al lui H se numește „*ambulant*” pentru V dacă $V^p L \perp V^q L$ pentru orice pereche de întregi $p, q \geq 0$, $p \neq q$. E suficient să presupunem că $V^n L \perp L$, pentru $n = 1, 2, \dots$. Putem scrie $M_+(L) = \bigoplus_{n=0}^{\infty} V^n L$.

Fie A și B doi operatori, A pe spațiul Hilbert H și B pe K , $H \subset K$. Numim B o *dilatare* a lui A dacă $A^n = p_r B^n$, $n = 1, 2, \dots$.

Un operator U al spațiului H se numește *shift bilateral* dacă U este unitar și există $L \subset H$ astfel încât L este ambulant pentru U și $M(L) = H$. Dimensiunea lui L se numește *multiplicitatea* shift-ului bilateral U .

Pentru orice contracție T pe spațiul Hilbert H , există o dilatare unitară minimală U pe spațiul $K \supset H$, care e minimală dacă $K = \bigvee_{n=-\infty}^{\infty} U^n H$.

2. Structura spațiului dilatării unitar minimale

Fie T o contracție pe H , unde H este un spațiu Hilbert real sau complex. U este o dilatare unitară minimală pe K , K este spațiu Hilbert complex sau real, $K \supset H$. Notăm cu :

$$L_0 = (U - T)H \text{ și } L_0^* = \overline{(U - T)H} \quad (1)$$

$$L = \overline{(U - T)H} \text{ și } L^* = \overline{(U - T)H} \quad (2)$$

Editura Burg
ISSN 1583-4271