

CZU: 651.1:338.515:663.2(478)

**ANALIZA REALIZĂRII OBIECTIVULUI DE MAXIMIZARE A
PROFITULUI LA ÎNTREPRINDERE (studiu de caz în baza: „Vinăria Purcari” S.R.L.,
„Podgoria Vin” S.R.L., IM „Vinia Traian” S.A. și „Imperial Vin” S.A.)**

Irina ȘCHIOPU

Universitatea de Stat „B.P. Hașdeu” din Cahul

În condițiile economiei de piață problemele ce țin de determinarea rezultatelor financiare realizate de agenții economici și de analiza acestora se consideră a fi actuale, deoarece fiecare unitate economică tinde spre obținerea și maximizarea profitului, nu însă spre activarea în pierderi. Astfel, anume acest obiectiv devine cea „forță motrice” a managementului financiar al fiecărei întreprinderi pentru a o conduce spre obținerea rezultatelor dorite.

Cuvinte-cheie: maximizarea profitului, rentabilitate, management financiar, industrie vinicolă.

**ANALYSING THE ACHIEVEMENT OF THE PROFIT MAXIMIZATION OBJECTIVE AT THE
ENTERPRISE (Study case: “Vinăria Purcari” L.L.C., “Podgoria Vin” L.L.C., “Vinia Traian” J.S.C
and “Imperial Vin” J.S.C.)**

Under the conditions of the market economy, the problems related to the determination of the financial results by the economic agents and their analysis are considered to be topical since each economic entity tends to obtain and to maximize the profit rather than to activate in losses. Thus, this objective becomes the "driving force" of the financial management of each enterprise that helps it to achieve the desired results.

Keywords: profit maximization, profitability, financial management, wine industry.

Introducere

Creșterea gradului de complexitate a activității economice a întreprinderilor, în contextul mecanismelor pieței, are implicații profunde în procesul de conducere, prin studierea atentă a realității în baza unei analize științifice, cu scopul de a facilita adoptarea deciziilor corespunzătoare spre obținerea unor rezultate mai bune. Astfel, unul dintre principalele obiective ale oricărei întreprinderi într-o economie de piață concurențială este generarea profiturilor. Doar obținerea unui profit suficient permite întreprinderilor asigurarea menținerii potențialului tehnic și economic, asigurarea unei extinderi raționale a producției ținându-se cont de evoluția pieței și de tendințele ei conjuncturale. Capacitatea concurențială a antreprenorului, reacția acestuia sub impactul mecanismelor pieței, eficiența factorilor de producție se exprimă prin intermediul profitului. D.Roux, citat de P.Șerban, menționează că „oricare ar fi structura pieței, obiectivul principal al oricărei întreprinderi este de a-și maximiza profitul” [1, p.41]. Deci, maximizarea profitului reprezintă premisa realizării obiectivului strategic, de perspectivă, al oricărei întreprinderi, care constă în creșterea valorii patrimoniale, creșterea capacității concurențiale, revenindu-i și rolul de stabilizator al întregii economii naționale, asigurând stabilitatea socială și chiar politică din țară.

În condițiile economiei de piață problemele ce țin de determinarea rezultatelor financiare realizate de agenții economici și de analiza acestora se consideră a fi actuale, deoarece fiecare unitate economică tinde spre obținerea și maximizarea profitului, nu însă spre activarea în pierderi.

Rezultatul financiar al activității întreprinderii se caracterizează prin suma profitului (pierderilor) și a nivelului rentabilității obținute [2].

Reprezentând mobilul activității antreprenorilor, profitul este considerat primul indicator ce caracterizează activitatea acesteia. Din această cauză, identificarea posibilităților de creștere a profitului, supravegherea formării și analiza lui a reprezentat întotdeauna o preocupare permanentă a managementului financiar.

Așadar, *profitul* reprezintă un indicator de bază al aprecierii eficienței economice, permite identificarea disponibilităților și posibilităților de dezvoltare ale întreprinderii.

Pentru a caracteriza care este starea internă a întreprinderii, orientată spre obținerea rezultatelor financiare pozitive sau negative, se recurge la diagnosticul financiar. Deci, diagnosticul financiar apreciază rezultatele, performanțele întreprinderii dintr-o dublă perspectivă: pe de o parte, întreprinderea consumă resurse materiale,

financiare și umane a căror utilizare implică un cost. Este, deci, necesar de a verifica dacă aceste resurse sunt utilizate într-un mod destul de eficient pentru a compensa și justifica costurile pe care le ocazionaază; pe de altă parte, rezultatele obținute trebuie să asigure dezvoltarea întreprinderii. Diagnosticul financiar trebuie, deci, să determine aptitudinea managementului întreprinderii de a obține surplusuri monetare care să garanteze echilibrul său financiar și dezvoltarea sa.

În contextul ideii date vom recurge la analiza relativă a întreprinderilor vinicole din regiunea de dezvoltare sud: două Societăți cu Răspundere Limitată: „Vinăria Purcari” și „Podgoria Vin” și două Societăți pe Acțiuni: „Imperial Vin” și „Vinia Traian”.

Astfel, la prima etapă de analiză a rezultatelor financiare vom recurge la analiza în dinamică a profitului (pierderii) perioadei de gestiune până la impozitare la întreprinderile sus-enumerate pentru a determina dacă activitatea desfășurată generează profit.

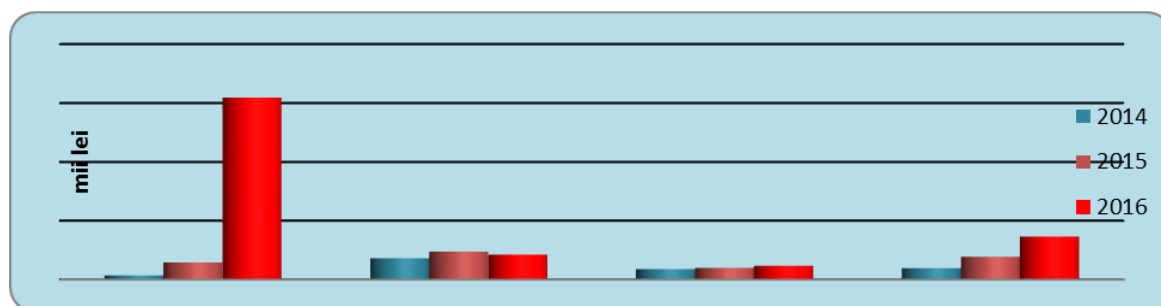


Fig.1. Analiza rezultatelor financiare ale „Vinăriei Purcari” S.R.L., „Podgoria Vin” S.R.L., S.A. „Imperial Vin”, IM „Vinia Traian” S.A.

Sursa: elaborată de autor în baza rapoartelor/situațiilor de profit și pierderi ale „Vinăria Purcari” S.R.L., „Podgoria Vin” S.R.L., „Imperial Vin” S.A., IM „Vinia Traian” S.A. pe perioada anilor 2014-2016.

Analizând relativ Societățile pe Acțiuni și Societățile cu Răspundere Limitată prezentate în figura de mai sus, putem menționa că în perioada anilor 2014-2016 la Societățile pe Acțiuni analizate se înregistrează o tendință stabilă de obținere a profiturilor, pierderi nu sunt înregistrate, în timp ce la Societățile cu Răspundere Limitată situația este cuprinsă de creșteri și descreșteri; de la o perioadă de gestiune la altă perioadă de gestiune rezultatele au o dinamică diferită.

Însă, analiza acestui indicator pentru aprecierea situației reale este insuficientă, de aceea în continuare vom recurge la analiza venitului din vânzări, care ne va ajuta să determinăm poziția întreprinderilor pe piața de desfacere atât a regiunii de proveniență (adică, regiunea de dezvoltare sud), cât și în total pe țară. Formarea unui rezultat financiar, fie pozitiv, fie negativ, implică o comparare între cheltuielile reale efectuate în cursul unei perioade de gestiune și veniturile reale produse de activitatea sa în aceeași perioadă de gestiune. Prin urmare, veniturile se analizează ca o creare a bogăției, în timp ce cheltuielile apar ca o consumare de bogăție reală. În consecință, rezultatul financiar obținut permite evaluarea sporirii sau diminuării bogăției; deci, exprimă câștigul sau pierderea produsă de activitatea întreprinderii. Astfel, venitul este sursa directă de formare a rezultatului financiar la întreprindere.

Tabelul 1

Analiza în dinamică a venitului din vânzări al „Vinăria Purcari” S.R.L., „Podgoria Vin” S.R.L., „Imperial Vin” S.A., IM „Vinia Traian” S.A.

Indicatori		S.R.L. „Vinăria Purcari”	S.R.L. „Podgoria Vin”	IM „Vinia Traian,, S.A.	S.A. „Imperial Vin”
2012	VV, mil. lei	49,5	17,8	49,4	72,7
	Cota-parte a VV pe Regiunea Sud,%	10,94	3,93	10,92	16,07
	Cota-parte a VV pe țară,%	1,85	0,67	1,84	2,72
2013	VV, mil. lei	50,4	43,1	57,1	82,3
	Cota-parte a VV pe Regiunea Sud,%	7,21	6,17	8,17	11,77
	Cota-parte a VV pe țară,%	1,71	1,46	1,93	2,79

2014	VV, mil. lei	63,8	27,8	46,2	42,5
	Cota-parte a VV pe Regiunea Sud,%	9,43	4,11	6,83	6,28
	Cota-parte a VV pe țară,%	2,65	1,15	1,92	1,77
2015	VV, mil. lei	106,3	40,4	45,6	82,9
	Cota-parte a VV pe Regiunea Sud,%	12,08	4,60	5,18	9,42
	Cota-parte a VV pe țară,%	3,60	1,36	1,54	2,80
2016	VV, mil. lei	185,9	59,0	47,4	90,8
	Cota-parte a VV pe Regiunea Sud,%	18,28	5,80	4,66	8,93
	Cota-parte a VV pe țară,%	5,72	1,81	1,46	2,79

Sursa: elaborat de autor în baza rapoartelor/situațiilor de profit și pierderi la „Vinăria Purcari” S.R.L., „Podgoria Vin” S.R.L., „Imperial Vin” S.A., IM „Vinia Traian” S.A. pe perioada anilor 2014-2016 și datelor BNS din Republica Moldova, www.statistica.md.

Informația din Tabelul 1 relevă dinamica venitului din vânzări pe perioada anilor 2012-2016 la întreprinderile analizate și dinamica cotei-părți a fiecărei întreprinderi în total venituri din vânzări ale industriei vinicole pe regiunea de dezvoltare sud și, respectiv, în total venituri din vânzări pe republică.

Conform celor relatate mai sus, industria vinicolă face parte nu doar din economia țării, ci și din cultura națională, deoarece vinificația este o activitate specifică a poporului moldovean, care este transmisă din generație în generație. Însă, această industrie este dependentă de situația politică. Astfel, embargourile impuse de Federația Rusă au afectat semnificativ exporturile din ultimii 5 ani, iar embargoul din 2013-2014 și criza geopolitică din țara vecină au afectat și nivelul general al vânzărilor, fapt ce se reflectă prin dinamica venitului din vânzări și la întreprinderile analizate prezentate în Tabelul 1. Dacă în anul 2013 față de 2012 venitul din vânzări la toate întreprinderile analizate a înregistrat o dinamică ascendentă, atunci în anul 2014 față de anul 2013 dinamica este descendentă vis-à-vis de indicatorul *venitul din vânzări*, excepție fiind doar „Vinăria Purcari” S.R.L., care a înregistrat o creștere de 13,4 mil. lei sau de 26,6%. În anul 2015 față de anul 2014 tendința este diversificată, deoarece unele întreprinderi din cele analizate, cum este „Vinăria Purcari” S.R.L., au înregistrat creșteri de cca 42,5 mil. lei sau 66,6%, S.R.L., „Podgoria Vin” a înregistrat creșteri de 12,6 mil. lei sau 45,3%; „Imperial Vin” S.A. de asemenea a înregistrat creșteri de cca 42,5 mil. lei sau 95%. Altele, însă, au ieșit mai greu din perioada de criză; astfel, IM „Vinia Traian” S.A. în anul 2015 față de 2014 a înregistrat reduceri ale venitului din vânzări de cca 0,6 mil. lei. În anul 2016 față de 2015 creșteri ale venitului din vânzări s-au înregistrat la toate întreprinderile analizate, precum și la întreprinderile industriei vinicole din regiune și la nivel de întreaga țară. Analiza venitului din vânzări relatează că chiar și în perioadă de criză provocată de diverși factori, fie economici, normativ-legislativi sau sociopolitici, datorită unui management financiar eficient se pot obține rezultate pozitive și ascendente.

Cota-parte a fiecărei întreprinderi din cele analizate în total pe regiunea de dezvoltare sud în evoluție atestă că întreprinderile selectate pentru analiză dețin ponderi considerabile de la 3,93 p.p. până la 18,28 p.p. pe perioada anilor 2012-2016. Astfel, în figura de mai jos vom prezenta dinamica cotei-părți a venitului din vânzări în total venituri din vânzări pe regiunea de dezvoltare sud.

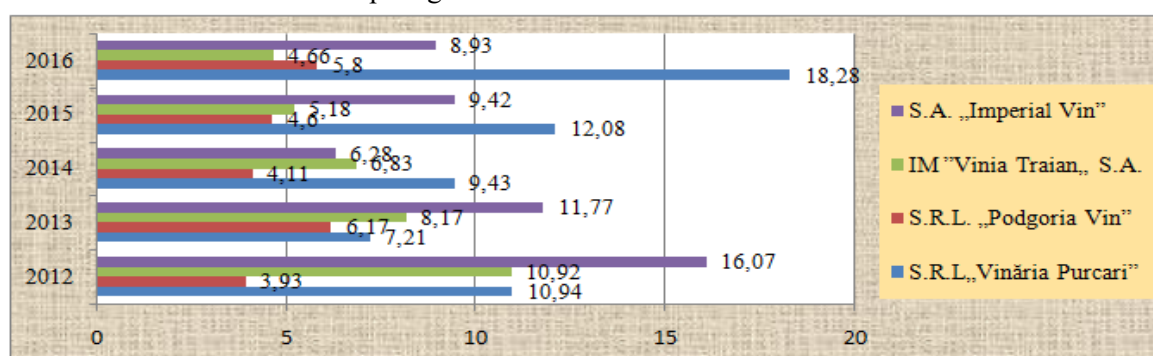


Fig.2. Cota-parte a venitului din vânzări al „Vinăriei Purcari” S.R.L., „Podgoria Vin” S.R.L., „Imperial Vin” S.A., IM „Vinia Traian” S.A. în total venit din vânzări pe regiunea de dezvoltare sud a Republicii Moldova pentru anii 2012- 2016.

Sursa: elaborată de autor în baza datelor din Tabelul 1.

Datele prezentate în Figura 2 ilustrează următorul tablou: din situațiile de risc, întreprinderile, indiferent de forma de proprietate, reușesc să orienteze diferit cursul întreprinderii; totul depinde de măiestria gestiunii realizate, iar forma de proprietate nu este factorul care ar putea influența oarecum indicatorul venitul din vânzări.

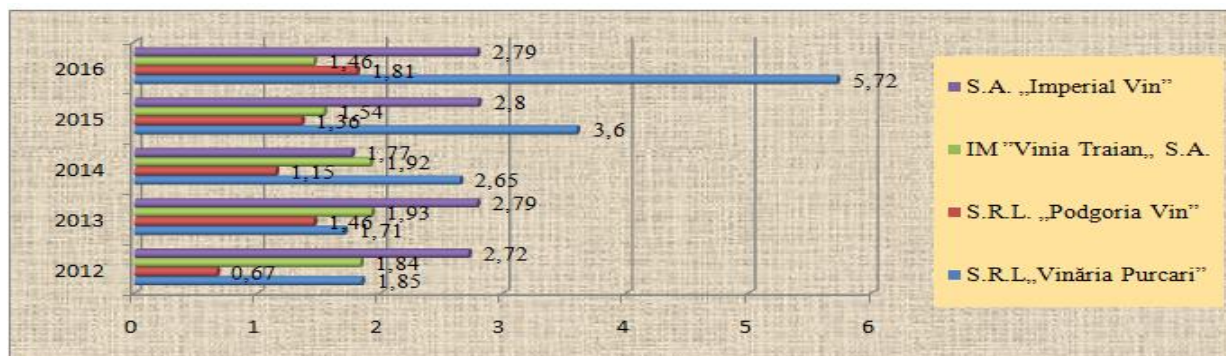


Fig.3. Cota-parte a venului din vânzări în dinamică obținut de „Vinăria Purcari” S.R.L., „Podgoria Vin” S.R.L., „Imperial Vin” S.A., IM „Vinia Traian” S.A. în total venit din vânzări pe republică pentru anii 2012- 2016.

Sursa: elaborată de autor în baza datelor din Tabelul 1.

În Figura 3 este reflectată dinamica cotei-părți a venului din vânzări în total venit din vânzări pe total industria vinicolă a Republicii Moldova pentru anii 2012- 2016 la întreprinderile propuse spre analiză, care dețin o pondere ce variază de la 0,67 p.p. până la 5,72 p.p. Acest indicator indică care este partea de piață a industriei vinicole ce aparține fiecărei întreprinderi.

Dacă e să analizăm comparativ întreprinderile din punctul de vedere al formei organizatorico-juridice, adică Societățile cu Răspundere Limitată și Societățile pe Acțiuni, atunci vedem că veniturile din vânzări ale „Vinăriei Purcari” S.R.L. depășesc de cca 2,78 ori veniturile din vânzări ale „Podgoriei Vin” S.R.L., iar în ceea ce privește veniturile din vânzări ale „Imperial Vin” S.A., acestea depășesc de cca 1,47 ori veniturile din vânzări ale IM „Vinia Traian” S.A. Referitor la cele relatate mai sus, putem menționa că orice situație de criză poate duce atât la reduceri în activitate, cât și la creșteri, totul depinde de modul de gestiune și, în special, de gestiunea financiară a întreprinderii.

Pentru îmbunătățirea situației în perspectivă în ceea ce privește indicatorul *venitul din vânzări* sau, cum mai este numit, „cifra de afaceri”, se recomandă următoarele categorii de măsuri:

- Perfecționarea managementului financiar care reprezintă unul dintre elementele-cheie. Modul în care o întreprindere crește și se dezvoltă, capacitatea ei de a rămâne competitivă și de a supraviețui depind de capacitatea managerilor de a putea promova noi idei pentru noi produse, asigurând astfel lărgirea sortimentului de produse comercializate, ceea ce determină creșterea profitabilității întreprinderii.

- Lărgirea pieței de desfacere pe baza cercetărilor de marketing. În condițiile actuale, aproape fiecare întreprindere industrială dispune de stocuri greu realizabile, de aceea activitatea specialiștilor din domeniul marketingului trebuie să fie îndreptată spre:

- determinarea potențialului pieței, ceea ce presupune studierea cerințelor, a problemelor clienților și a capacității concurențiale;

- acomodare maximă a procesului de producție la cerințele pieței, la structura și caracterul cererii;

- creșterea vânzărilor prin intermediul reclamei și publicității profesionale, prin încheierea contractelor directe cu consumatorii etc.;

- îmbunătățirea calității producției și modificarea sortimentului conform cerințelor pieței;

- organizarea expozițiilor cu vânzare în orașele republicii și peste hotare. Ca urmare, întreprinderile vor putea produce nu doar pentru acoperirea capacităților de producție și creșterea stocurilor de produse, ci și pentru piață și necesitățile sale.

- În condițiile când întreprinderile industriale mari dispun de echipamente neutilizate, acestea trebuie să fie expuse la realizare sau date în folosință micilor întreprinzători, astfel asigurând, pe de o parte, evitarea pierderilor provocate de uzura fizică și morală și creșterea fluxurilor financiare de intrare, iar, pe de altă parte, conducând la creșterea cifrei vânzărilor și, corespunzător, la creșterea profitului.

Modificarea cifrei vânzărilor se reflectă în mod direct asupra indicatorilor de performanță economico-financiară a întreprinderii. Astfel, creșterea cifrei vânzărilor are ca rezultat creșterea profitului aferent acesteia și, deci, a rentabilității activității întreprinderii.

Rentabilitatea este o cerință a dezvoltării economice, întrucât ea înseamnă obținerea de profit, iar realizarea acestui obiectiv reprezintă o necesitate, o condiție pentru înfăptuirea reproducției largite și, implicit, pentru asigurarea unei creșteri economice susținute.

Criteriul esențial care stă la baza fundamentării tuturor deciziilor ce se referă atât la gestiunea internă a întreprinderii, cât și la relațiile cu partenerii de afaceri, este rentabilitatea.

Pe baza acestui criteriu managerii hotărăsc continuarea, restrângerea sau sistarea activităților, precum și orientarea spre noi activități.

În calitatea sa de indicator al eficienței, rentabilitatea se caracterizează printr-un grad superior de sintetizare, de reflectare a rezultatelor economico-financiare, fapt ce-i oferă proprietăți de cunoaștere deosebite.

Ținând cont de faptul că într-o întreprindere industrială partea preponderentă a veniturilor o constituie vânzările, realizarea unei rentabilități competitive din vânzări constituie o problemă managerială fundamentală. Creșterea ratei însoțită de o micșorare a volumului de vânzări denotă că întreprinderea încearcă să-și mențină un nivel satisfăcător de profit promovând o politică de prețuri înalte, în timp ce o rată a rentabilității scăzută, însoțită de o creștere puternică a vânzărilor, denotă că întreprinderea preferă reducerea prețurilor de vânzare în scopul cuceririi unui nou segment de piață. În concluzie, cazul în care creșterea ratei rentabilității veniturilor este însoțită de o creștere a cifrei vânzărilor relevă o situație favorabilă pentru întreprindere, fapt ce atestă o poziție concurențială „forte” pe piață.

Indicatorii eficienței utilizării potențialului economico-financiar la societățile „Vinăria Purcari” S.R.L., „Podgoria Vin” S.R.L., „Imperial Vin” S.A. și IM „Vinea Traian” S.A. se prezintă în tabelul de mai jos.

Tabelul 2

Analiza indicatorilor de rentabilitate în cadrul întreprinderilor „Vinăria Purcari” S.R.L., „Podgoria Vin” S.R.L., IM „Vinea Traian” S.A., „Imperial Vin” S.A.

Indicatori	S.R.L. „Vinăria Purcari”			S.R.L. „Podgoria Vin”			IM „Vinea Traian” S.A.			S.A. „Imperial Vin”		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Rentabilitatea vânzărilor, %	42,0	36,67	45,35	50,0	56,68	46,78	22,73	23,68	24,47	38,11	41,98	41,96
Rentabilitatea resurselor consumate, %	72,43	57,95	82,97	100,0	130,86	87,90	29,41	31,03	32,40	61,60	72,35	72,30
Rentabilitatea activelor, %	1,80	3,66	31,43	10,64	11,91	8,98	2,75	3,00	3,48	1,80	3,70	6,83
Rentabilitatea capitalului propriu (financiară), %	3,22	11,56	70,07	14,89	18,14	16,60	3,05	3,23	3,74	2,10	3,90	7,40

Sursa: elaborat de autor în baza rapoartelor/situațiilor financiare ale „Vinăria Purcari” S.R.L., „Podgoria Vin” S.R.L., „Imperial Vin” S.A., IM „Vinea Traian” S.A. pe perioada anilor 2014-2016.

Analiza eficienței utilizării resurselor angajate de către întreprinderile analizate relevă următoarele rezultate:

✓ La Societățile pe Acțiuni, față de Societățile cu Răspundere Limitată, se înregistrează o dinamică stabilă a *rentabilității vânzărilor* cu creșteri ușoare pe întreaga perioadă analizată. În același timp, la Societățile cu Răspundere Limitată dinamica este instabilă, înregistrând atât creșteri, cât și descreșteri. Situația dată

denotă că, indiferent de fenomenele care au loc în economia națională, precum și de alte situații de criză care influențează asupra industriei viticole moldovenești, întreprinderile se gestionează diferit, respectiv și rezultatele lor sunt diferite. Însă, la unele întreprinderi se înregistrează o dinamică mai bună, iar la alte întreprinderi dinamica este instabilă. Fapt ce atestă că există potențial și rezerve de creștere a rezultatelor obținute pe viitor, doar că echipele manageriale ale întreprinderilor trebuie să lucreze mai eficient pentru a identifica cauzele unei rentabilități instabile de la an la an, în special la Societățile cu Răspundere Limitată, la care cauzele pot fi legate atât de creșterea prețurilor la materia primă, costurile fixe ridicate, cât și de incapacitatea managementului financiar de a intra pe piețe de desfacere apte să achite o marjă comercială necesară susținerii unei dezvoltări continue a producției viticole.

✓ La toate întreprinderile incluse în analiză *rentabilitatea activelor* este scăzută și insuficientă, nivelul minim necesar menținerii și dezvoltării fiind de 25%, excepție fiind S.R.L. „Vinăria Purcari”. Dacă e să comparăm Societățile cu Răspundere Limitată cu Societățile pe Acțiuni, putem menționa că dinamica rentabilității activelor are aceeași tendință ca și rentabilitatea venitului din vânzări. Astfel, la Societățile pe Acțiuni analizate rentabilitatea activelor a avut o dinamică ușor ascendentă dar insuficientă, încadrându-se între 2,75% și 3,48%. În ceea ce privește Societățile cu Răspundere Limitată, după cum am menționat în cele de mai sus, dinamica este una instabilă, cu creșteri și scăderi înregistrate și la indicatorul *rentabilitatea activelor*.

Situația constatată indică o structură ineficientă a activelor, unele din ele stau fără mișcare sau se utilizează în proporții deosebit de mici. În acest context se propune echipei manageriale să analizeze structura activelor pentru a identifica elementele patrimoniale care trebuie vândute sau, după caz, reducerea acestora, astfel majorând eficiența lor pentru întreaga activitate.

✓ În ceea ce privește rentabilitatea capitalului propriu, la întreprinderile analizate deținătorii de capital al Societăților cu Răspundere Limitată vis-à-vis de acționarii Societăților de Acțiuni se află într-o situație mai bună, deoarece rata rentabilității capitalului propriu la Societățile cu Răspundere Limitată este mai mare, ceea ce semnifică că pentru fiecare leu investit în capitalul propriu de către deținătorii de capital, aceștia au avut de câștigat un profit mai mare, ceea ce se poate aprecia pozitiv. Pe de altă parte, acționarii deținători de acțiuni la S.A. analizate au obținut o rentabilitate a capitalului investit considerabil mai mică. Reieșind din considerentul că, pentru a face atractive investițiile externe, nivelul minim al capitalului investit trebuie să fie egal cu rata dobânzii la depozite bancare, putem concluziona că deținătorii de capital al Societăților cu Răspundere Limitată s-au încadrat mai mult sau mai puțin în acest minim, în pofida faptului că în structura organizațională a acestor întreprinderi nu există acționari care să impună anumite cerințe și restricții de obținere a unor rezultate financiare sporite; interesul vine din partea aparatului administrativ și a gestionarilor financiari ai întreprinderilor. În ce privește Societățile pe Acțiuni, aici situația este inversă, deoarece fiecare acționar intenționează să obțină niște rezultate mai sporite și pentru aceasta încearcă să influențeze oarecum activitatea gestionară fie personal prin gestiunea întreprinderii, fie prin intermediul unui manager numit; ca urmare, gestiunea nu este prea eficientă în ceea ce vizează rezultatele obținute de acționari. Cu toate acestea, nu putem trage concluzii corecte doar pe baza câtorva indicatori, pentru aceasta este nevoie de a continua analiza indicatorilor.

Rentabilitatea activelor, adică rentabilitatea economică, este un indicator de bază cu ajutorul căruia se poate determina care este efectul de îndatorare al unei întreprinderi, care, la rândul său, constituie un criteriu de bază în optimizarea structurii financiare. Cu cât mai rapid are loc procesul de transformare a mijloacelor economice, cu atât mai mic este riscul de a investi în activitatea întreprinderii date, cu atât mai repede întreprinderea poate intra în posesia numerarului, care, fiind plasat în acțiuni profitabile, va genera profit. Cunoașterea duratei în medie a fiecărei etape a ciclului economic de transformare fizică a activelor prezintă un interes deosebit pentru fiecare agent economic, aceasta servind drept bază în adoptarea deciziilor de intervenție a conducerii întreprinderii, în creșterea eficienței economice a patrimoniului. Indicii utilizați în managementul activelor permit urmărirea în dinamică a vitezei de rotație a activelor și scoaterea la iveală a factorilor care au influențat accelerarea sau încetinirea vitezei de rotație, fiind posibilă, astfel, propunerea căilor posibile de accelerare a acesteia.

În acest context, în continuare vom analiza influența factorilor asupra rentabilității activelor.

Tabelul 3

**Calculul influenței factorilor la devierea rentabilității activelor la „Vinăria Purcari”
S.R.L., „Podgoria Vin” S.R.L., IM „Vinia Traian” S.A., „Imperial Vin” S.A.**

Indicatori	2015	2016	Abaterea absolută (+,-)	Inclusiv sub influența		
				Rent. vânz.	Nr.rot.act.	
„Vinăria Purcari” S.R.L.						
Venit din vânzări, mil. lei		106,3	185,9	+79,6	X	X
Rezultatul perioadei de gestiune până la impozitare, mil. lei		5,8	61,8	+56	X	X
Valoarea medie a activelor, mil. lei		158,4	196,6	+38,2	X	X
Rentabilitatea veniturilor din vânzări, %		5,46	33,24	+27,78	X	X
Numărul de rotații ale activelor totale		0,67	0,95	+0,28	X	X
Rentabilitatea activelor, %		3,66	31,43	+27,77	+18,53	+9,24
„Podgoria Vin” S.R.L.						
Venit din vânzări, mil. lei		40,4	59,0	+18,6	X	X
Rezultatul perioadei de gestiune până la impozitare, mil. lei		9,6	8,5	-1,1	X	X
Valoarea medie a activelor, mil. lei		80,6	94,7	+14,1	X	X
Rentabilitatea veniturilor din vânzări, %		23,76	14,40	-9,36	X	X
Numărul de rotații ale activelor totale		0,50	0,62	+0,12	X	X
Rentabilitatea activelor, %		11,91	8,98	-2,93	-4,67	+1,74
IM „Vinia Traian” S.A.						
Venit din vânzări, mil. lei		45,6	47,4	+1,8	X	X
Rezultatul perioadei de gestiune până la impozitare, mil. lei		4,0	4,8	+0,8	X	X
Valoarea medie a activelor, mil. lei		133,3	137,8	+4,5	X	X
Rentabilitatea veniturilor din vânzări, %		8,77	10,12	+1,35	X	X
Numărul de rotații ale activelor totale		0,34	0,34	0	X	X
Rentabilitatea activelor, %		3,00	3,48	+0,48	+0,48	0
„Imperial Vin” S.A.						
Venit din vânzări, mil. lei		82,9	90,8	+7,9	X	X
Rezultatul perioadei de gestiune până la impozitare, mil. lei		7,8	14,7	+6,9	X	X
Valoarea medie a activelor, mil. lei		210,9	215,1	+4,2	X	X
Rentabilitatea veniturilor din vânzări, %		9,40	16,19	+6,79	X	X
Numărul de rotații ale activelor totale		0,40	0,42	0,02	X	X
Rentabilitatea activelor, %		3,70	6,83	+3,13	+2,77	+0,36

Sursa: elaborat de autor în baza situațiilor financiare ale „Vinăria Purcari” S.R.L., „Podgoria Vin”, S.R.L., „Imperial Vin” S.A., IM „Vinia Traian” S.A. pe perioada anilor 2014-2016.

Conform calculelor din Tabelul 3, nivelul rentabilității activelor poate fi mărit sau micșorat, fie prin creșterea sau scăderea nivelului rentabilității vânzărilor, fie pe seama accelerării sau încetinirii rotației activelor. Astfel, analizând rentabilitatea activelor prin prisma influenței factorilor, putem relata că rentabilitatea activelor este în creștere la toate întreprinderile, excepție fiind „Podgoria Vin” S.R.L., care a înregistrat o scădere a acestui indicator. Factorii de influență au avut o influență pozitivă, mai puțin negativă. Factorul dominant de influență ce a condus la creșterea rentabilității activelor este rentabilitatea veniturilor din vânzări; numărul de rotații ale activelor a influențat și el, dar într-o măsură mai mică, ceea ce se presupune ca rezervă internă pe viitor, conducând la o creștere semnificativă a rentabilității activelor la toate întreprinderile analizate.

O activitate devine eficientă dacă se reușește obținerea unui ritm de creștere a veniturilor superior celui de sporire a resurselor antrenate și controlate de agentul economic. Compararea evoluției activelor disponibile în concordanță cu dinamica veniturilor permite aprecierea eficienței patrimoniului existent, gestiunea eficientă a patrimoniului de către managerii întreprinderii. Evoluția patrimoniului întreprinderilor analizate în comparație cu dinamica veniturilor este prezentată în Tabelul 4.

Tabelul 4

Analiza ritmului de creștere a patrimoniului comparativ cu veniturile din activitatea operațională a întreprinderii la „Vinăria Purcari” S.R.L., „Podgoria Vin” S.R.L., IM „Vinea Traian” S.A., „Imperial Vin” S.A.

Indicatori	Valoarea totală a activelor/patrimoniului			Venituri din vânzări			Venituri din activitatea operațională a întreprinderii		
	2015, mil. lei	2016, mil. lei	Ritmul creșterii %	2015, mil. lei	2016, mil. lei	Ritmul creșterii %	2015, mil. lei	2016, mil. lei	Ritmul creșterii %
„Vinăria Purcari” S.R.L.	168,7	224,5	133,07	106,3	185,9	174,88	107,5	187,3	174,23
„Podgoria Vin” S.R.L.	88,9	100,6	113,16	40,4	59,0	146,03	46,9	59,4	126,65
IM „Vinea Traian” S.A.	136,5	139,2	101,98	45,6	47,4	103,95	45,7	48,7	106,56
„Imperial Vin” S.A.	208,0	222,3	106,88	82,9	90,8	109,53	85,2	99,8	117,14

Sursa: elaborat de autor în baza rapoartelor/situațiilor financiare ale „Vinăria Purcari” S.R.L., „Podgoria Vin” S.R.L., „Imperial Vin” S.A., IM „Vinea Traian” S.A. pe perioada anilor 2014-2016.

Din datele prezentate în Tabelul 4 rezultă că, în dinamică, se evidențiază o majorare a patrimoniului aflat la dispoziția tuturor întreprinderilor analizate; cea mai mare creștere se evidențiază la Societățile cu Răspundere Limitată, iar Societățile pe Acțiuni de asemenea au înregistrat creșteri, doar că relativ mai mici. Din punctul de vedere al corespondenței dintre evoluția patrimoniului și cea a veniturilor, toate întreprinderile au înregistrat un ritm de creștere a veniturilor mai mari decât cel al patrimoniului.

Situația în care cu o reducere a patrimoniului se obține o creștere a veniturilor din vânzări atestă preocuparea managementului pentru curățarea activului, consumarea stocurilor de materii prime constituite și reducerea acestora până la nivelul minim (de siguranță), reducerea creanțelor. Cu toate acestea, menționăm că, în realitate, reducerea în continuare a patrimoniului în rezultatul adoptării unei politici agresive de gestiune a stocurilor de materii prime ori reducerea creanțelor ca urmare a reducerii vânzărilor pe credit ar putea conduce, în viitor, la reducerea vânzărilor, la perturbări ale procesului de producție.

În contextul celor menționate, pentru o analiză mai temeinică considerăm ca necesară efectuarea analizei activelor patrimoniale, pentru a scoate în evidență modificările ce s-au înregistrat pe parcursul perioadei analizate. Deoarece orice întreprindere, pentru a-și realiza obiectivul fundamental, trebuie să dispună de mijloace economice constituite atât din mijloace fixe (adică, active imobilizate), cât și din active circulante. Atât activele imobilizate, cât și activele circulante participă la circuitul bani – marfă – bani, care se desfășoară în cadrul unei întreprinderi parcurgând mai multe etape:

- de achiziționare a bunurilor ce sunt necesare desfășurării procesului de producție;
- de exploatare, în care mijloacele economice se folosesc în scopul obținerii bunurilor destinate vânzării;
- comercializare, în care bunurile realizate asigură obținerea capitalului necesar pentru reluarea activității.

Deci, importanța lor derivă și din modul de structurare a activelor la întreprindere, ca astfel să fie sporită eficiența lor pentru întreprindere și, prin urmare, să fie atins obiectivul de bază al oricărei întreprinderi.

Tabelul 5

**Analiza comparativă a structurii activelor la „Vinăria Purcari” S.R.L., „Podgoria Vin” S.R.L.,
IM „Vinia Traian” S.A., „Imperial Vin” S.A. (mil. lei)**

Întreprinderea	Indicatorii	Valoarea, mil. lei		Ponderea, %	
		2015	2016	2015	2016
S.R.L. „Vinăria Purcari”	Active imobilizate	74,9	86,3	44,40	38,44
	Active circulante, total, inclusiv:	93,8	138,2	55,60	61,56
	Stocuri	56,4	62,5	33,43	27,84
	Creanțe curente	36,5	67,3	21,64	29,98
	Numerar în casierie și la conturi	0,5	8,0	0,3	3,56
	Total Activ	168,7	224,5	100	100
S.R.L. „Podgoria Vin”	Active imobilizate	35,2	39,6	39,60	39,36
	Active Circulante, total, inclusiv:	53,7	61,0	60,40	60,64
	Stocuri	24,1	35,0	27,10	34,79
	Creanțe curente	26,1	24,4	29,36	24,25
	Numerar în casierie și la conturi	3,5	1,6	3,94	1,59
	Total Activ	88,9	100,6	100	100
IM „Vinia Traian” S.A.	Active imobilizate	32,9	28,2	24,10	20,26
	Active circulante, total, inclusiv:	103,6	111,0	75,90	79,74
	Stocuri	43,2	53,0	31,65	38,07
	Creanțe curente	51,6	53,1	37,8	38,15
	Numerar în casierie și la conturi	8,8	4,8	6,45	3,45
	Total Activ	136,5	139,2	100	100
S.A. „Imperial Vin”	Active imobilizate	121,7	111,1	58,51	49,98
	Active circulante, total, inclusiv:	86,3	111,2	41,49	50,02
	Stocuri	42,8	54,0	20,58	24,29
	Creanțe curente	28,3	39,3	13,60	17,68
	Numerar în casierie și la conturi	14,9	17,6	7,16	7,92
	Total Activ	208,0	222,3	100	100

Sursa: elaborat de autor în baza rapoartelor/situațiilor financiare ale „Vinăria Purcari” S.R.L., „Podgoria Vin”, S.R.L., „Imperial Vin” S.A., IM „Vinia Traian” S.A. pe perioada anilor 2015-2016.

Sistematizând datele prezentate în Tabelul 5, putem constata că toate întreprinderile dețin un patrimoniu preponderent circulant, format din stocuri și creanțe și mai puțin din active imobilizate, ceea ce indică faptul că întreprinderile trebuie să-și revizuiască politicile de gestiune a patrimoniului, pentru a nu suporta cheltuieli suplimentare cu întreținerea capitalului circulant și a nu reducă profiturile, care pot rezulta cu scăderea valorii de piață a întreprinderii.

Concluzii

Concluzionând asupra analizelor prezentate cu privire la realizarea obiectivului de maximizare a profitului, ca reper fiind luate patru întreprinderi din domeniul industriei viticole a regiunii de dezvoltare sud, dintre care două Societăți pe Acțiuni și două Societăți cu Răspundere Limitată, putem menționa că toate întreprinderile incluse în analiză pe perioada analizată (2014-2016) au înregistrat rezultate financiare pozitive cu un trend evolutiv ascendent. Acest rezultat a ajutat la formarea unei situații financiare eficiente cu înregistrarea unei activități rentabile, dar insuficient de rentabile comparativ cu întreprinderile industriale din alte țări. Nivelul scăzut al rentabilității întreprinderilor industriale din Moldova, inclusiv al celor analizate, este condiționat în primul rând de costul ridicat al producției ca rezultat al creșterii prețurilor la materia primă din cauza insuficienței ei calitative, de sporirea cheltuielilor fixe și a cheltuielilor comerciale, ca urmare a reducerii considerabile a capacităților de realizare și distribuire a produsului finit. În aceste condiții, ieșirea

din impas ar putea fi practicarea unor prețuri de vânzare care să permită acoperirea costului și obținerea unui profit satisfăcător. Însă, având în vedere că producția industrială întâmpină pe piață, în special pe cea externă, o concurență intensă, practicarea unor prețuri de vânzare supraestimate de către agenții economici este cu neputință. Din acest motiv, este evident că principala variabilă asupra căreia se poate acționa în mod direct în direcția creșterii eficienței economice este costul de producție. Deci, pornind de la influența cheltuielilor totale asupra profitului și, implicit, asupra rentabilității, pot fi luate în vedere unele măsuri pentru reducerea nivelului costurilor, ca de exemplu:

- realizarea produselor pe baza criteriilor de eficiență economică, ceea ce presupune practicarea unor prețuri de vânzare care să permită acoperirea costului de producție și, respectiv, obținerea unui profit;
- dezvoltarea și modernizarea potențialului tehnic al întreprinderii care să antreneze cheltuieli financiare cât mai reduse, dar, totodată, modernizarea procesului tehnologic, ceea ce va conduce la reducerea costului de producție și, de asemenea, vinderea activelor neutilizate;
- accelerarea vitezei de rotație a activelor, care conduce la sporirea numerarului și care, în cazul plasării în acțiuni profitabile, va genera profit.

Analiza comparativă între Societățile pe Acțiuni și Societățile cu Răspundere Limitată, care este prezentată în analizele de mai sus, atestă că întreprinderile pot fi eficiente, își pot atinge obiectivele propuse printr-un management financiar eficient, accentuat pe raționalizarea cheltuielilor și pe eficientizarea utilizării patrimoniului deținut, indiferent de statutul juridic deținut. De obicei, un rezultat eficient al gestiunii financiare nu este determinat de un volum mare de resurse financiare care necesită o gestiune profesională, ci, așa cum arată exemplele prezentate, depinde de o gestiune multidimensională și de interesul din partea celor care gestionează întreprinderea, depinde de relațiile formate, adică de faptul dacă gestiunea este realizată de către acționari sau de o persoană angajată – de către manager, care intenționează să obțină rezultate sporite pe o perioadă scurtă de timp pentru a-și spori profiturile personale.

Referințe:

1. ȘERBAN, P. *Analiza activității economico-financiare*. București, 1996. 182 p.
2. Standardele Naționale de Contabilitate, aprobate prin ordinul Ministerului Finanțelor nr.118 din 06.08.2013. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, 2013, nr.233-237, art.1533.
3. Surse informaționale din Rapoartele/Situațiile Financiare ale S.R.L. „Vinăria Purcari”, S.R.L. „Podgoria Vin”, „Imperial Vin” S.A., IM „Vinia Traian” S.A. pe perioada anilor 2015-2016.

Date despre autor:

Irina ȘCHIOPU, doctorandă, ASEM; lector universitar la Universitatea de Stat „B.P.Hașdeu” din Cahul.

E-mail: irina.mircos.schiopu@mail.ru

Prezentat la 03.07.2018