

METODOLOGIA DIAGNOSTICĂRII PRAGULUI RENTABILITĂȚII ÎN ÎNTREPRINDERILE AGRICOLE

Natalia TCACI, Alexandru TCACI

Contabilitate și Informatică Economică

In this article is described methodology of diagnostic of break-even point basing on the data of 181 agricultural firms from Central region of Republic of Moldova. Our researches have been performed in the base of gross profit margin. The results of diagnostic let us to fix dimensions, when our production becomes profitable, respectively obtaining of somewhat profit. Was observed, that agricultural firms from Ungheni have to rise their sales up to 6106,9 thousand lei or by 7,21% as compared with 2008-2010 average value to ensure an sufficient ratio of profitability of fruits, vegetables, grapes etc.

Fundamentarea deciziilor economice care vizează stabilirea volumului fizic al vânzărilor se bazează pe cunoașterea pragului (punctului critic) de rentabilitate.

Metoda pragului de rentabilitate este o metodă de diagnosticare a riscului de producție, fiind cunoscută sub denumirile „punct critic al rentabilității”, „punct de echilibru” („point mort” în franceză sau „break-even point” în engleză).

În literatura de specialitate, prin *pragul rentabilității* se subînțelege acea dimensiune a producției la care întreprinderea nu are nici profit, nici pierderi. Veniturile din vânzări în punctul critic sunt egale cu suma totală a consumurilor și cheltuielilor perioadei, iar profitul operațional este nul.

În procesul diagnosticării se constată situațiile:

- dacă întreprinderea nu a atins punctul critic, atunci înregistrează pierderi;
- dacă veniturile din vânzări corespund punctului critic, atunci întreprinderea nu are nici profit și nici pierderi;
- în cazul depășirii punctului critic, întreprinderea va obține profit.

Există mai multe metode de calcul și diagnosticare a pragului rentabilității: metoda ecuației, metoda prezentării grafice și metoda marjei de contribuție.

Majoritatea savanților autohtoni și de peste hotare sunt de părere că cea mai oportună metodă a diagnosticului pragului rentabilității este *metoda marjei de contribuție*.

În opinia noastră, această metodă poate fi utilizată atât în calculul pragului de rentabilitate pe produs, cât și la nivel de activitate operațională (la determinarea levierului operațional).

Metodologia de calcul și diagnosticare a pragului rentabilității bazat pe marja de contribuție diferă în funcție de caracterul omogen sau eterogen al producției. La nivel de întreprindere, în cazul unei producții diversificate, diagnosticul pragului rentabilității se efectuează în baza următorilor indicatori valorici: marja de contribuție totală (și ponderată), rata marjei de contribuție, pragul rentabilității în unități valorice, veniturile din vânzări în punctul critic, indicatorul siguranței, coeficientul securității financiare.

Marja de contribuție reprezintă rezultatul obținut din vânzarea produselor după restituirea tuturor consumurilor și cheltuielilor variabile și care include profitul operațional, consumurile și cheltuielile constante. Marja de contribuție (MC) se determină după formula:

$$MC = VV - CCV, \quad (1)$$

unde: VV – veniturile din vânzări;

CCV – consumurile și cheltuielile variabile.

Dacă marja de contribuție acoperă cu exactitate consumurile și cheltuielile constante, profitul operațional este egal cu zero, adică este atins pragul rentabilității. Întreprinderea poate genera și profit operațional atunci când marja de contribuție depășește suma consumurilor și cheltuielilor constante, fapt ce reiese din relația:

$$MC - CCC = RAO, \quad (2)$$

unde: CCC – consumurile și cheltuielile constante;

RAO – rezultatul financiar din activitatea operațională.

Rata marjei de contribuție (R_{MC}) exprimă ponderea marjei de contribuție în suma totală a veniturilor din vânzări și formula poate fi prezentată după cum urmează:

$$R_{MC} = \frac{MC}{VV} \times 100\% . \quad (3)$$

De regulă, întreprinderile agricole au un profil multiramural (produc mai multe tipuri de produse), considerent din care pragul rentabilității poate fi calculat în unități valorice (PR_V) conform formulei:

$$PR_V = \frac{CCC}{R_{MC}} \div 100 . \quad (4)$$

Veniturile din vânzări în punctul critic (VV_{cr}):

$$VV_{cr} = \frac{CCC}{1 - \frac{CCV}{VV}} . \quad (5)$$

În literatura de specialitate se menționează că întreprinderea se află în situație instabilă atunci când suma efectivă a veniturilor din vânzări se situează față de VV_{cr} la un nivel mai mic de 10%. Situația se consideră stabilă în cazul când valoarea efectivă a VV depășește VV_{cr} până la 20%, iar peste 20% exprimă o situație de confort financiar [1,2].

Depășirea veniturilor din vânzări efective (VV) față de suma acestora în punctul critic (VV_{cr}) caracterizează cu câte unități poate fi redus volumul efectiv al vânzărilor fără riscul de a suporta pierderi. Mărima depășită poartă denumirea „indicatorul siguranței (securității, rezerva stabilității financiare)”, care se calculează astfel:

$$I_{sig} = VV - VV_{cr} . \quad (6)$$

Pe lângă mărimea absolută, indicatorul siguranței (I_{sig}) poate fi exprimat și în unități relative (coeficientul securității financiare (C_{sf})):

$$C_{sf} = \frac{I_{sig}}{VV} \times 100\% . \quad (7)$$

În cazul întreprinderilor ce produc un tip de produs sau mai multe produse omogene, din punctul de vedere al exprimării în unități fizice, considerăm că sistemul de indicatori ai diagnosticului pragului de rentabilitate trebuie să includă:

1. Volumul producției în punctul critic (q_{cr}):

$$q_{cr} = \frac{\sum CC}{P - CV} , \quad (8)$$

unde: $\sum CC$ – suma totală a consumurilor constante;

P – prețul mediu de vânzare;

CV – consumuri variabile pe unitate de produs.

2. Marja de contribuție pe unitatea de produs (MC_p):

$$MC_p = P - CV \quad (9)$$

3. Venitul din vânzarea produsului în punctul critic (D_{cr}):

$$D_{cr} = q_{cr} \times p \quad (10)$$

4. Volumul producției vândute pentru obținerea unui profit estimat (q_B):

$$q_B = \frac{\sum CC + B}{P - CV} , \quad (11)$$

unde: B – suma profitului estimat.

5. Profitul maxim (B_{max}) ce se preconizează a fi obținut din vânzarea produsului:

$$B_{max} = q_{max} \times (P - CV) - \sum CC , \quad (12)$$

unde: q_{max} – volumul maxim al producției vândute reieșind din posibilitățile întreprinderii concrete.

Din formulele prezentate (1-12) se observă că, de rând cu veniturile din vânzări, elementul ce formează pragul rentabilității îl constituie consumurile de producție, care se divizează în variabile și constante. În acest context am efectuat studiul privind structura costului produselor agricole în 181 întreprinderi agricole din Zona de Centru.

În componența consumurilor variabile la produsele vegetale au fost incluse consumurile privind retribuirea muncii, semințe, îngrășăminte. La produsele animaliere consumurile variabile, conform formularului specializat 13-CAI „Producția și costul producției animaliere”, includ consumurile privind retribuirea muncii și consumurile de furaje.

Conform formularului specializat 9-CAI „Producția și costul producției vegetale” și formularului 13-CAI, în componența consumurilor constante au fost incluse pentru produsele vegetale și animaliere următoarele articolele: consumurile activităților auxiliare, consumurile indirecte de producție și alte consumuri.

Rezultatele calculelor ne-au permis să determinăm structura costului produselor vegetale și animaliere (Fig.1,2,3).

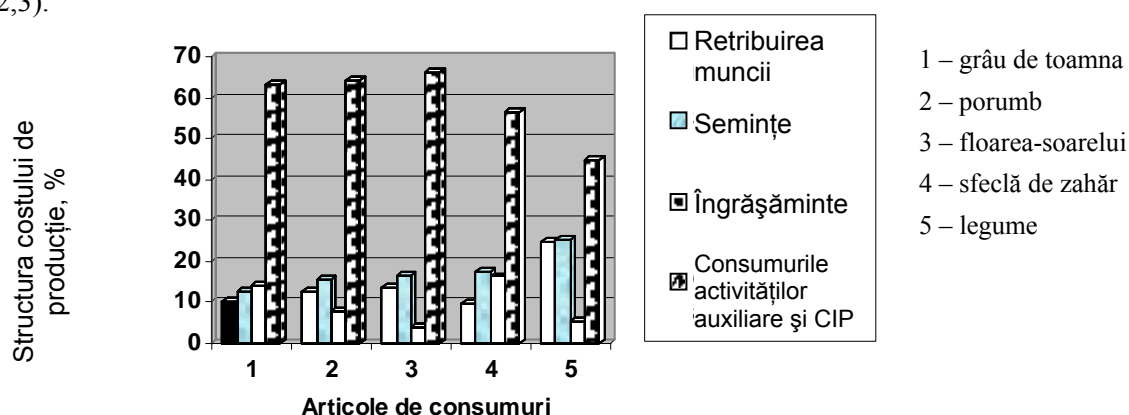


Fig.1. Structura costului producției la principalele produse vegetale în întreprinderile agricole din raionul Ungheni, în medie pe anii 2008-2010.

Conform datelor prezentate în Figura 1, putem constata că la produsele de grâu, porumb și floarea-soarelui, unde procesele tehnologice în fond sunt mecanizate, mai mult de 60% din costul producției revine pe seama consumurilor constante, iar cota consumurilor variabile nu atinge nici 40%.

Pentru culturile agricole, care necesită un volum sporit de muncă vie (cum sunt sfecla de zahăr, legumele), ponderea consumurilor constante comparativ este mai redusă și constituie, respectiv, 55% și 44%. Pentru aceste culturi agricole ponderea consumurilor variabile s-a majorat până la 45% și 55%, respectiv.

Aceeași situație este caracteristică și pentru întreprinderile agricole din raionul Orhei (Fig.2). Concomitent, datele prezentate în Figura 2 atestă că la tutun cota preponderentă în costul producției o dețin consumurile directe privind retribuirea muncii – 45% și consumurile constante – 37%.

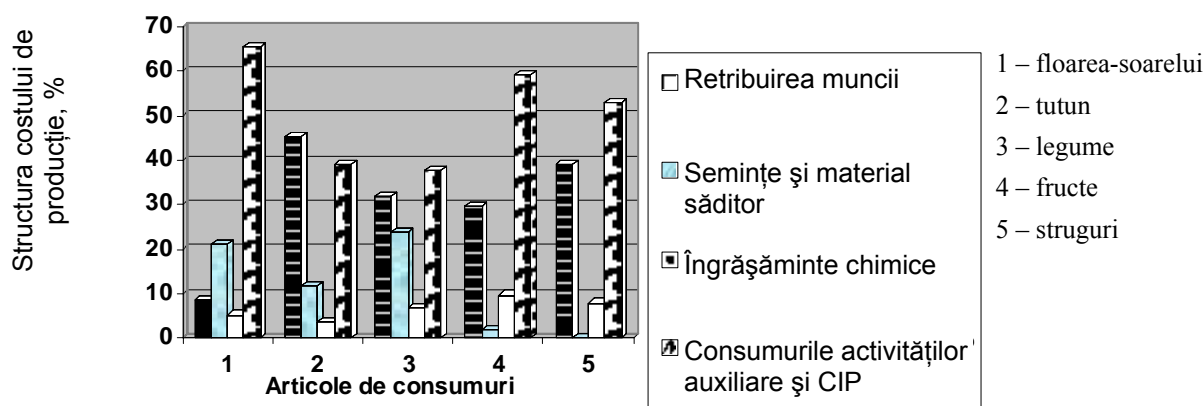


Fig.2. Structura costului de producție la principalele produse vegetale în întreprinderile agricole din raionul Orhei, în medie pe anii 2008-2010.

La producția de fructe și struguri cota preponderentă revine consumurilor constante – 58% și 52%, respectiv, și consumurilor privind retribuirea muncii – 30% și 39%, respectiv.

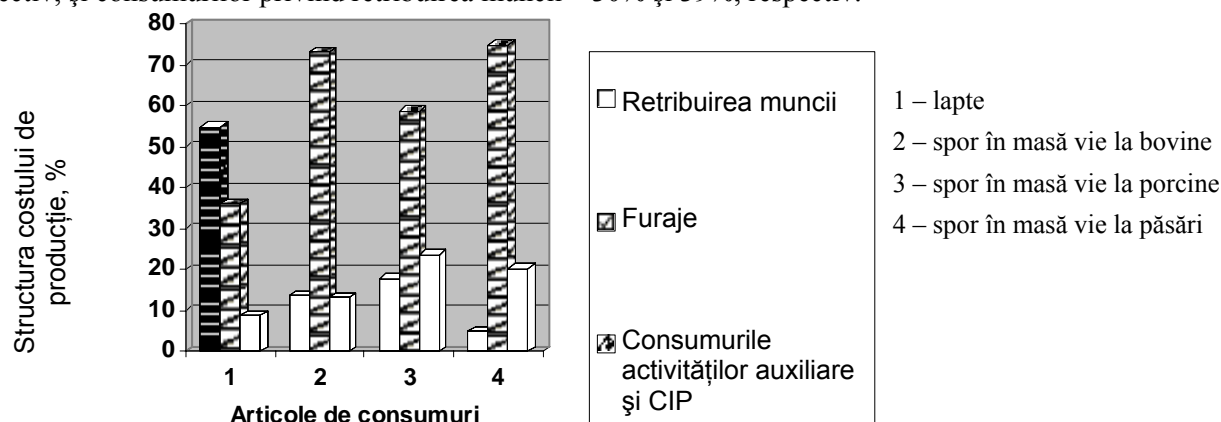


Fig.3. Structura costului producției la principalele produse animaliere în întreprinderile agricole din raionul Orhei, în medie pe anii 2008-2010.

Analizând structura costului produselor animaliere (Fig.3), observăm că la producția de spor în masă vie la bovine, porcine și păsări consumurile de furaje dețin ponderea principală, care în medie pe anii 2008-2010 constituie, respectiv, 72, 58 și 74%. La producția de lapte ponderea furajelor alcătuiește 36%, pe când consumurile privind retribuirea muncii – 55%.

Particularitățile evidențiate în structura costurilor produselor agricole au determinat valorile marjei de contribuție și ale pragului rentabilității.

După cum am menționat mai sus, în condițiile fabricării și vânzării câtorva tipuri de produse agricole, pragul rentabilității poate fi determinat numai în unități valorice, adică pentru volumul total al vânzărilor. Volumul critic de producție pe toate tipurile de produse poate fi calculat împărțind suma consumurilor constante la rata marjei de contribuție (formula (4)).

În continuare vom determina marja de contribuție și pragul rentabilității în condițiile fabricării mai multor tipuri de produse agricole. În baza datelor întreprinderilor agricole din raioanele Orhei și Ungheni în medie pe anii 2008-2010, vom întocmi tabele analitice cu date inițiale, la fel și cele ce vizează repartizarea consumurilor variabile și constante pe tipuri de produse. În Tabelul 1 vom determina marja de contribuție la principalele produse agricole pe totalitatea întreprinderilor agricole din raionul Orhei.

Tabelul 1

Calculul marjei de contribuție în profilul produselor agricole din raionul Orhei, în medie pe anii 2008-2010

Denumirea produselor	Prețul mediu de vânzare, lei	Costul unitar, lei	Consumuri variabile		Consumuri constante, în total, mii lei	Marja de contribuție		Rata marjei de contribuție, %
			în total, mii lei	pe unitate de produs, lei		pentru volumul total al prod., mii lei	pe unitate de produs	
Grâu	118,39	98,38	3089,81	39,99	4511,19	6056,89	78,39	66,22
Leguminoase-boabe	225,71	259,34	64,65	142,09	53,35	38,05	83,62	37,05
Porumb	179,66	137,23	340,66	52,81	544,64	818,34	126,85	70,61
Floarea-soarelui	329,79	206,23	2565,78	71,48	4836,92	9272,22	258,31	78,33
Tutun	1859,61	1514,42	5130,21	921,37	3302,09	5224,09	938,23	50,45
Sfecla de zahăr	32,43	24,33	251,80	10,40	337,20	533,20	22,03	67,93
Legume	164,26	170,40	1629,26	106,33	981,74	887,74	57,93	35,27
Fructe și pomușoare	143,86	154,51	3854,32	63,12	5580,98	4930,38	80,74	56,12
Struguri	208,01	254,49	1364,66	119,51	1541,34	1010,64	88,51	42,55
Bovine în masă vie	1273,97	1522,95	386,00	1321,92	58,70	-14,00	-47,94	-3,76
Porcine în masă vie	3613,96	2934,37	7400,69	2241,27	2288,61	4532,61	1372,69	37,98
Păsări în masă vie	2188,37	1853,19	2449,04	1475,33	627,26	1183,66	713,05	32,58
Lapte integral	376,06	339,38	1259,41	309,21	122,89	277,29	66,85	17,78
În total	X	X	29786,29	X	24786,91	34746,11	X	53,85

În baza datelor din Tabelul 1 vom calcula pragul rentabilității în unități valorice pentru volumul total al produselor vândute de întreprinderile agricole din raionului Orhei, conform formulei (4):

$$PR_{(v)} = \frac{24786,91}{0,5385} = 46029,55 \text{ mii lei}$$

Rezultatul obținut denotă că pentru a recupera toate consumurile și cheltuielile aferente producerii și vânzării produselor agricole întreprinderile din raionul Orhei trebuie să obțină în anul 2011-2012 venituri din vânzări în sumă de cel puțin 46029,55 mii lei.

Calculul efectuat în Tabelul 1 atestă că contribuția produselor agricole în obținerea veniturilor din vânzări diferă de la -3,76% (bovine în masă vie) până la 78,33% (floarea-soarelui). Rezultatele obținute din vânzarea grâului, porumbului, floarea-soarelui și a sfecele de zahăr, după restituirea consumurilor și cheltuielilor variabile, se situează la cel mai înalt nivel și variază în limitele 66,22% – 78,33%.

Concomitent, datele din Tabelul 1 ne permit să constatăm că marja de contribuție pe unitate de produs se modifică în funcție de prețul mediu de vânzare și de ponderea consumurilor variabile. Astfel, la tutun, porcine în masă vie și păsări în masă vie, la care prețul unitar depășește 1800 lei și ponderea consumurilor variabile constituie 60,84% – 79,61%, marja de contribuție pe unitate de produs este cea mai majorată și oscilează în limitele 713,05 – 1372,69 lei.

Aceeași legitate este caracteristică și pentru modificările survenite în marja de contribuție pentru întreprinderile agricole din raionul Ungheni (Tab.2).

Tabelul 2

Calculul marjei de contribuție în profilul produselor agricole din raionul Ungheni, în medie pe anii 2008-2010

Denumirea produselor	Prețul mediu de vânzare, lei	Costul unitar, lei	Consumuri variabile		Consumuri constante, în total, mii lei	Marja de contribuție		Rata marjei de contribuție, %
			în total, mii lei	pe unitate de produs		pentru volumul total al prod., mii lei	pe unitate de produs	
Grâu	159,19	122,55	7971,85	45,14	13673,15	20144,15	114,05	71,64
Leguminoase-boabe	476,13	284,34	215,67	137,28	231,03	532,33	338,85	71,17
Porumb	141,9	110,09	2170,79	39,14	3935,51	5699,91	102,76	72,42
Floarea-soarelui	318,29	183,87	4491,43	62,07	8812,57	18538,27	256,21	80,5
Tutun	1664,0	1144,0	176,86	707,45	109,14	239,14	956,55	57,48
Sfecla de zahăr	36,89	28,60	4657,38	12,41	6073,92	9184,92	24,48	66,36
Legume	198,44	206,19	1486,36	114,00	1201,94	1100,94	84,44	42,55
Fructe și pomușoare	137,75	153,37	900,67	50,61	1826,63	1550,63	87,14	63,26
Struguri	157,96	218,31	60,44	39,95	269,86	178,56	118,01	74,71
Bovine în masă vie	2138,24	1823,53	59,14	1739,46	2,86	13,56	398,77	18,65
Porcine în masă vie	3200,59	2746,27	1287,48	1885,04	588,22	898,52	1315,55	41,10
Păsări în masă vie	2456,42	2869,09	2808,69	2197,72	858,01	330,61	258,69	10,53
Lapte integral	330,0	247,5	9,26	231,5	0,64	3,94	98,5	29,95
În total	X	X	26296,04	X	37585,46	58415,46	X	68,95

Utilizând datele din Tabelul 2, vom determina pragul rentabilității în unități valorice (după formula (4)) pentru volumul total al produselor vândute de întreprinderile agricole din raionul Ungheni:

$$PR_{(v)} = \frac{37585,48}{0,6895} = 54511,21 \text{ mii lei.}$$

Deci, pentru a recupera toate consumurile și cheltuielile aferente producerii și vânzării produselor agricole, întreprinderile din raionul Ungheni trebuie să obțină venituri din vânzări nu mai puțin de 54511,21 mii lei.

Rezultatele calculului efectuat în Tabelul 2 denotă că în întreprinderile agricole din raionul Ungheni toate produsele vegetale (cu excepția legumelor) au o contribuție relativ înaltă în obținerea veniturilor. Astfel, cel mai înalt nivel al ratei marjei de contribuție (>55%) se constată la floarea-soarelui, după care urmează strugurii, produsele cerealiere, sfecla de zahăr, fructele și pomușoarele, tutunul. La fel, ținem să menționăm că cu cât

mai redusă este ponderea consumurilor variabile în costul produselor agricole, cu atât mai mare este rata marjei de contribuție. De exemplu, la floarea-soarelui, struguri, porumb cu cel mai înalt nivel al ratei marjei de contribuție ponderea consumurilor variabile constituie, respectiv, 33,76%, 18,3% și 35,55%. Însă, valoarea absolută a marjei de contribuție pe unitate de produs este mai înaltă la tutun și la produsele animaliere, unde ponderea consumurilor variabile variază de la 68,64% (porcine în masă vie) până la 95,39% (bovine în masă vie).

Utilizând datele din Tabelul 2 și formulele (6), (7), (8), vom determina pragul rentabilității, indicatorul siguranței și coeficientul securității financiare în profilul produselor agricole (Tab.3).

Tabelul 3

Calculul pragului de rentabilitate, indicatorului de siguranță și al coeficientului securității financiare la produsele agricole din raionul Ungheni, în medie pe anii 2008-2010

Denumirea produselor	Pragul de rentabilitate		Indicatorul siguranței, ± chintale	Coeficientul securității financiare, ± %
	în unități naturale, chintale	în unități valorice, mii lei		
Grâu	119887,3	19084,9	+56732,7	+32,12
Leguminoase-boabe	681,8	324,6	+889,2	+56,6
Porumb	38298,1	5434,5	+171689	+30,95
Floarea soarelui	34395,9	10947,9	37959,1	+52,46
Sfecla de zahăr	248117,6	9153,1	+127099,4	+33,87
Legume	14234,2	2824,6	-1196,2	-9,17
Fruite și pomușoare	20985,0	2890,7	-3190,0	-17,93
Struguri	2286,8	361,2	-773,8	-51,14
Porcine în masă vie	447,1	1431,0,0	+235,9	+34,54
Păsări în masă vie	3316,7	8147,2	-2038,7	-159,52

Notă: pragul rentabilității în unități naturale și valorice este rotunjit cu aproximație.

Rezultatele calculelor (Tab.3) ne permit să constatăm că la majoritatea produselor agricole are loc depășirea volumului efectiv al vânzărilor în raport cu pragul rentabilității. Astfel, în cazul reducerii cantității vândute de grâu cu 32,12%, de porumb cu 30,95%, de sfeclă de zahăr cu 33,87% întreprinderile agricole din raionul Ungheni nu vor suporta pierderi. Coeficientul securității financiare la leguminoase-boabe și la floarea-soarelui constituie, respectiv, 56,6% și 52,46%, ceea ce atestă o rezervă impunătoare a securității financiare.

Concomitent, datele Tabelului 3 denotă că la legume, fructe, struguri și păsări în masă vie volumul efectiv al vânzărilor nu a atins punctul critic, fapt ce semnifică că aceste produse nu sunt rentabile.

Calculul efectuat (Tab.3) demonstrează că, pentru a acoperi toate consumurile de producție și cheltuielile comerciale, întreprinderile agricole din raionul Ungheni trebuie să majoreze volumul vânzărilor la legume cu 1196,2 q; la fructe și struguri, respectiv, cu 3190 q și 773,8 q; la păsări în masă vie cu 2038,7 q. În consecință, veniturile din vânzări în ansamblu pe raion se vor majora cu 6106,9 mii lei, sau cu 7,21% față de media pe anii 2008-2010.

Astfel, rezultatele diagnosticului pragului rentabilității ne-au permis să stabilim dimensiunea la care producția poate să devină rentabilă.

Metodologia diagnosticării în baza metodei marjei de contribuție poate fi utilizată și pentru cuantificarea influenței consumurilor și cheltuielilor variabile și constante, volumului vânzărilor și a prețurilor de vânzare asupra modificării pragului rentabilității. Astfel, în cazul sporirii prețurilor la produsele vândute, pentru obținerea pragului rentabilității întreprinderea trebuie să vândă mai puține produse, și invers: în cazul reducerii prețurilor de vânzare, pragul rentabilității va crește. Majorarea consumurilor și cheltuielilor variabile și constante duce la creșterea pragului rentabilității și la micșorarea indicatorului siguranței. Din aceste considerente, fiecare întreprindere tinde să reducă cota consumurilor și cheltuielilor constante pe unitate de produs, să micșoreze pragul rentabilității și să majoreze coeficientul securității financiare. Calculul influenței factorilor la devierea pragului rentabilității poate fi efectuat utilizând metoda substituțiilor în lanț (Tab.4).

Tabelul 4

**Calculul influenței factorilor la modificarea pragului rentabilității
la sfecla de zahăr în întreprinderile agricole din raionul Ungheni**

Nr. calcu- lului	Substi- tuția	Factorii corelați			Pragul rentabilității, q/ha	Calculul influenței factorilor	Rezultatul influenței, +/- q/ha	Denumirea factorilor
		Consumuri variabile (CV) la 1 q de sfeclă, lei	Consumuri constante (CC) la hectar, lei	Prețul mediu de vânzare, lei				
1	0	10.13	6726.47	31.71	311.7	-	-	-
2	1	13.69	6726.47	31.71	373.3	373.3-311.7	+61.6	↑CV
3	2	13.69	6845.55	31.71	379.9	379.9-373.3	+6.6	↑CC
4	3	13.69	6845.55	45.7	213.9	213.9-379.9	-166	↑P
În total	X	X	X	X	X	-97.8	X	X

Verificare : $213,9-311,7 = -97,8$ q/ha

Calculule efectuate în Tabelul 4 demonstrează că în cazul majorării sumei consumurilor variabile la 1 q sfeclă cu 3,56 lei se va majora suma consumurilor totale, ceea ce va condiționa majorarea pragului rentabilității cu 61,6 q/ha și, în consecință, se va reduce profitul. Sub influența majorării consumurilor constante la hectar cu 119,08 lei întreprinderile agricole trebuie să majoreze pragul rentabilității cu 6,6 q/ha, fapt ce se apreciază negativ. Concomitent, sub influența majorării prețului mediu de vânzare cu 13,99 lei se constată reducerea pragului rentabilității cu 166 q/ha, ceea ce este favorabil și se apreciază pozitiv. Influența acestui factor a fost decisivă și, în consecință, pragul rentabilității la sfecla de zahăr a diminuat cu 97,8 q/ha, ceea ce este benefic pentru întreprinderile agricole.

În continuare vom calcula influența volumului vânzării, consumurilor și a prețului de vânzare asupra modificării coeficientului siguranței financiare (Tab.5).

Tabelul 5

**Calculul influenței factorilor la modificarea coeficientului siguranței financiare
la producția de fructe în întreprinderile agricole din raionul Orhei**

Nr. calcu- lului	Sub- stituția	Factorii corelați				Coeficientul siguranței financiare, %	Calculul influenței factorilor	Rezultatul influenței, +/- p.p.	Denumirea factorilor
		Volumul planificat al vânzării	Consumuri variabile pe o unit. de produs	Consumuri constante totale	Prețul mediu de vânzare				
1	0	73800	114,37	7807.5	234.52	11,95	-	-	-
2	1	75000	114,37	7807.5	234.52	13,36	13,36-11,95	+1,41	↑Q
3	2	75000	131,41	7807.5	234.52	-0,96	-0,96-13,36	-14,32	↑CV
4	3	75000	131,41	9116	234.52	-17,88	-17,88+0,96	-16,92	↑CC
5	4	75000	131,41	9116	285.17	20,95	20,95+17,88	+38,83	↑P
În total	X	X	X	X	X	X	X	+9	X

Verificare: $20,95-11,95 = +9,0$ puncte procentuale

Din calculele efectuate în Tabelul 5 rezultă că coeficientul siguranței financiare la producția de fructe a sporit cu 9 puncte procentuale, ceea ce se apreciază favorabil. Această creștere a fost determinată de majorarea volumului vânzării și a prețului mediu de vânzare. Majorarea consumurilor variabile și constante a condus la reducerea coeficientului siguranței cu 14,32 și 16,92 puncte procentuale. Însă, o influență majoră asupra creșterii coeficientului securității exercită majorarea prețului de vânzare, care a contribuit la creșterea indicatorului rezultativ cu 38,83 puncte procentuale.

Diagnosticul pragului de rentabilitate permite cuantificarea profitului optim, care poate fi obținut pe seama creșterii volumului fizic al producției, respectiv a veniturilor din vânzări, reducerii consumurilor. Concomitent, aceste rezultate vizează și corecții operative ale eventualelor situații, având influențe pozitive la diminuarea efectelor nefavorabile, cum ar fi riscul de a da faliment.

În acest context, analiza-diagnostic a pragului rentabilității servește ca bază pentru pronosticul profitului. În continuare vom prezenta rezultatele calculului privind pronosticul profitului brut și rata rentabilității în profilul produselor agricole (Tab.6).

Tabelul 6

Pronosticul profitului brut și al ratei rentabilității produselor agricole în raionul Ungheni

Produse	În medie 2008-2010			Pronostic pentru anul 2013		
	Venituri din vânzări, mii lei	Profitul brut, mii lei	Rata rentabilității, %	Venituri din vânzări, mii lei	Profitul brut, mii lei	Rata rentabilității, %
Grâu	28116	6471	23,02	30927,6	9282,6	30,02
Porumb	7870,7	1764,4	22,42	8657,77	2551,47	29,47
Floarea-soarelui	23029,7	9725,7	42,23	25332,67	12028,67	47,48
Sfecla de zahăr	13842,3	3111	22,47	15226,53	4495,23	29,52
Tutun	416	130	31,27	457,6	171,6	37,50
Legume	2587,3	-101	-3,90	2846,03	157,73	5,54
Fructe	2451,3	-278	-11,34	2696,43	-32,87	-1,22
Struguri	239	-91,3	-38,2	262,9	-67,4	-25,63
Porcine în masa vie	2186	310,3	14,19	2404,6	528,9	22
Lapte integral	13,2	3,3	25,0	14,52	4,62	31,82

Conform calculului efectuat în Tabelul 6, observăm că în cazul creșterii venitului din vânzări cu 10% are loc o majorare și a profitului brut, și a ratei rentabilității. La producția de grâu se prognozează creșterea profitului brut de la 6471 mii lei până la 9282,6 mii lei și, respectiv, rata rentabilității va atinge în anul 2013 nivelul de 30,02%, deci o majorare cu 7,0 puncte procentuale față de media pe anii 2008-2010.

Majorând cu 10% cantitatea vândută de legume, producția devine rentabilă și profitul brut va alcătui 157,73 mii lei. La producția de fructe și struguri pierderile se reduc cu 245,1 și 23,9 mii lei, sau cu 88,2 și 26,2%, respectiv.

Rezultatele cercetărilor efectuate ne-au permis să formulăm următoarele **concluzii**:

1. În structura costurilor produselor cerealiere și de floarea-soarelui cota preponderentă revine consumurilor convențional-constante. La produsele agricole ce necesită un nivel sporit al consumurilor de muncă vie, cum sunt tutunul, legumele, sfecla de zahăr, strugurii, ponderea principală o dețin consumurile convențional-variabile.

2. A fost calculată marja de contribuție în profilul culturilor agricole pentru a determina volumul producției necesar recuperării consumurilor și cheltuielilor în condițiile unui rezultat financiar operațional nul.

3. În rezultatul diagnosticării pragului de rentabilitate a fost calculat volumul producției în expresie naturală și valorică, necesar pentru a înregistra un anumit quantum al profitului și a asigura pentru întreprinderile agricole o activitate profitabilă.

4. Utilizând metoda marjei de contribuție, au fost determinate valorile prognozate ale veniturilor din vânzări, profitului brut și ale ratei rentabilității produselor agricole.

5. Rezultatele analizei factoriale a pragului rentabilității și a coeficientului securității financiare ne-au permis să determinăm cu câte unități valorice poate fi redus volumul vânzărilor de produse agricole fără riscul de a suporta pierderi.

6. Prin diagnosticul pragului de rentabilitate s-au cuantificat factorii ce au determinat o anumită situație, astfel încât să se poată interveni prin decizii operative la preîntâmpinarea stării de dificultate economică sau de regres al performanțelor financiare. Considerăm că managementul întreprinderilor agricole trebuie să folosească metodologii adecvate de diagnoză ce ar permite adaptarea ofertei de produse la cererea de piață și obținerea profitului optim.

Referințe:

1. Bucur I. Diagnostic economico-financiar. - Cartea Universitară, 2006, p.125.
2. Petrescu S., Sedcău L. Diagnostic economico-financiar: metodologie, studii de caz. - Iași, 2004, p.54.

Alte surse:

1. Țiriulnicova N. și alții. Analiza rapoartelor financiare (ediție revizuită). - Chișinău: ACAP, 2011.
2. Vâlceanu Gh., Robu V., Georgescu N. Analiza economico-financiară. - București: Editura Economică, 2005.

Prezentat la 06.05.2012