

ASPECTE APLICATIVE ALE ANALIZEI COSTURILOR LA 1 LEU VENITURI DIN VÂNZĂRI

APPLICATIVE ASPECTS OF COST ANALYSIS AT 1 LEI OF SALES INCOME

Nelea CHIRILOV, dr., conf. univ., ASEM,

e-mail: chirilovnv@gmail.com

Victoria GHEORGHINĂ, ASEM,

e-mail: gheorghina.victoria@gmail.com

Abstract: *At the present time the costs at 1 leu of sales income have to be thoroughly analysed due to the fact that these costs reflect managers' aspects which refer to the management of operational activity and influence the financial performances of the entity. This article presents various practical aspects such as: general appreciation of the size and the evolution of the costs at 1 leu of income sales and causal analysis of the costs at 1 leu of sales income.*

Keywords: costs at 1 leu of sales income; cost of sales; sales income; analytical method; synthetical method; chain substitution method.

JEL classification M 41, C41, O12

Introducere.

Analiza costurilor la 1 leu venituri din vânzări este deosebit de relevantă pentru activitatea de gestiune și control, deoarece reliefează atât modul de folosire și valorificare a tuturor categoriilor de resurse (materiale, financiare, umane), cât și impactul alocării acestora asupra parametrilor de performanță ale entității.

Așa dar, costurile la 1 leu venituri din vânzări este un instrument important în activitatea de gestionare a entității prin aceea că informează managerii asupra desfășurării activității operaționale, dar este folosit și pentru a identifica direcțiile strategice de acțiune pe viitor. În acest sens, optimizarea mărimii costurilor la 1 leu venituri din vânzări reprezintă acțiuni prioritare ale managementului entității.

Analiza costurilor la 1 leu venituri din vânzări are rolul de a evidenția evoluția acestora în dinamică și pe structură, precum și factorii care influențează asupra nivelului lor, în scopul identificării rezervelor de reducere a acestora, a căror mobilizare constituie premisa creșterii eficienței și performanțelor economico-financiare.

Indicatorul **costurile la 1 lei venituri din vânzări** ($C_{1\text{leu}_{vv}}$) poate fi exprimat cu ajutorul relației:

$$C_{1\text{leu}_{vv}} = \frac{\sum qc}{\sum qp} \times 100$$

în care:

q – cantitatea vândută;

c – costul unitar al produselor, mărfurilor, serviciilor;

p – prețul mediu de vânzare (exclusiv TVA).

Prin urmare, costurile la 1 lei venituri din vânzări stabilește legătură între costul vânzărilor, veniturile din vânzări și rentabilitatea vânzărilor, limita maximă 1 constituie *pragul de rentabilitate*, la care veniturile din vânzări egalează costul vânzărilor, atingându-se *punctul critic* (profitul brut = 0).

Aprecierea generală a mărimii și evoluției costurilor la 1 leu venituri din vânzări.

Analiza mărimii și evoluției costurilor la 1 leu venituri din vânzări are menirea de a examina dimensiunea lor absolută și relativă în comparație cu realizările anilor precedenți și/sau obiectivele stabilite în planul de afaceri.

Confruntarea datelor reale privind costurile la 1 leu venituri din vânzări cu nivelul programat în planul de afaceri devine necesară, de exemplu, permite aprecierea îndeplinirii obiectivelor

stabilite în planul de afaceri pentru anumite perioade de timp.

Pentru aprecierea mărimii și evoluției costurilor la 1 leu venituri din vânzări este rațională, de asemenea, examinarea acestora în concordanță cu dinamica costurilor și cheltuielilor totale și volumului activității entității. În acest scop se folosește *metoda de analiză pe orizontală*. Această metodă presupune compararea indicatorilor relativi de modificare a costurilor la 1 leu venituri din vânzări, costurilor și cheltuielilor totale și volumului activității entității. De menționat că pentru evaluarea volumului activității entității pot fi aplicate veniturile din vânzări.

Compararea evoluției costurilor la 1 leu venituri din vânzări în concordanță cu dinamica veniturilor din vânzări permite aprecierea eficienței desfășurării activității operaționale. Se apreciază favorabil situația în care ritmul creșterii veniturilor depășește indicatorul similar al modificării costurilor la 1 leu venituri din vânzări. În asemenea condiții devine evidentă gestiunea reușită a activității operaționale din partea managerilor entității.

În cele ce urmează, în tabelul 1, va fi prezentată analiza mărimii și evoluției costurilor la 1 leu venituri din vânzări prin metoda de analiză pe orizontală.

Tabelul 1. Analiza mărimii și evoluției costurilor la 1 leu venituri din vânzări în dinamică

Indicatori	Anul precedent	Anul curent	Abaterea absolută	Ritmul creșterii, %
1	2	3	4=3-2	5=3÷2×100
1. Costul vânzărilor - total, lei inclusiv:	1 068 567	1 055 114	-13 453	98,74
1.1. Valoarea contabilă a produselor vândute	1 045 010	1 023 310	-21 700	97,92
1.2. Valoarea contabilă a mărfurilor vândute	22 416	30 719	+8 303	137,04
1.3. Costul serviciilor prestate	1 141	1 085	-56	95,09
2. Venituri din vânzări - total, lei inclusiv:	2 485 937	2 621 817	+135 880	105,47
2.1. Venituri din vânzarea produselor	2 451 000	2 578 825	+127 825	105,22
2.2. Venituri din vânzarea mărfurilor	32 548	41 070	+8 522	126,18
2.3. Venituri din prestarea serviciilor	2 389	1 922	-467	80,45
3. Costurile la 1 lei venituri din vânzări, bani la 1 leu ((rd. 1÷ rd. 2)×100)	42,98	40,24	-2,74	93,62
4. Costurile la 1 lei producție-vândută, bani la 1 leu ((rd. 1.1 ÷ rd. 2.1)×100)	42,64	39,68	-2,96	93,06
5. Costurile la 1 lei marfă-vândută, bani la 1 leu ((rd. 1.2÷ rd. 2.2)×100)	68,87	74,80	+5,93	108,61
6. Costurile la 1 lei servicii prestate, bani la 1 leu ((rd. 1.3÷ rd. 2.3)×100)	47,76	56,45	+8,69	118,20

Sursă: Elaborat de autori în baza datelor anexei 7 la SNC „Prezentarea situațiilor financiare”, și anume informațiile privind veniturile și cheltuielile și/sau borderourile evidenței analitice la conturile 611 „Venituri din vânzări” și 711 „Costul vânzărilor”.

Din datele tabelului 1 rezultă, că în dinamică se evidențiază o tendință pozitivă de scădere a costurilor la 1 leu venituri din vânzări cu 2,74 bani sau cu 6,38 puncte procentuale, în anul curent față de anul precedent. De asemenea, se observă o diminuare și a costurilor la 1 lei producție-vândută cu 2,96 bani, fapt ce se apreciază favorabil, deoarece condiționează majorarea profitului brut din vânzarea produselor și creșterea rentabilității producției vândute. Concomitent se înregistrează majorarea costurilor la 1 lei marfă-vândută cu 5,93 bani și creșterea costurilor la un lei servicii prestate cu 8,69 bani, în anul curent față de anul precedent, ceea ce se apreciază negativ, deoarece va conduce la diminuarea profitului brut și rentabilității vânzărilor.

Atrage atenție faptul că ritmul creșterii veniturilor din vânzări considerabil depășește indicii aferenți costurilor la 1 leu venituri din vânzări. Această situație semnifică gestiunea eficientă a

activității operaționale din partea managerilor entității. Ultima concluzie reiese din faptul că o dată cu creșterea veniturilor din vânzări, are loc reducerea considerabilă a costului vânzărilor.

Analiza cauzală a costurilor la 1 leu venituri din vânzări

Un alt aspect analitic, care necesită examinare profundă, ține de analiza costurilor la 1 leu venituri din vânzări din punct de vedere cauzal. Pentru analiza cauzelor și căilor de modificare a costurilor la 1 leu venituri din vânzări savanții români Anca Maria Hristea [1, p.190-192], Vâlceanu Gh., Robu V., Georgescu N. [2, p.188-190] și W.Păvăloaia, M.D. Paraschivescu, Gheorghie Lepădatu ș.a. [3, p.158-161] recomandă trei factori de influență, și anume:

1) Modificarea structurii volumului fizic al produselor vândute (mărfurilor vândute, serviciilor prestate) - exercită o influență indirectă asupra mărimii costurilor la 1 leu venituri din vânzări. O dată cu majorarea ponderii produselor (mărfurilor, serviciilor prestate) mai rentabile în suma totală a volumului vânzărilor, scade și suma costurilor la 1 leu venituri din vânzări, și invers, micșorarea ponderii produselor (mărfurilor, serviciilor prestate) mai rentabile conduce la majorarea mărimii costurilor la 1 leu venituri din vânzări.

2) Modificarea costurilor unitare al produselor (mărfurilor, serviciilor prestate) - are o influență directă asupra costurilor la 1 leu venituri din vânzări: creșterea costului unitare al produselor (mărfurilor, serviciilor prestate) conduce la majorarea costurilor la 1 lei venituri din vânzări, iar micșorarea costurilor unitare - la scăderea costurilor la 1 leu venituri din vânzări.

3) Modificarea prețurilor medii de vânzare al produselor (mărfurilor, serviciilor prestate) - influențează indirect mărimea costurilor la 1 leu venituri din vânzări: creșterea prețurilor medii de vânzare al produselor (mărfurilor, serviciilor prestate) condiționează micșorarea costurilor la 1 lei venituri din vânzări, și invers.

Pentru calculul influenței acestor factori asupra modificării costurilor la 1 leu venituri din vânzări, în condițiile actualului sistem contabil apare necesitatea unei prelucrări suplimentare a informației utilizate în procesul analizei.

Astfel, este necesară recalcularea veniturilor din vânzări și costurilor vânzărilor obținute în perioada de gestiune curentă, luând în considerație condițiile de activitate din perioada precedentă și/sau nivelul programat. Această recalculare poate fi efectuată prin mai multe metode de calcul, cum ar fi: *metoda analitică*; *metoda sintetică*; *metoda combinată* (în care persistă atât calculul analitic, cât și cel sintetic).

Recalcularea indicatorilor prin **metoda sintetică** presupune recalcularea veniturilor din vânzări și costurilor vânzărilor în baza unor coeficienți de recalculare, care preventiv se determină prin mai multe calcule specifice. Rezultatele obținute prin această metodă pot fi utilizate cu succes în condițiile când nu dispunem de informație detaliată la acest compartiment de analiză.

În continuare, vom prezenta **analiza factorială a costului la 1 leu venituri din vânzarea mărfurilor**. Pentru recalcularea valorii contabile a mărfurilor vândute și veniturilor din vânzarea mărfurilor în condițiile cantității mărfurilor vândute în anul curent, costurile unitare al mărfurilor ale anului precedent și prețurile medii de vânzare al mărfurilor ale anului precedent s-a aplicat *metoda sintetică*.

Tabelul 2.

Date inițiale pentru recalcularea valorii contabile a mărfurilor vândute și veniturilor din vânzarea mărfurilor prin metoda sintetică

Indicatori	Anul precedent, lei	Anul curent, lei	Ritmul creșterii, %
1	2	3	4=3÷2×100
1. Venituri din vânzări - total, <i>din care:</i>	2 485 937	2 621 817	105,47
1.1. Venituri din vânzarea mărfurilor	32 548	41 070	126,18
2. Costul vânzărilor - total, <i>din care:</i>	1 068 567	1 055 114	98,74
2.1. Valoarea contabilă a mărfurilor vândute	22 416	30 719	137,04

Sursă: Elaborat de autori în baza datelor anexei 7 la SNC „Prezentarea situațiilor financiare”, și anume informațiile privind veniturile și cheltuielile și/sau borderourile evidenței analitice la conturile 611 „Venituri din vânzări” și 711 „Costul vânzărilor”.

Pentru determinarea valorii recalculate a veniturilor din vânzarea mărfurilor calculăm coeficientului de recalcare pentru veniturile din vânzarea mărfurilor:

$$\text{Coeficientul de recalcare 1} = \frac{\text{Ritmul creșterii veniturilor din vânzarea mărfurilor}}{\text{Ritmul creșterii veniturilor din vânzări totale}} = \frac{126,18}{105,47} = 1,1963 \text{ unități}$$

În baza coeficientului de recalcare 1, calculăm valoarea recalculată a veniturilor din vânzarea mărfurilor:

$$\text{Venituri din vânzarea mărfurilor recalculate} = \text{Veniturile din vânzarea mărfurilor ale anului curent} \times \text{Coeficientul de recalcare 1} = 41070 \times 1,1963 = 49132,041 \text{ lei}$$

Pentru determinarea valorii recalculate a valorii contabile a mărfurilor vândute, mai întâi calculăm coeficientul de recalcare 2:

$$\text{Coeficientul de recalcare 2} = \frac{\text{Ritmul creșterii valorii contabile a mărfurilor vândute}}{\text{Ritmul creșterii costului vânzărilor totale}} = \frac{137,04}{98,78} = 1,3873 \text{ unități}$$

Calculăm valoarea recalculată a valorii contabile a mărfurilor vândute:

$$\text{Valoarea contabilă a mărfurilor vândute recalculate} = \text{Valoarea contabilă a mărfurilor vândute ale anului curent} \times \text{Coeficientul de recalcare 2} = 30719 \times 1,3873 = 42616,469 \text{ lei}$$

Pentru calculul influenței factorilor asupra modificării costului la 1 leu venituri din vânzarea mărfurilor selectăm datele inițiale în tabelul analitic 3.

Tabelul 3. Date inițiale privind analiza factorială a costului la 1 leu venituri din vânzarea mărfurilor

Indicatori	Anul precedent	Recalculat 1	Anul curent
1	2	3	4
1. Valoarea contabilă a mărfurilor vândute, lei	22 416	42616,469	30 719
2. Venituri din vânzarea mărfurilor, lei	32 548	49132,041	41 070
3. Costurile la 1 lei marfă-vândută, bani la 1 leu ((rd. 1 ÷ rd. 2) × 100)	68,87	86,74	74,80

Sursă: Elaborat de autori în baza datelor tabelului 2 și datelor recalculate mai sus.

Notă: Recalculat 1 din tabelul 3 – reprezintă nivelul recalculat în condițiile cantității mărfurilor vândute în anul curent, costurilor unitare al mărfurilor ale anului precedent și prețurilor medii de vânzare al mărfurilor ale anului precedent.

În baza calculelor efectuate în tabelul 3, calculăm abaterea absolută a costurilor la 1 lei marfă-vândută: $C_{1\text{leu}_{vv}}^{ACurent} - C_{1\text{leu}_{vv}}^{APr precedent} = 74,80 - 68,87 = +5,93$ bani la 1 leu

Majorarea cu 5,93 bani la 1 leu a costurilor la 1 lei marfă-vândută se explică prin influența celor trei factori, astfel:

1. Modificarea structurii mărfurilor vândute:

$$C_{1\text{leu}_{vv}}^{\text{Recalculat 1}} - C_{1\text{leu}_{vv}}^{APr precedent} = \frac{\sum q_1 c_0}{\sum q_1 p_0} \times 100 - \frac{\sum q_0 c_0}{\sum q_0 p_0} \times 100 = 86,74 - 68,87 = +17,87 \text{ bani la 1 leu.}$$

Rezultă că structura mărfurilor vândute a exercitat o influență nefavorabilă, majorând costurile la 1 lei marfă-vândută cu 17,87 bani la un leu. Aceasta se explică prin faptul că a scăzut ponderea mărfurilor care au nivelul efectiv al costurilor la 1 lei vânzări mai mic decât cel mediu prognozat de întreprindere.

2. Modificarea costurilor unitare al mărfurilor:

$$C_{1\text{leu}_{vv}}^{\text{Re calculat 2}} - C_{1\text{leu}_{vv}}^{\text{Re calculat 1}} = \frac{\sum q_1 c_1}{\sum q_1 p_0} \times 100 - \frac{\sum q_1 c_0}{\sum q_1 p_0} \times 100 = \frac{30719}{49132,041} \times 100 - 86,74 = 62,52 - 86,74 = -24,22$$

bani la 1 leu.

Datele arată că în anul curent, costurile unitare ale mărfurilor au înregistrat o tendință de scădere și s-a concretizat în diminuarea costurilor la 1 lei marfă-vândută cu 24,22 bani la un leu. Această situație va favoriza creșterea profitului brut din vânzarea mărfurilor și nivelului rentabilității vânzării mărfurilor.

Trebuie de menționat faptul, că costurile unitare pot înregistra oscilații datorită unor cauze diverse: modificarea prețurilor de achiziție a mărfurilor de la furnizori, modificarea cheltuielilor de transport, stocare, gestionare etc.

3. Modificarea prețurilor medii de vânzare al mărfurilor:

$$C_{1\text{leu}_{vv}}^{\text{ACurent}} - C_{1\text{leu}_{vv}}^{\text{Re calculat 2}} = \frac{\sum q_1 c_1}{\sum q_1 p_1} \times 100 - \frac{\sum q_1 c_1}{\sum q_1 p_0} \times 100 = 74,80 - 62,52 = +12,28 \text{ bani la 1 leu.}$$

Diminuarea față de nivelul anului precedent a prețurilor medii de vânzare a condus la o majorare a nivelului costurilor la 1 lei marfă-vândută cu 12,28 bani la un leu, ceea ce înseamnă micșorarea profitului brut din vânzarea mărfurilor. În general se poate spune că diminuarea prețurilor de vânzare este determinată de: scăderea cererii, politicile monetare și financiare, imaginea de marcă, modificarea calității ofertei etc.

Verificarea influenței factorilor asupra devierii costurilor la un lei marfă-vândută:

$$74,80 - 68,87 = +17,87 + (-24,22) + 12,28 = +5,93 \text{ bani la 1 leu.}$$

În calitate de **avantaje** ale metodei sintetice de recalculare a indicatorilor, pot fi numite:

- simplitatea și ușurința calculării coeficienților de recalculare;
- accesibilitatea sursei informaționale – anexa 7 la SNC „Prezentarea situațiilor financiare”, și anume informațiile privind veniturile și cheltuielile.

Printre **dezavantajele** metodei sintetice de recalculare poate fi menționat faptul, că mărimile recalculate a indicatorilor nu sunt exacte, adică au un grad înalt de aproximație. Acest fapt ne permite să constatăm că informația oferită utilizatorilor nu a fost pe deplin exactă.

În calitate de cea mai perfectă metodă de recalculare a indicatorilor pentru analiza cauzală a costurilor la 1 leu venituri din vânzări este **metoda analitică**. Aplicarea acestei metode presupune obținerea unor rezultate veridice cu privire la nivelul recalculat al veniturilor din vânzări și costului vânzărilor, și va asigura respectarea cerințelor de transparență a informației furnizate utilizatorilor.

În cele ce urmează, în tabelul 4, s-a ilustrat modul de recalculare a valorii contabile a produselor vândute și veniturilor din vânzarea produselor prin *metoda analitică*.

Tabelul 4. Modul de recalculare a valorii contabile a produselor vândute și veniturilor din vânzarea produselor prin metoda analitică

Tipuri de produse	Cantitatea vândută (unități fizice)		Cost unitar pe unitate de produs, lei		Prețul mediu unitar, lei		Valoarea contabilă a produselor vândute, lei			Venitul din vânzarea produselor, lei		
	Anul precedent	Anul curent	Anul precedent	Anul curent	Anul precedent	Anul curent	Anul precedent	Recalculat	Anul curent	Anul precedent	Recalculat	Anul curent
<i>Symbol</i>	q_0	q_1	c_0	c_1	p_0	p_1	$q_0 \times c_0$	$q_1 \times c_0$	$q_1 \times c_1$	$q_0 \times p_0$	$q_1 \times p_0$	$q_1 \times p_1$
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Dulap	23	25	8500	8750	15400	15999	195500	212500	218750	354200	385000	399975
Dormitor	27	31	6000	5800	12500	13450	162000	186000	179800	337500	387500	416950
Noptieră	26	30	540	550	1900	2100	14 040	16200	16500	49400	57000	63000
Fotoliu	36	24	1100	1100	3300	3500	39600	26400	26400	118800	79200	84000
Scaun	96	112	320	280	1000	950	30720	35840	31360	96000	112000	106400

Masă	43	39	1050	1050	3500	3800	45150	40950	40950	150500	136500	148200
Canapea	54	47	2000	2150	7400	7900	108000	94000	101050	399600	347800	371300
Bucătărie	45	43	10000	9500	21000	23000	450000	430000	408500	945000	903000	989000
Total	X	X	X	X	X	X	1045010	1041890	1023310	2451000	2408000	2578825

Sursă: Elaborat de autori în baza datelor din: borderourile evidenței analitice la conturile 611 „Venituri din vânzări” și 711 „Costul vânzării”; cercetarea statistică anuală a produselor industriale PRODMOLD-A; calculația costului produselor.

În continuare, s-a prezentat metodica analizei cauzale a costurilor la 1 leu venituri din vânzarea produselor, prin metoda substituțiilor în lanț.

Tabelul 5. Date inițiale privind analiza factorială a costului la 1 leu venituri din vânzarea produselor

Indicatori	Anul precedent	Recalculat 1	Anul curent
1	2	3	4
1. Valoarea contabilă a produselor vândute, lei	1 045 010	1 041 890	1 023 310
2. Venituri din vânzarea produselor, lei	2 451 000	2 408 000	2 578 825
3. Costurile la un lei produs -vândut, bani la 1 leu ((rd. 1÷ rd. 2)×100)	42,64	43,27	39,68

Sursă: Elaborat de autori în baza datelor tabelului 4

Notă: Recalculat 1 din tabelul 5 – reprezintă nivelul recalculat în condițiile cantității mărfurilor vândute în anul curent, costurilor unitare al mărfurilor ale anului precedent și prețurilor medii de vânzare al mărfurilor ale anului precedent.

În baza datelor tabelului 5, calculăm abaterea absolută a costurilor la 1 lei producție-vândută: $C_{1\text{leu}_{vv}}^{ACurent} - C_{1\text{leu}_{vv}}^{A\text{Precedent}} = 39,68 - 42,64 = -2,96$ bani la 1 leu.

Micșorarea cu 2,96 bani la 1 leu a costurilor la 1 lei producție-vândută se explică prin mărimea influenței factorilor determinată în tabelul 6.

Tabelul 6. Calculul influenței factorilor la devierea costurilor la 1 lei producție-vândută

Denumirea factorilor	Metoda de calcul	Calculul influenței factorilor	Mărimea influenței factorilor, bani la 1 leu
1	2	3	4
1. Modificarea structurii produselor vândute	$C_{1\text{leu}_{vv}}^{\text{Re calculat } 1} - C_{1\text{leu}_{vv}}^{A\text{Precedent}} = \frac{\sum q_1 c_0}{\sum q_1 P_0} \times 100 - \frac{\sum q_0 c_0}{\sum q_0 P_0} \times 100$	43,27-42,64	+0,63
2. Modificarea costurilor unitare ale produselor	$C_{1\text{leu}_{vv}}^{\text{Re calculat } 2} - C_{1\text{leu}_{vv}}^{\text{Re calculat } 1} = \frac{\sum q_1 c_1}{\sum q_1 P_0} \times 100 - \frac{\sum q_1 c_0}{\sum q_1 P_0} \times 100$	42,50-43,27	-0,77
3. Modificarea prețurilor medii de vânzare al produselor	$C_{1\text{leu}_{vv}}^{ACurent} - C_{1\text{leu}_{vv}}^{\text{Re calculat } 2} = \frac{\sum q_1 c_1}{\sum q_1 P_1} \times 100 - \frac{\sum q_1 c_1}{\sum q_1 P_0} \times 100$	39,68-42,50	-2,82
Total	X	X	-2,96

Sursă: Elaborat de autori în baza datelor tabelului 5.

Verificare: $39,68 - 42,64 = +0,63 + (-0,77) + (-2,82) = -2,96$ bani la un leu.

După cum am menționat, în tabelul 6 a fost aprofundată analiza cauzală a costurilor la 1 lei producție-vândută, care oferă explicații referitor la micșorarea acestora cu 2,96 bani la 1 leu.

Această situației a fost determinată de creșterea prețurilor medii de vânzare al produselor, în anul curent față de anul precedent, ceea ce a condus la scăderea nivelului costurilor la 1 lei producție vândută cu 2,82 bani la un leu. În general, se poate spune că creșterea prețurilor de vânzare este

determinată de schimbarea raportului cerere-ofertă. La nivelul fiecărui producător și, respectiv, ofertant de produse, pot fi identificate unele cauze cum ar fi: calitatea produselor, marca de fabrică (producție), schimbarea destinației produsului, intervenția statului în cazul unor produse de importantă națională sau strategică, acordarea de bonificații sau remize.

De asemenea favorabil a influențat și diminuarea costurilor unitare al produselor, ceea ce a avut ca efect diminuarea costurilor la 1 lei producție-vândută cu 0,77 bani la un leu. Din punct de vedere metodologic, pentru o edificare completă asupra situației, este necesară analiza elementelor componente ale costului unitar al producției și a cauzelor care au determinat modificarea acestora. Este cunoscut faptul că prețul tuturor categoriilor de resurse (materiale, financiare, umane) este o componentă a costului, care se poate modifica independent de activitatea entității.

În același timp, modificarea structurii produselor vândute a influențat creșterea costurilor la 1 lei producție-vândută cu 0,63 bani la un leu, datorită modificărilor în structura vânzărilor în favoarea produselor mai puțin rentabile. Așa după cum s-a mai precizat, structura producției vândute poate fi considerată atât ca factor de explicare a rezultatului, cât și de realizare a unui obiectiv prevăzut. În consecință, în activitatea practică este absolut necesar să se precizeze condițiile în care s-au produs modificările în structura producției vândute, avându-se în vedere efectele multiple directe și indirecte pe care le determină.

Concluzii.

Generalizând cele expuse, conchidem că, în practica economică, rezultatele analizei costurilor la 1 leu venituri din vânzări vor influența benefic procesul decizional și, ca urmare, vor asigura optimizarea deciziilor economice adoptate. În scopul optimizării deciziilor economice, autorii recomandă aplicarea rezultatelor analizei în următoarele situații ale procesului decizional: analiza calității managementului activității operaționale al entității, aprecierea asigurării și menținerii echilibrului financiar, identificarea performanțelor financiare ale entității etc.

Referințe bibliografice:

1. Anca Maria Hristea. Analiza economică și financiară a activității întreprinderii. De la instituție la știință. Volumul 1. Ed. a II-a. București: Economică, 2015. 256 p.
2. Vâlceanu Gh., Robu V., Georgescu N. Analiză economico-financiară. Ediția a 2-a. București: Economică, 2005. 448 p.
3. Wili Păvăloaia, Marius Dumitru Paraschivescu, Gheorghe Lepădatu ș.a. Analiza economico - financiară. Concepte și studii de caz. București: Economică, 2010. 391 p.