

## ANALIZA RENTABILITĂȚII VENITURILOR DIN VÂNZĂRI ALE ÎNTREPRINDERII PRIN PRISMA APORTULUI PROPRIU AL COLECTIVULUI DE MUNCĂ

*Conf. univ. dr. Vladimir BALANUȚĂ*

*In this article the are examined the methods of sales profitability analysis through the own effort of labor force. The authors elaborated and proposed methods that permit to estimate the financial results obtained from operating activity in a justified mode.*

În contextul relațiilor economiei de piață, mărimea absolută a rezultatului financiar al întreprinderilor de producție este determinat din veniturile provenite din diferite activități: operațională, de investiții și financiară. Ponderea principală revine rezultatului din activitatea operațională și în primul rând din vânzarea produselor fabricate, executarea lucrărilor și prestarea serviciilor. Însă valoarea absolută a acestui rezultat nu totdeauna dă posibilitatea în mod obiectiv să apreciem eficacitatea activității operaționale fără a apela la indicatorii rentabilității și, în primul rând, rentabilității veniturilor din vânzări.

**Rentabilitatea veniturilor din vânzări** din punct de vedere a conținutului economic reflectă eficacitatea activității de desfacere a întreprinderilor de producție și se calculează prin următoarea relație:

$$R_{vv} = \frac{Pb}{VV} \times 100,$$

unde:  $R_{vv}$  – rentabilitatea veniturilor din vânzări

$Pb$  – profitul brut

$VV$  – veniturile din vânzări.

Asupra modificării acestui indicator în dinamică influențează un sistem larg de factori. Însă în cele mai dese cazuri apelăm la următorii trei factori:

- 1) modificarea structurii și sortimentului produselor vândute (lucrărilor executate și serviciilor prestate);
- 2) modificarea costului vânzărilor;
- 3) modificarea prețului la produsele vândute (lucrările executate și serviciile prestate).

Preventiv toată informația necesară pentru analiza factorială se acumulează în următorul tabel analitic.

**Tabelul 1**

### Date inițiale pentru analiza factorială a rentabilității veniturilor din vânzări în dinamică

Indicatorii	Semne convenționale	Anul precedent	Anul de gestiune	
			Recalculat	Efectiv
A	B	1	2	3
1. Veniturile din vânzări, mii lei	VV	30143,6	1337,3	32850,0
2. Costul vânzărilor, mii lei	CV	24676,7	24883,8	25869,4
3. Profitul brut, mii lei	Pb	5466,9	6453,5	6980,6
4. Rentabilitatea veniturilor din vânzări, % (rd.3 : rd.1) x 100	$R_{vv}$	18,14	20,59	21,25

**Notă:** Datele din col.1 și 3 sunt selectate din Raportul de profit și pierderi al întreprinderii de producție (Forma nr.2). Cât privește informația recalculată pentru col.2, apoi ea se determină luând la bază următoarele proceduri de calcul:

1. Se calculează ritmul de creștere a veniturilor din vânzări:

$$I_{vv} = \frac{VV_1}{VV_0} \times 100 = \frac{32850,0}{30143,6} \times 100 = \mathbf{108,98\%};$$

2. Se calculează ritmul de creștere a costului vânzărilor:

$$I_{cv} = \frac{CV_1}{CV_0} \times 100 = \frac{25869,4}{24676,7} \times 100 = \mathbf{104,83\%};$$

3. Se calculează coeficientul de recalculare a veniturilor din vânzări:

$$K_{rec\ vv} = \frac{I_{vv}}{I_{cv}} \times 100 = \frac{108,98}{104,83} = \mathbf{1,0396} \text{ puncte};$$

4. Se calculează valoarea veniturilor din vânzări recalculat:

$$VV_{rec} = 30143,6 \times 1,0398 = \mathbf{31337,3} \text{ mii lei};$$

5. Se calculează coeficientul de recalculare a costului vânzărilor:

$$K_{rec\ cv} = \frac{I_{cv}}{I_{vv}} \times 100 = \frac{104,83}{108,98} = \mathbf{0,9619} \text{ puncte};$$

6. Se calculează valoarea costului vânzărilor recalculat:

$$CV_{rec} = 25869,4 \times 0,9619 = \mathbf{24883,8} \text{ mii lei};$$

7. Se calculează profitul brut recalculat:

$$Pb_{rec} = VV_{rec} - CV_{rec} = 31337,3 - 24883,8 = \mathbf{6453,5} \text{ mii lei}.$$

Concomitent, până a trece la analiza factorială a rentabilității veniturilor din vânzări, este necesar a determina încă doi indicatori relativi:

- Rentabilitatea veniturilor din vânzări recalculat I după următoarea formulă:

$$Rv_{recI} = \frac{VV_{rec} - CV_{rec}}{VV_{rec}} \times 100 = \frac{31337,3 - 24883,8}{31337,3} \times 100 = \mathbf{20,59\%}$$

- Rentabilitatea veniturilor din vânzări recalculat II:

$$Rv_{recII} = \frac{VV_{rec} - CV_{ef}}{VV_{rec}} \times 100 = \frac{31337,3 - 25869,4}{31337,3} \times 100 = \mathbf{17,45\%}$$

Din tabel rezultă că la întreprinderea analizată rentabilitatea veniturilor din vânzări s-a majorat comparativ cu anul precedent de la 18,14 la 21,25 procente sau cu 3, 11 p/p (21,25 - 18,14).

Și totuși pentru o apreciere mai obiectivă trecem la analiza factorială. Astfel, influența factorului I (modificarea structurii și sortimentului produselor vândute, lucrărilor executate și serviciilor prestate), se determină ca diferența dintre rentabilitatea veniturilor din vânzări recalculat I și rentabilitatea veniturilor din vânzări din anul precedent. În exemplul nostru,

$$\Delta Rv_v(f_1) = 20,59 - 18,14 = + 2,45 \text{ p/p}.$$

Influența factorului II asupra modificării indicatorului rezultativ se determină ca diferența dintre rentabilitatea veniturilor din vânzări recalculat II și rentabilitatea veniturilor din vânzări recalculat I. În exemplul nostru,

$$\Delta Rv(f_2) = 17,45 - 20,59 = - 3,14 \text{ p/p}.$$

Influența factorului III (modificarea prețurilor la produsele vândute, lucrările executate și serviciile prestate) se determină ca diferența dintre rentabilitatea veniturilor din vânzări din anul de gestiune și rentabilitatea veniturilor din vânzări recalculat II. În exemplul nostru:

$$\Delta Rv (f_3) = 21,25 - 17,45 = + 3,80 \text{ p/p.}$$

$$\text{BIF} : 2,45 + (- 3,14) + 3,80 = + 3,11 \text{ p/p.}$$

Deci rezultatele analizei factoriale dau posibilitate să conchidem că din cei 3 factori care au contribuit la modificarea indicatorului rezultativ, numai factorii 1 și 3 au influențat pozitiv asupra sporirii rentabilității veniturilor din vânzări, respectiv cu 2,45 și 3,80 puncte procentuale. Concomitent, sub influența negativă a factorului II (modificarea costului vânzărilor) indicatorul rezultativ s-a redus cu 3,14 puncte procentuale.

Și totuși pentru o apreciere mai obiectivă, introducem următoarele rectificări. Astfel majorarea rentabilității veniturilor din vânzări sub influența pozitivă a factorului 3 (modificarea prețului la produsele vândute, lucrările executate și serviciile prestate) poate fi neglijată, deoarece nu depinde de întreprindere, ci de piața de desfacere.

În acest context sub efortul propriu al colectivului de muncă, rentabilitatea veniturilor din vânzări în anul de gestiune comparativ cu anul precedent nu numai că nu s-a majorat, ci dimpotrivă s-a redus cu 0,69 p/p (3,11-3,80).

Concomitent, rezerva internă de majorare a rentabilității veniturilor din vânzări pe viitor va constitui 3,14 p/p cu condiția că costul vânzărilor va fi respectat la nivelul anului precedent.

În concluzie, considerăm că metoda de analiză elaborată și propusă spre aplicare dă posibilitatea unităților de producție pe teren să aprecieze cu suficientă exactitate aportul propriu al colectivului de muncă la obținerea rezultatelor financiare din activitatea operațională în baza examinării rentabilității veniturilor din vânzări.

#### Bibliografie:

1. V. Balanuță, *Diagnosticul și estimarea rentabilității vânzărilor întreprinderii în condițiile asigurării unei activități durabile*, Chișinău, ASEM, Conferința internațională cu genericul „Racordarea sistemului financiar la exigențele integrării europene”, Chișinău 2004.
2. V. Balanuță, *Problema perfecționării mecanismului de evaluare a activității întreprinderii în condițiile actuale de dezvoltare*, Conferința științifică internațională din ASEM, Chișinău, 2006.
3. N. Muntean, V. Balanuță, *Analiza rentabilității financiare a întreprinderii în baza efectului de levier*, Chișinău, Editura ASEM, revista „Economica”, nr.3, 2008.

## CONSIDERAȚIUNI PRIVIND DEFINIREA OBIECTULUI CONTABILITĂȚII

*Prof. univ. dr. hab. Viorel ȚURCANU*

*Until now there is no common view concerning the definition of the accounting object. This work is examining various concepts related to this subject and its author proposes his own designation of the accounting object: the patrimony status of the entity and its economic facts during a certain time period.*

Prin definirea obiectului unei științe se precizează domeniul potențial asupra căruia poate să se întindă cunoașterea ei specifică.

Obiectul propriu unei științe este o categorie de fapte, fenomene, de care ea se ocupă și pe care le interpretează prin anumite metode, stabilind raporturi între ele și cauzele care le-au produs, într-un cadru de categorii specifice.