

## ANALIZA STRUCTURII VENITURILOR DIN VÂNZĂRI

Neli MUNTEAN\*, Galina MORARI

\*Academia de Studii Economice din Moldova  
Catedra Contabilitate și Informatică Economică

This article describes the essence of sales revenue structural analysis through the utilization of structural relative values: Gini-Struck and Herfindhal indices. This method is efficacious because it allows us to perform structural analysis of sales revenue on different structural levels, to establish the degree of enterprise stability on commodity market and to make the comparability of degree of diversification.

În condițiile actuale de dezvoltare întreprinderea este un organism foarte complex, care se confruntă cu o mulțime de obiective contradictorii ce țin de tactica și strategia dezvoltării și de satisfacerea intereselor proprietarilor și ale managerilor. Astfel, un obiectiv tot mai răspândit al întreprinderii devine obținerea veniturilor, a căror mărime reflectă ponderea întreprinderii pe piață.

Deci, necesitatea analizei veniturilor din vânzări rezultă din importanța informației analitice pentru luarea deciziilor de către conducerea întreprinderii și de utilizatorii externi ai informației din Rapoartele financiare, care, de fapt, oferă utilizatorilor acestor Rapoarte posibilitatea de a aprecia următoarele aspecte:

- Care este mărimea și evoluția veniturilor, în special a celor din vânzări, în ultimii ani?
- Care sunt sursele principale de venituri, adică care este profitul real (specializarea, tipul de activitate) al întreprinderii?
- Cât de diversificată este activitatea operațională a întreprinderii și cât de stabile sunt sursele de venituri?

În așa mod, trebuie de remarcat faptul că, indiferent de perioada în care își desfășoară activitatea unitatea economică, generarea de venituri reprezintă cel mai important indicator, adică criteriul principal de decizie în vederea continuării sau întreruperii activității întreprinderii. Astfel, urmărirea dinamicii veniturilor și supra-vegherea unei structuri echilibrate a acestora, precum și elaborarea unor politici de adaptare la mediul economic extern devine cerință esențială în condițiile crizei economice prin care trece Republica Moldova.

Analiza structurii veniturilor din vânzări are ca obiectiv identificarea variațiilor înregistrate pe diferite trepte structurale, explicarea acestor variații și a implicațiilor lor asupra rezultatelor economico-financiare ale întreprinderii. Într-o întreprindere poate fi identificată o varietate de trepte de analiză structurală: tip de activitate, sector de activitate, grupe de produse, referințe, secții, unități și tipuri de unități, categorii de clientele etc.

Normele contabile internaționale (IAS 14) fac precizări referitor la obligațiile întreprinderilor de a furniza informații cu privire la veniturile din vânzări pe segmente geografice atunci când acestea sunt substanțial diferite din punctul de vedere al profiturilor și al riscurilor aferente.

Metodologic, analiza se bazează pe mărimile relative de structură. Pentru comparații în dinamică și între întreprinderi este operațională folosirea coeficientului de concentrare (Gini-Struck):

$$G = \sqrt{\frac{n \sum g_i^2 - 1}{n - 1}},$$

unde:  $g_i$  reprezintă ponderea activității, a produsului „i” în veniturile din vânzări totale;

$n$  – numărul de termeni ai seriei.

Acest coeficient poate lua valori între 0 și 1. Aproximarea de „1” arată că în structura activității operaționale sunt câteva produse (activități) care dau cea mai mare parte a veniturilor din vânzări. Aproximarea de „0” semnifică o distribuție relativ uniformă a vânzărilor pe structurile implicate în calcul. În acest scop, poate fi folosit și indicele Herfindhal, care permite măsurarea gradului de diversificare a activității pe diverse structuri:

$$H = \sum_{i=1}^n g_i^2$$

Valoarea acestui coeficient este unitară dacă întreprinderea vinde un singur produs (sau desfășoară un singur tip de activitate); ea este egală cu  $1/n$  dacă vânzările sunt repartizate în proporții egale între activitățile, produsele etc. care formează nomenclatorul acesteia.

Analiza veniturilor din vânzări pe tipuri de activități este esențială pentru înțelegerea strategiei întreprinderii și a poziției acesteia pe piață. În acest scop, se urmărește evoluția componentelor veniturilor din vânzări: din vânzarea produselor, comercializarea mărfurilor, prestarea serviciilor.

De regulă, o întreprindere puternică din punct de vedere concurențial caută să dezvolte activități colaterale celei de bază, ceea ce contribuie, pe de o parte, la îmbunătățirea activității principale iar, pe de altă parte, la consolidarea imaginii sale în rândul clientelei.

Exemplificarea acestui model o vom efectua în dinamică, apelând la datele a două întreprinderi de producție preluate din Anexa la Raportul de Profit și Pierderi pe ultimii 2 ani.

### 1. Utilizarea coeficientului de concentrare la compararea gradului de diversificare în dinamică pe tipuri de activitate operațională (pe produse)

Tabelul 1

#### Aprecierea dinamicii și structurii veniturilor din vânzări pe tip de activitate operațională

| Indicatori                        | Anul precedent |          | Anul de gestiune |          | Abaterea absolută (+;-) |              |
|-----------------------------------|----------------|----------|------------------|----------|-------------------------|--------------|
|                                   | Suma, mii lei  | P,%      | Suma, mii lei    | P,%      | mii lei                 | P,%          |
| <i>A</i>                          | <i>1</i>       | <i>2</i> | <i>3</i>         | <i>4</i> | <i>5=3-1</i>            | <i>6=4-2</i> |
| Venitul din vânzarea produselor   | 7348,25        | 42,47    | 24096,93         | 86,61    | +16748,68               | +44,14       |
| Venitul din vânzarea mărfurilor   | 9948,71        | 57,5     | 3701,58          | 13,31    | -6247,13                | -44,19       |
| Venitul din prestarea serviciilor | 5,23           | 0,03     | 22,37            | 0,08     | +17,14                  | +0,05        |
| În total Venituri din vânzări     | 17302,18       | 100      | 27820,87         | 100      | +10518,69               | x            |

Analizând datele prezentate în Tabelul 1 observăm o tendință de majorare a veniturilor din vânzări față de anul precedent cu 10518,69 mii lei. Această abatere a fost determinată, în special, de majorarea venitului obținut din vânzarea produselor finite cu 16748,68 mii lei și a venitului obținut din prestarea serviciilor – 17,14 mii lei. Totodată, veniturile din vânzări s-au redus în urma micșorării veniturilor din vânzarea mărfurilor cu 6247,13 mii lei. Examinând structura venitului din vânzări la întreprinderea dată, observăm că ponderea principală îi revine primului element „Venitul din vânzarea produselor finite”, care, pe parcursul anului de gestiune, a crescut de la 42,47% la 86,61%.

Ulterior, vom determina coeficientul G și H pentru ambii ani:

| Activitatea | Producție | Comerț | Servicii   | În total   |
|-------------|-----------|--------|------------|------------|
| $g_i$       | 0,8661    | 0,1331 | 0,0008     | 1,00       |
| $g_i^2$     | 0,7502    | 0,0177 | 0,00000065 | 0,76791137 |

$$G = \sqrt{\frac{3 * 0,76791137 - 1}{2}} = 0,9219 = 92\%$$

$$H = 0,76791137$$

| Indicii | Anul precedent | Anul de gestiune |
|---------|----------------|------------------|
| H       | 0,51           | 0,77             |
| G       | 0,3769         | 0,9219           |

Apropierea de „1” a coeficientului G arată că în structura activității operaționale a întreprinderii analizate, în anul de gestiune, este o activitate care dă cea mai mare parte a veniturilor din vânzări (Venitul din vânzarea produselor 86,61%). Această situație este opusă celei din anul precedent, unde  $G = 37\%$ , ceea ce denotă o diversificare accentuată, adică o repartizare mai uniformă a veniturilor pe tipuri de activități operaționale.

**2. Utilizarea coeficientului de concentrare la compararea gradului de diversificare a veniturilor din vânzări pe tipurile de activitate operațională la nivel de ramură**

Tabelul 2

**Aprecierea structurii veniturilor din vânzări pe tip de activitate operațională la nivel de ramură**

| Indicatori                        | Întreprinderea A |       | Întreprinderea B |       |
|-----------------------------------|------------------|-------|------------------|-------|
|                                   | Suma, mii lei    | P,%   | Suma, mii lei    | P,%   |
| A                                 | 1                | 2     | 3                | 4     |
| Venitul din vânzarea produselor   | 24096,93         | 86,61 | 7726,41          | 33,24 |
| Venitul din vânzarea mărfurilor   | 3701,58          | 13,31 | 7560,11          | 32,52 |
| Venitul din prestarea serviciilor | 22,37            | 0,08  | 7960,11          | 34,24 |
| În total Venituri din vânzări     | 27820,87         | 100   | 23246,62         | 100   |

| Indicii | Întreprinderea A | Întreprinderea B |
|---------|------------------|------------------|
| H       | 0,77             | 0,33             |
| G       | 0,9219           | 0,01             |

În exemplul dat, ușor observăm că întreprinderea A are un înalt grad de concentrare a activității operaționale (într-o singură activitate;  $G=0,9219$ ), pe când întreprinderea B – o distribuție relativ uniformă a veniturilor din vânzări ( $G=0,01$ ). Respectiv, venitul întreprinderii B este repartizat între 3 activități ( $H=0,33 = 1/3$ ) în proporții egale.

Concomitent, indicele Herfindhal poate fi utilizat cu succes și la determinarea nivelului de modificare a veniturilor din vânzări pe segmente de timp (luni, decade) în limitele unei anumite perioade, adică la evaluarea gradului de ritmicitate a veniturilor din vânzări.

Avantajul metodei respective constă în faptul că gradul de diversificare poate fi ușor supus comparării, deoarece acești indici reprezintă niște mărimi relative de structură; la rândul său, neajunsul metodei rezidă în complexitatea calculelor efectuate.

Astfel, analiza veniturilor din vânzări servește drept punct de pornire la întocmirea diferitelor materiale analitice de uz intern și extern, întrucât de mărimea, evoluția, structura și stabilitatea veniturilor din vânzări depind consumurile și cheltuielile întreprinderii, profitul și rentabilitatea, precum și situația financiară.

**Bibliografie:**

1. Niculescu M. Diagnostic financiar. Vol.2. - București: Economica, 2005.
2. Vîlceanu G., Robu V., Georgescu N. Analiza economico-financiară. - București: Editura Economică, 2005.
3. Balanuță VI. Analiza gestionară: lucrare didactică și practico-aplicativă în domeniul diagnosticului activității întreprinderii de producție. - Chișinău: Combinatul Poligrafic, 2003.
4. Țiriulnicova N. Analiza rapoartelor financiare: manual. - Chișinău: Tipografia Centrală, 2004.

Prezentat la 19.09.2011