

ACTIVITATEA FUNCȚIUNILOR SOCIETĂȚILOR COMERCIALE DIN JUDEȚUL MARAMUREȘ

*Ion SÂRBU*¹, *dr.hab., prof. univ., ASEM*
*Florin-Ioan BRETAN*², *drd., ASEM, România*

Funcțiunea firmei reprezintă ansamblul proceselor de muncă omogene, asemănătoare sau complementare care contribuie la realizarea aceluiași obiective prin utilizarea de concepte, cunoștințe, tehnici, metode în același domeniu, din domenii înrudite sau complementare, care caracterizează societățile comerciale din județul Maramureș.

În literatura de specialitate se consideră că firmele au cinci funcțiuni, care nu există independent decât în plan teoretic, în activitatea practică condiționându-se într-o strânsă interdependentă. Totodată organizațiile bazate pe cunoștințe în procesul globalizării își modifică activitățile conform cerințelor de piață și a integrării europene.

Cuvinte cheie: *funcțiune, societate comercială, gestiune, stocuri, cifra de afaceri, profit brut, clasa de mărime, rata rentabilității.*

Introducere. Noțiunea de funcțiune ca grupare de activități pe baza anumitor criterii s-a creat în urma studiilor efectuate în legătură cu organizarea și diviziunea muncii. Conceptul de funcțiune a polarizat de-a lungul deceniilor atenția specialiștilor. Orientarea prioritară spre problema funcțiunilor unității economice a fost determinată de faptul că abordarea sistemică, științifică a organizării fiecărei unități nu poate fi realizată fără înțelegerea profundă a conceptului de funcțiune și de rolului sau de instrument de analiză a activităților realizate în unitatea respectivă.

Adaptarea funcțiunilor de management a societăților comerciale la relațiile de piață se înfăptuiește după funcțiile: cercetare-dezvoltare, comercială de marketing, producție, financiar-contabilă și de personal.

Evoluția conceptului de funcțiune a fost determinată, în esență, de factorii:

- economia de piață în cadrul căreia conceptul a fost conturat și aplicat (în sensul că aceasta aparține domeniului științei conducerii ca știință a relațiilor organizatorice cu caracter social și reflectă direct concepțiile de suprastructură proprii orânduirii în cauză);

- progresul tehnic, globalizarea care modifică profund structura și complexitatea activităților unității, imprimând un anumit caracter și pondere diferitelor funcțiuni în diverse perioade de referință (de pildă volumul și nivelul redus al activităților de concepție în întreprinderi la începutul secolului al XX-lea explică inexistența în această perioadă, ca o funcțiune distinctă, a cercetării-dezvoltării);

- integrarea întreprinderilor comerciale în piața europeană.

Comerțul cu amănuntul – activitatea de vânzare a mărfurilor către consumatorii finali, în general în cantități mici

THE FUNCTIONS ACTIVITY OF TRADING COMPANIES IN MARAMURES COUNTY

Ion SARBU, *PhD, Professor, ASEM*
Florin-Ioan BRETAN, *PhD Student, ASEM, Romania*

The company's function is represented by the entire work processes, similar or complementary which contribute to the achievement of the same objectives through the use of concepts, knowledge, techniques and methods in the same, related or complementary fields that characterize trading companies in Maramures County.

In the specialized literature it is considered that companies have five functions, which do not exist independently than at theoretical level, in practice they are interdependent. At the same time, the organizations based on knowledge in the globalization process modify their activities in accordance with market requirements and European integration.

Key words: *function, trading company, management, inventory, turnover, gross profit, class size, rate of return.*

JEL Classification: *G10, G2, G24, G34, H32*

Introduction. The notion of operation as a group of activities based on certain criteria was created based on studies about the organization and division of labor. The functional concept has polarized the attention of experts for decades. The priority given to the issue of the economic unit functions was determined due to the fact that the systemic scientific approach of each unit's organization cannot be done without the deep understanding of the concept of function and its role as an analysis tool of the activities carried out in the respective unit.

Adapting the trading companies' management functions to the market relations is accomplished by the following functions: research-development, marketing, production, financial-accounting and personnel.

The evolution of the operation concept was essentially determined by the factors:

- the market economy in which the concept has been defined and applied (in the sense that it belongs to the management field as a science of social organizational relationships and reflects directly the views of a superstructure of the order in question);

- the technical progress, the globalization that modifies profoundly the structure and the activity complexity of the unit, setting a certain character and share of different functions in different reference periods (eg., volume and low level of conceptual activities in enterprises in the early twentieth century explains the absence in this period as a separate operation, of research and development);

- the integration of trade companies in the European market.

Retail sales – the activity of selling goods to the final

¹ © *Ion SÂRBU*

² © *Florin-Ioan BRETAN*

și în starea în care ele au fost cumpărate, precum și vânzările cu amănuntul prin magazine proprii ale întreprinderilor producătoare de bunuri.

Comerțul cu amănuntul se desfășoară prin magazine specializate, magazine nespecializate, prin corespondență, standuri în piețe, chioșcuri și alte forme de comerț.

În valoarea comerțului cu amănuntul nu se includ:

- vânzările directe către populație de produse agricole de către producătorii agricoli (vânzările pe piața țărănească);
- vânzările de produse care nu sunt utilizate ca bunuri de consum (cereale, semințe, petrol brut etc.);
- vânzările de alimente și băuturi pentru consumul pe loc;
- valoarea materialelor și pieselor de schimb aduse de populație sau operatori economici unităților pentru reparații și transformări de îmbrăcăminte, încălțăminte, produse electronice și electrice, de mijloace de transport etc.;
- valoarea obiectelor supuse reparațiilor sau transformărilor.

Comerțul cu ridicata – activitățile de vânzare a mărfurilor (fără ca acestea să sufere transformări esențiale față de starea în care ele au fost cumpărate) în cantități mari, către comercianți cu amănuntul, utilizatori industriali și comerciali, colectivități și utilizatori industriali și comerciali, alți comercianți cu ridicata.

Funcțiunea de cercetare-dezvoltare cuprinde ansamblul activităților prin care se studiază, se concepe, se elaborează și se realizează viitorul cadru tehnic, tehnologic și organizatoric al unității. Activitățile integrate în funcțiunea cercetare-dezvoltare într-o unitate economică sunt următoarele: cercetarea (produselor, lucrărilor, serviciilor și tehnologiilor de realizare a acestora); proiectarea produselor; pregătirea tehnologică a produselor (lucrărilor, serviciilor); organizarea conducerii, a producției și a muncii; realizarea prototipului, încercarea acestuia și îmbunătățirea produsului; proiectarea sculelor, dispozitivelor și verificatoarelor; proiectarea investițiilor; dezvoltarea capacităților de producție; documentarea; invențiile, inovațiile, raționalizările; elaborarea normelor de consum de materii prime, materiale, combustibil și energie; elaborarea normativelor și a normelor de muncă.

Această funcțiune integrează anumite activități, care pot fi grupate în:

- Activități de concepție, care vizează cercetarea și proiectarea produselor, a serviciilor, a lucrărilor noi și a tehnologiilor de realizare a acestora;
- Activități de organizare a conducerii, producției și muncii.

Dezvoltarea și modernizarea firmelor, în pas cu evoluția științei și tehnicii, dar și cu posibilitățile de finanțare, reprezintă obiectivul determinant de care depind existența și afirmarea firmei respective. Este firesc deci ca decizia pentru adoptarea de proiecte de dezvoltare și modernizare să reprezinte una dintre cele mai importante și dificile decizii manageriale. Importanța derivă din faptul că decizia vizează interesele acționarilor și salariaților firmei. Dificultatea adoptării ei este alimentată de necesitatea asigurării resurselor financiare pentru acestea.

Necesitatea intensificării acțiunii pârghiilor de intervenție a statului în dezvoltarea gândirii economice determina obligativitatea accelerării dezvoltării funcțiilor de management al întreprinderii cu ajutorul cunoștințelor

consumers, generally in small quantities and in the state in which they were purchased, and retail sales in the stores of the businesses that produce the goods.

The retail sales are conducted through specialized stores, unspecialized stores, through mail order, market vendors, kiosks and other forms of commerce.

In the retail sales value are not included:

- the direct sales to the public of agricultural products by farmers (farm market sales);
- the sales of products which are not used as consumer goods (cereals, grains, crude oil, etc.);
- sales of food and beverages for consumption on the premises;
- the value of the materials and spare parts brought by the population or operators of establishments for repairs and changes of clothing, shoes, electronics and electrical goods, transport etc.;
- the value of the objects that undergo repairs or alterations.

Wholesale – the sales activities of goods (without them suffering essential changes from the condition in which they were purchased) in large quantities, to retailers, industrial and commercial users, corporate and industrial and commercial users, other wholesale traders.

The research-development function includes all the activities that are studied, designed, are developed and achieved the future technical framework, the technological and organizational function of the unity. The integrated activities in the research-development function in an economic unit are: research (goods, works, services and technologies for achieving them); product design; the technological preparation of products (works, services); the management's organization, of production and labor; the achievement of the prototype, testing and improving the product; designing the tools, devices and checkers; investment planning; developing the production capacity; documentation; inventions, innovations, rationalization; the development of consumption standards of raw materials, materials, fuel and power; developing norms and labor standards.

This function incorporates certain activities which can be grouped into:

- Design activities aimed at research and design of products, services, new work activities and technologies designed for their realization;
- The management of organization activities, production and employment.

The development and modernization of companies, in line with the evolution in science and technology, and financing opportunities, is the main objective that causes the existence and affirmation of the respective company. It is natural, therefore, that the decision to adopt development and modernization projects to be one of the most important and difficult management decisions. The importance derives from the fact that the decision concerns the interests of shareholders and company employees. The difficulty of its adoption is driven by the need to ensure financial resources for them.

The need for the increased action of state levers of intervention in the development of economic thought

managerilor și specialiștilor în ceea ce privește managementul resurselor umane. În același timp, se impune ansamblul proceselor de producere care contribuie la realizarea obiectivelor firmei cu noi concepte, cunoștințe, tehnici, metode și standarde europene.

Funcțiunea de producție cuprinde activitățile de bază ale unității prin care se realizează mișcarea, transformarea sau prelucrarea unor resurse primare (materii prime, materiale, informații etc.) până la obținerea unui produs finit, efectuarea unei lucrări sau prestarea unui serviciu de utilitate socială, precum și activitățile auxiliare care asigură desfășurarea normală a celor de bază.

Activitățile corespunzătoare funcțiunii de producție ce se desfășoară într-o unitate economică sunt cuprinse în următoarea schemă: Input-flux de materii prime prin transformarea materiilor prime în flux de produse finite - output.

Schematizarea sistemului de producție cuprinde activitățile ce caracterizează profilul întreprinderii, grupând rațional factorii de producție, efectuarea controlului de calitate.

Realizarea acestor activități necesită fonduri financiare importante, volumul, structura și rotația lor depinzând, determinant de metodele, procedeele și soluțiile tehnice, tehnologice și organizatorice adoptate.

Transformarea materiilor prime se realizează cu participarea factorilor complementari: muncă, capital, stabilindu-se o anumită relație între cantitatea de factori utilizați și cantitatea de produse obținute.

Funcțiunea comercială cuprinde activitățile prin care sunt puse la dispoziția societății produsele, serviciile sau lucrările unității, pornindu-se de la stabilirea cerințelor calitative și cantitative pentru produsele, serviciile sau lucrările realizate în cadrul funcțiunii de producție.

Principalele activități specifice funcțiunii comerciale sunt: aprovizionarea tehnico-materială; desfacerea, inclusiv rețeaua de desfacere, magazinele de prezentare etc., crearea și menținerea legăturilor cu furnizorii și cu beneficiarii; depozitele (de materii prime, materiale, semifabricate, produse finite) și gestionarea stocurilor; transportul exterior; studiul pieței; serviciile postvânzare; reclama.

Funcțiunea financiar-contabilă integrează activitățile prin care se asigură obținerea și folosirea rațională a mijloacelor financiare necesare desfășurării activității de ansamblu a unității, înregistrarea și evidența în expresie bănească a fenomenelor economice din unitate, precum și urmărirea modului de realizare a rezultatelor economice. Pe această bază se interpretează rezultatele generale ale activităților unității. Activitățile corespunzătoare acestei funcțiuni financiar-contabile sunt: planificarea financiară; execuția financiară; controlul financiar intern; contabilitatea; analiza economică; stabilirea prețurilor.

Funcțiunea de personal cuprinde activitățile prin care se asigură resursele umane necesare realizării obiectivelor unității, utilizarea rațională a acestor resurse, dezvoltarea continuă a competenței prin ridicarea nivelului de cunoștințe tehnice-profesionale, politice și culturale ale tuturor oamenilor muncii care realizează activitățile unității, precum și rezolvarea problemelor de retribuție și sociale.

Activitățile funcțiunii de personal pot fi grupate astfel: de administrare a personalului (recrutarea, selecționarea și

requires the accelerated development of the enterprises' management functions by using the managers and experts knowledge in the management of human resources. At the same time, it requires all the production processes that contribute to the achievement of the objectives of the company with new concepts, knowledge, techniques, methods and European standards.

The production function includes basic unit activities through which the movement, transformation and processing of primary resources (raw materials, information, etc.) is achieved, until the final product is obtained, performing a work or providing a social service, such as ancillary activities that ensure the normal development of the base ones.

The activities corresponding to the production function that takes place in an economic unit are summarized in the following diagram: the Input-flow of raw materials by transforming them into finished goods - output.

The schematic of the production system comprises the activities that characterize the company profile, grouping the rational input factors, performing quality control.

Achieving these activities requires significant financial funds, volume, structure and their rotation depending, mainly on the adopted methods, processes and technical solutions, technological and organizational.

Transforming raw materials is achieved with the participation of complementary factors: labor, capital, up to a certain relationship between the amount of factors used and the amount of obtained products.

The commercial function includes the activities through which the company's products, services or work unit are made available, starting from setting quantitative and qualitative requirements for products, services or works made in the production operation.

The main activities specific to trade operations are: technical and material supply; termination, including the network of outlets, showrooms, etc., creating and maintaining links with providers and beneficiaries; deposits (of raw materials, semi-finished products) and stock management; external transport, market research; after-sales services; advertisement.

The financial-accounting function integrates the activities which ensure the rational use of funds necessary to conduct the general activity of the unit, recording and accounting in monetary means the economic phenomena from the unit, as well as follow the way economic results are achieved. On this basis are interpreted the general results of the unit's activities. The appropriate activities of the financial-accounting function are: financial planning; financial execution; internal financial control; accounting; economic analysis; pricing.

The staffing function includes activities that provide the necessary human resources to achieve the objectives of the unit, rational use of these resources, the continued development of competence by raising the technical and professional knowledge, political and cultural rights of all working people performing the unit's activities and to solve remuneration and social problems.

The activities of the staff functions can be grouped as follows: personnel management (recruitment, selection and

încadrarea personalului; evidența personalului; aprecierea și promovarea personalului; retribuirea); de prestare de către unitate a unor servicii către personalul său (pregătirea și perfecționarea personalului; igiena și protecția muncii; socială; activități speciale; administrativă; secretariat; protocol).

Comercializarea are scopul de a suscita interesul consumatorului și de a stimula nevoile lui, astfel încât să se producă ceea ce se poate vinde, în loc de a se încerca să se vândă ceea ce se produce. Aceasta este o funcție esențială a tuturor proceselor de producție care înglobează activități legate de îndrumarea mărfurilor de la producător la consumator, în ea fiind înglobate toate intervențiile necesare (livrarea în momentul ales), utilizarea spațiilor (livrarea în locul ales) și exigențele proprietarului mărfurilor produse. Dacă vrea să asigure o piață rentabilă pentru aceste produse, fabricantul trebuie să producă bunuri de calitate și la prețuri competitive. Când un produs a fost fabricat pe baza unei estimări a cererii de consum, el trebuie să ajungă repede la eventualii consumatori.

employment of personnel, personnel records, appreciation and promotion of staff, remuneration); provision of services by the unit to its staff (training and development of staff, health and safety, social, special activities, administrative, secretarial, protocol).

The marketing aims to spark interest and boost the consumer's needs, as to produce what you can sell instead of trying to sell what you produce. This is an essential function of all the production processes which includes activities related to the direction of goods from the producer to the consumer, it is embedded with all necessary interventions (delivery timing), use of premises (delivery in the chosen place) and the owner demands of the produced goods. If the manufacturer wants to ensure a profitable market for these products, he must produce quality goods at competitive prices. When a product has been made based on an estimate of the consumer's demand, it must quickly reach the potential consumers.

Tabelul 1/Tabel 1

**Indicatorii economici ai activității societăților comerciale din Județul Maramureș, pe clase de mărime în 2012/
The economic indicators of trading companies activities from Maramures county, grouped by size class in 2012**

Nr. crt.	Clasa de mărime după numărul de salariați/ Class size by number of employees	Media pe o societate comercială/The average of a trading company			Cifra de afaceri la un salariat, lei/ Turnover per employee, lei	Profit brut la un salariat, lei/ Gross profit per employee, lei	Numărul de societăți comerciale/ The number of trading companies
		Numărul de salariați/The number of employees	Cifra de afaceri, lei/Turnover, lei	Profit brut, lei/Gross profit, lei			
1	Micro-întreprinderi (sub 9 salariați)/ Micro-enterprises (less than 9 employees)	1,7	237,16	17,22	139,25	10,11	10669
2	Întreprinderi mici (între 10 și 49)/ Small enterprises (10 to 49)	18,8	2784,4	111,16	148,0	5,9	1120
3	Întreprinderi mijlocii (între 50 și 249)/ Medium enterprises (between 50 and 249)	98,4	17140,7	830,8	174,1	8,4	141
	Total micro și întreprinderi mici și mijlocii/ The total of micro, small and medium enterprises	4,45	676,0	35,65	151,8	8,0	11930

Sursa/Source: Calculat și modelat de autori în baza datelor Institutului Național de Statistică/Calculated and modeled by the authors based on data provided by the National Institute of Statistics.

De menționat, că prin analiza detaliată a indicatorilor economici ai activității economice a societăților comerciale, grupate pe clasa de mărime în anul 2012 (Tabelul 1) se evidențiază tendințele următoare:

- Microîntreprinderile constituie 10669 de unități cu o pondere de 89,4% din total, unde media pe o societate a numărului de salariați este de 1,7 persoane cu cifra de afaceri fixată la o întreprindere de 237,16 lei, la un salariat de 139,25 lei, ceea ce este mai mică decât media pe total;

- Întreprinderile mici – 1120 de unități care reprezintă media de 18,8 persoane angajate la o societate. Indicatorii economici sunt mai mari în comparație cu microîntreprinderile, dar sub media totalului, totodată aceste două clase de

To be mentioned that through the detailed analysis of the economic indicators of the economic activity of trading companies, grouped by size class in 2012 (Table 1) are highlighted the following trends:

- Microenterprises represent 10,669 units, accounting for 89.4% of the total, a society where the average number of employees is 1,7 persons with the fixed firm turnover of 237,16 lei, of an employee – 139,25 lei, which is less than the total average;

- Small enterprises – 1120 units representing an average of 18,8 persons employed in a company. The economic indicators are higher in comparison to micro enterprises, but less than the total average, while the two

întreprinderi micro și mici dispun de 98,8% a numărului de salariați și ocupă un volum de venituri după cifra de afaceri de 70%;

- Întreprinderile mijlocii reprezintă 141 de unități care comercializează produse la un venit după cifra de afaceri de 30%. Indicatorii economici în medie la o societate sunt majorați în comparație cu media totalului pe întreprinderile micro-, mici și mijlocii.

Distribuția comercială dispune de diversificarea, producției care este un proces obiectiv, dinamic, permanent și complex de creare și dezvoltare de noi produse, de modernizare a celor existente bazate pe economia cunoașterii și abordării sistemice în activitatea societăților comerciale din județul Maramureș.

De menționat, că cercetările științifice s-au aprofundat pe 6 societăți comerciale unde este prezentată (Tabelul 2, 3) analiza profitului realizat și cheltuielilor efectuate în activitatea economică a societăților comerciale, pentru dinamica anilor 2009-2013.

classes of micro and small enterprises have 98.8% of the total number of employees and occupy a volume of income turnover of 70%;

- Medium-sized enterprises represent 141 units that sell products with a turnover of 30%. The average economic indicators of a society are higher compared with the total average of micro, small and medium enterprises.

The commercial distribution features the diversification of the production which is an objective, dynamic, constant process and a complex of creating and developing new products, of upgrading the existing ones based on the knowledge of economy and the systemic approach in the activity of business companies in the county of Maramures.

To be mentioned that the scientific research has focused on the 6 companies where are presented (Table 2, 3) the analysis of profit made and expenses incurred in the economic activity of the companies, during the dynamics of the years 2009-2013.

Tabelul 2/Tabel 2

**Analiza profitului realizat în perioada 2009-2013 a societăților comerciale din județul Maramureș (lei)/
The analysis of the profit realized in 2009-2013 by trading companies in the county of Maramures (lei)**

Nr	Denumirea societăților comerciale Trading company name	2009	2010	2011	2012	2013
1	Federalcoop Baia Mare	142318	142045	100678	52932	29443
2	Coop. Oraș Baia Mare	26169	34600	55459	62021	43473
3	Coop. de Consum Tg. Lăpuș	25146	42995	23861	24305	13031
4	Coop de Consum Sighet	41119	36192	46303	76954	34224
5	SC Comexmar SRL	118850	87012	111985	93260	119995
6	SC Gaj Comimpex SRL	561577	464525	326922	334303	187552
	Total	915179	807369	665208	643775	427718

Sursa/ Source: Calculat de autori în baza datelor societăților comercial/Calculated by the authors based on trading companies data.

Din tabelul 2 se observă că activitatea economică a profitului realizat a societăților comerciale este în general în descreștere datorită următorilor factori:

- criza economică mondială s-a răspândit și în județul Maramureș afectând an de an unitățile economice, fiind nevoite să reducă personalul, crescând numărul șomerilor, reducând astfel puterea de cumpărare, a populației;

- județul Maramureș este un mare bazin miner, iar unitățile de producție și extracție a minereului au fost închise, iar personalul din aceste unități a fost disponibilizat, afectând în mare măsură puterea de cumpărare a populației.

Dacă comparăm totalurile pe fiecare an de studiu se poate concluziona, că realizarea producției globale pe venit, acoperă planurile prevăzute ceea ce se confirmă pe fiecare din societățile comerciale analizate cu mici variații de scădere s-au chiar și supraplan. Totodată se evidențiază cel mai mare volum de venituri realizat la SC GAJ SRL, înjur de 42%, pe locul II se plasează Federalcoop Baia Mare cu 25%, iar pe III SC Comexmar SRL 22%. Toate aceste trei societăți formează volumul principal al producției globale pe venituri din societățile comerciale ale județului Maramureș.

În contextul celor menționate considerăm că întreprinderile cercetate ar trebui să dea o mai mare atenție achiziționării de materiale elaborate pentru industria alimentară de diferite instituții specializate. Prin urmare, aceasta se referă la funcțiile

Table 2 shows that the economic activity of the profit achieved by trading companies is generally decreasing due to the following factors:

- the global economic crisis has spread to Maramures county each year affecting economic units, being forced to reduce staff, increasing unemployment, reducing the purchasing power of the population;

- Maramures county is a huge pool miner and the production units and extraction of ore were closed, and the staff of these units was dismissed, largely affecting the purchasing power of the population.

If we compare the totals for each year of study it can be concluded that the achievement of global income covers the confirmed plans, which also confirms on each of the analyzed companies, with slight decreasing variations or even over-planned. At the same time, it is highlighted the largest amount of revenue realized by SC GAJ LLC, about 42%, the second placed is Federalcoop Baia Mare with 25%, and the third place - SC Comexmar LLC with 22%. All these three companies form the main global production volume based on income of the trading companies in Maramures county.

In this context we believe that the surveyed companies should give more attention to the purchase of materials for the food industry for various specialized institutions.

planificării și organizării personalului.

Comercializarea este un proces obiectiv pentru că este o necesitate în dezvoltarea societăților comerciale, mai ales în condițiile competitive ale economiei de piață, considerând un proces dinamic pentru că include și calitatea produselor care contribuie la mărirea veniturilor tinzând spre valori superioare.

Analiza tabelului 3 cu cheltuieli demonstrează mărirea cheltuielilor realizate în procesul de comercializare a bunurilor în dinamică pe perioada anilor 2009-2013. Totodată se observă o scădere a cheltuielilor efectuate la societatea Federalcoop Baia Mare și SC GAJ SRL în anul 2013, comparativ cu 2009, totalul pe societăți are aceeași tendință de scădere a cheltuielilor.

Therefore, this refers to planning and organizing staff functions.

Marketing is an objective process because it is a necessity in the development of trading companies, especially in the competitive market economy, considering a dynamic process that includes the quality of products that contribute to increasing incomes and tending to higher values.

The analysis of Table 3 (expenses) shows the size of the expenses incurred in the marketing of goods process in the dynamic period of 2009-2013. At the same time it is noticed a decrease in expenditures performed by Federalcoop Baia Mare and SC GAJ LLC in 2013, compared to 2009, all the companies have the same downward trend in expenses.

Tabelul 3/Tabel 3

Situația cheltuielilor realizate a societăților comerciale din județul Maramureș, perioada 2009-2013 (lei)
The situation of expenditures performed by trading companies in the county of Maramures, in 2009-2013 (lei)

Nr. crt.	Denumirea unității Unit name	2009	2010	2011	2012	2013
1	Federalcoop Baia Mare	20211852	20163973	19221298	18993740	18680763
2	Coop. Orar Baia Mare	945126	670000	586790	591640	664439
3	Coop. de Consum Tg. Lăpuș	7872807	7620761	7055403	7321531	6346475
4	Coop de Consum Sighet	411509	457270	457710	537017	581510
5	SC Comexmar SRL	18076831	16196500	20139168	18646644	16115725
6	SC Gaj Comimpex SRL	26721711	22988741	28360866	29640203	29367864
	Total	74239836	68097245	75821235	75730775	71756776
	Rata rentabilității = (profitul : _cheltuieli) x 100/ Rate of return = (profit:expenses) x 100	1,23	1,18	0,87	0,85	0,59

Sursa/ Source: Calculat de autor în baza datelor societăților comerciale./Calculated by the authors based on trading companies data.

Astfel, obținerea profitului realizat și rata rentabilității a societăților comerciale din județul Maramureș în perioada anilor 2009-2013, Tabelul 2, 3, este nu numai un prilej de clasificare competițională, dar și unul de analiză economică, punând la dispoziția mediului de afaceri în comerțul interior și exterior, date concludente, transparente din care se pot trage concluzii și măsuri ferme pe termen mediu și lung, dar și pentru asigurarea unei creșteri economice dezvoltate și durabile.

Remarcăm și subliniem că dinamica profilului în toate societățile comerciale are o tendință de scădere din an în an, începând cu anul 2009 și treptat până în anul 2013. Aceasta s-a întâmplat datorită următorilor factori: creșterea prețurilor la energie.

Comerțul complex este condiționat de o serie de factori care se intercorelează, implicând modernizări ale capacităților de producție, pregătirea multilaterală a personalului.

Prin analiza efectuată se evidențiază societățile SC Comexmar SRL și SC GAJ SRL, care sunt societăți comerciale cu ridicata unde desfacerea se realizează în părți de mărfuri mare din depozite, uneori chiar cu vagonul, către societățile comerciale care desfac marfa prin vânzare cu amănuntul. Astfel realizează o productivitate mare pe numărul de salariați, iar restul societăților comerciale din total desfac marfă prin forma de comerț-vânzare cu amănuntul, la bucată către persoane fizice. Prin urmare volumul de marfă vândut

Thus, obtaining any realized profit and the rate of return of trading companies in Maramures County in the period 2009-2013 (Table 2, 3) is not only an opportunity for a competitive classification but also one of economic analysis, providing to the business environment in domestic and foreign trade with conclusive and transparent data, from which you can draw conclusions and resolute action in the medium and long term, and also ensure sustainable economic growth.

We note and emphasize that the dynamic profile of all trading companies has a tendency to decrease every year since 2009 and gradually until 2013. This has happened due to the following factors: higher energy prices.

The complex trade is subject to a number of factors that collaborate, involving the modernization of the production capacities, the multilateral training staff.

The analysis carried out highlights SC Comexmar LLC and SC GAJ LLC, which are wholesale companies where the sale takes place in large parts of goods in storage, sometimes by car, by trading companies that sell goods by retail. Such high productivity is achieved by the number of employees, and the remaining companies of the total unfold the goods in the form of retail trade, by individuals. Therefore the volume of goods sold is much lower.

Also in this period, due to increased inflation the prices have raised, which has reflected positively on revenues

este mult mai mic.

Totodată, în această perioadă, datorită inflației au crescut prețurile, ceea ce s-a răsfrânt pozitiv asupra veniturilor care au majorat productivitatea unui salariat.

Rezultatele calcului productivității muncii a salariaților din societățile comerciale ne demonstrează că cel mai înalt indicator s-a obținut în SC Comexmar SRL, care în anul 2013 a constituit 523 733 lei ceea ce este cu 25% mai mult în comparație cu 2009. Totodată, SC GAJ SRL a obținut un rezultat de 454 683 lei la un salariat în anul 2013, comparativ cu 2009 s-a mărit cu 1,9%. De menționat, că numărul de salariați în aceste societăți are o tendință de micșorare în anul 2013 comparativ cu anul 2009.

În relațiile economice de piață o atenție curentă se acordă în societatea comercială Federalcoop Baia Mare personalului de execuție cu o înaltă pregătire profesională, unde sunt programate ciclul de perfecționare a personalului în perioada 2009-2013 unde se evidențiază lucrătorii comerciali și vânzătorii. Conducerea societății pune pe prim plan factorul uman, inteligența pusă în valoare și concretizată în activitatea funcțională și executivă.

Concluzii. În procesul integrării europene are loc orientarea prioritară spre problema funcțiilor unităților comerciale, având la bază abordarea sistemică a economiei bazate pe cunoaștere.

Adaptarea funcțiilor de management a societăților comerciale la relațiile de piață se înfăptuiește după funcția: cercetare-dezvoltare, comercială de marketing, producție, financiar-contabilă, și de personal. În acest context, serviciile de piață prestate în principal pentru populație și pentru întreprinderi cuprind veniturile realizate atât de întreprinderile care au activitate principală de comerț, cât și de societățile cu alte activități, care obțin venituri din servicii suplimentare.

Cercetarea efectuată are la bază nevoia de conștientizare a esenței funcțiilor în activitatea organizațiilor comerciale din județul Maramureș, unde se evidențiază activitatea întreprinderilor micro-, mici și mijlocii, ponderea cărora este mare în cifra de afaceri și profitul realizat.

De menționat, că în urma cercetărilor științifice a celor șase societăți comerciale s-au evidențiat tendințe pozitive în obținerea profitului și ratei rentabilității economice.

that increased the productivity of an employee.

The calculation results of the employees labor productivity in trading companies shows that the highest indicator was obtained by SC Comexmar LLC, which in 2013 amounted to 523,733 lei, which also is 25% more compared to 2009. Also, SC GAJ LLC has achieved a result of 454,683 lei per employee in 2013, increasing by 1.9% compared to 2009. To be mentioned that the number of employees in these trading companies tends to decrease in 2013 compared with 2009.

A prevailing attention in the market economic relations is given to the executive staff with high professional skills in the company Federalcoop Baia Mare, where was scheduled a staff development cycle in 2009-2013 which highlights the trade workers and vendors. The company management puts the spotlight on the human factor, the intelligence embodied in business and the executive and operational function.

Conclusions. In the European integration process the functions problem of business units is a priority, based on the systemic approach of the economy based on knowledge.

Adapting the management functions of trading companies to market relations is accomplished by the function: research-development, trade-marketing, production, finance-accounting and personnel. In this context, the market services provided primarily for the public and enterprises includes income achieved by the the main activity of commerce, as well as companies with other activities, that obtain income from additional services.

The performed research is based on the need for awareness of the essence of functions in the activity of commercial organizations in the county of Maramures, which highlights the work of micro, small and medium enterprises, the share of which is high in turnover and profits.

To be mentioned that following the scientific research of the six trading companies were highlighted positive trends in obtaining profit and the economic rate of return.

Referințe bibliografice / References

1. Constituția României, Monitorul Oficial. nr. 757 din 31 decembrie 2003
2. Anuarul statistic al județului Maramureș [accesat 18 iulie 2014]. Disponibil: <http://www.maramures.insse.ro/main.php>
3. VERBONCU, Ion, POPA, Ion. *Diagnosticarea firmei: teorie și aplicație*. București: Editura Tehnica, 2001. 279 p. ISBN 973-31-2002-2.
4. SÂRBU, I., GEORGESCU, N. *Managementul întreprinderii*. Sibiu: Editura Alma-Mater, 2003. 176 p. ISBN 973-632-056-1.

Recomandat spre publicare: 01.07.2014