

OBIECTIVE

1. Prezentarea modului de reflectare a calității organizării și desfășurării întregii activități comerciale și a utilizării resurselor în comerț, prin intermediul indicatorilor economici.
2. Conceptualizarea noțiunii de eficiență economică.
3. Conturarea criteriilor și indicatorilor de evaluare a eficienței activității comerciale.
4. Prezentarea modului de tratare a cheltuielilor de circulație, ca expresie a consumului de resurse economice în comerț.
5. Definirea noțiunii de rentabilitate, ca sinteză a tuturor acțiunilor privind realizarea unei calități superioare a activității economice.
6. Conturarea căilor de sporire a eficienței, ca obiectiv fundamental al managementului în comerț.

14.1. Conținutul eficienței activității comerciale

Mărimea și calitatea activității precum și modul de utilizare a resurselor economice de către agenții comerciali se concretizează într-un ansamblu de rezultate economico-financiare care definesc eficiența activității comerciale. Ea constituie principiul fundamental al existenței și prosperității oricărei firme comerciale și, pe un plan mai larg, condiția integrării comerțului în cerințele unei economii moderne.

Conceptul de eficiență este asociat în teoria și practica economică cu diverse forme de manifestare a rezultatelor obținute de agenții economici, cum sunt: rentabilitatea, productivitatea factorilor de producție, eficacitatea capitalului, economisirea costurilor etc¹. Privit ca principiu de organizare și conducere a activității în economia de piață, el are însă un conținut mult mai bogat și, totodată, generalizator al tuturor rezultatelor favorabile obținute de agenții economici. Curente de gândire economică din epoca modernă situează eficiența ca obiect definitoriu al științei economice. Alegerea eficace în satisfacerea unor nevoi nelimitate cu resurse limitate sau maximizarea satisfacerii nevoilor sub constrângerea resurselor sunt expresii prin care eficiența este situată în centrul teoriei și practicii economice².

Prin eficiența activității economice, în speță a comerțului, se înțelege raportul dintre efortul economic depus și rezultatele obținute de un agent economic și de comerț în ansamblul său, ori raportul dintre rezultate și efort. Efortul se măsoară prin consumul de resurse economice (materiale, umane și financiare), iar rezultatele prin volumul vânzărilor sau alte efecte calitative ale activității economice (creșterea profitului sau a productivității muncii, reducerea nivelului relativ al cheltuielilor de circulație, promovarea progresului tehnic).

Locul celor doi termeni - efort și rezultate - în exprimarea eficienței are semnificația sa. În principiu, se raportează efortul la rezultate în situația în care resursele economice sunt prioritare prin caracterul lor limitat în deciziile conducerii, urmărindu-se a se evidenția consumul acestora pe unitatea de rezultat. Dimpotrivă, se raportează rezultatele la consumul de resurse pentru situația în care atingerea unui nivel al activității economice constituie obiectul deciziei, resursele disponibile

¹ J. Fourastié: **lucrare citată**, pag. 51

² G. Abraham-Frois: **Economie politique**, Ed. Economica, Paris, pag.11

urmând a fi angajate în acest scop.

Eficiența economică este expresia cerințelor unor legi obiective și, în primul rând a legii economiei de timp, care dirijează raționalitatea și comportamentul agenților economici. Progresul economic este un obiectiv condiționat de economisirea muncii, respectiv a resurselor, în toate sferile activității economice. Micșorarea costului distribuției prin perfecționarea activității comerciale duce, în primul rând, la sporirea randamentului capitalului comercial, prin folosirea unui capital mai mic pentru aceleași rezultate sau obținerea unor rezultate superioare cu același capital. În același timp, micșorarea costului distribuției duce la reducerea prețului de vânzare cu amănuntul, ceea ce permite o mai mare accesibilitate a produselor pe piață, la lărgirea pieței și, în final, la creșterea economică.

Interdependența dintre comerț și alte ramuri ale economiei naționale determină o intercondiționare dintre eficiența comerțului și eficiența acestora. Astfel, micșorarea consumului de resurse în sfera comerțului determină deplasarea capitalului disponibilizat în raport cu nevoile circulației spre ramurile care produc masa fizică a bunurilor, contribuind la sporirea avuției naționale. Totodată, prin accelerarea vitezei de circulație a mărfurilor, prin reducerea timpului de realizare a acestora, se micșorează timpul reproducerii, cu urmări favorabile asupra dezvoltării economice. La rândul său, eficiența comerțului, mărimea resurselor consumate este condiționată de activitatea ramurilor cu care comerțul intră în relații. De exemplu, procesele de depozitare, formele de difuzare a produselor la consumatori, timpul de vânzare a mărfurilor sunt condiționate de starea în care produsele sunt livrate de industrie, de mijloacele cu care circulă și de rapiditatea cu care sunt încheiate tranzacțiile comerciale. Această interdependență impune ca acțiunile privind eficiența activității comerciale, criteriile de optimizare a diferitelor aspecte ale circulației mărfurilor, să fie apreciate prin prisma consecințelor pe care ele le au asupra întregului circuit al mișcării mărfurilor. De exemplu, modelele de optimizare a stocurilor au drept criteriu micșorarea cheltuielilor pe seama unei reale accelerări a vitezei de circulație pe întregul parcurs producător-consumator și nu o simplă deplasare a stocurilor din comerț la industrie sau invers, cu consecințe asupra micșorării cheltuielilor de stocare numai la un singur partener.

și în interiorul ramurii comerțului, unde la distribuția produselor participă mai mulți intermediari, eficiența trebuie privită atât pentru fiecare întreprindere, cât și pentru ansamblul comerțului. Mișcarea mărfurilor, atât prin veriga cu ridicata, cât și prin cea cu amănuntul, poate să se desfășoare în condiții de eficiență pentru fiecare

din ele, cu toate că pe ansamblul comerțului o asemenea mișcare să nu fie eficientă, solicitând cheltuieli mai mari.

14.2. Criteriile de apreciere a eficienței activității comerciale

Aspectele variate sub care se manifestă obiectivele economice din comerț, eforturile făcute pentru îndeplinirea lor și rezultatele obținute conduc la concluzia că pentru exprimarea eficienței economice trebuie folosit un complex de indicatori, care să evidențieze aceste raporturi la nivelul ramurii comerțului și al fiecărei societăți, pentru ansamblul activității comerciale și pentru diverse laturi ale acesteia.

■ În ceea ce privește **eficiența de ansamblu a comerțului**, deci rezultatele conjugate prin interdependența lor ale tuturor agenților economici, se folosesc următorii indicatori:

- **Productivitatea factorilor de producție** (număr de personal, capital social) calculată ca raport între volumul activității și fiecare din factorii respectivi. Ea poate fi comparată cu productivitatea factorilor de producție din industrie și exprimă în dinamică schimbarea raportului dintre cei care produc și vând un volum de mărfuri dat sau schimbările în eficiența muncii lor.

- **Veniturile la bugetul de stat aduse de comerț**, în principal cele provenite din impozitul pe profit, care cresc pe măsura dezvoltării activității, micșorării consumului de resurse și sporirii eficienței economice.

- **Timpul mediu de circulație a mărfurilor** (ca raport între stocurile medii la diferite grupe de mărfuri și vânzările medii zilnice) comparativ cu timpul mediu de producție a mărfurilor respective, reflectând în dinamică schimbările în calitatea distribuției.

- **Numărul de salariați din comerț față de totalul populației active sau al salariaților din economie.** Indicatorul caracterizează, în mare măsură, eficiența socială a comerțului, nivelul servirii comerciale.

- **Nivelul relativ al cheltuielilor de circulație** (cheltuielile la o mie de lei vânzări) caracterizează complexitatea și raționalitatea distribuției, acesta fiind diferențiat pe agenți economici de același profil, în funcție de felul în care ei își gospodăresc resursele.

■ **Eficiența activității unei societăți comerciale sau a diverselor laturi ale acesteia**, ca expresie a minimizării cheltuielilor sau a maximizării rezultatelor, este apreciată pe baza următoarelor criterii: eficiența utilizării resurselor economice (materiale, umane și financiare), costul circulației mărfurilor și rentabilitatea activității economice.

● **Eficiența utilizării resurselor economice** se exprimă prin indicatori în care resursele economice (ca efort) se raportează la rezultatele economice (ca efect), obținându-se consumul de resurse la o unitate de rezultat (de exemplu, valoarea fondurilor fixe sau valoarea fondurilor financiare la un milion de lei vânzări). Printr-un raport invers se obțin rezultatele la o unitate de efort. Complementar se pot folosi indicatori care exprimă coeficienții de utilizare a unor resurse în raport cu potențialul lor maxim (de exemplu, coeficientul de utilizare a capacității de transport, a unui utilaj, coeficientul de utilizare a timpului de lucru calendaristic³).

● **Costul circulației** (sau cheltuielile de circulație) și **rentabilitatea** reprezintă criterii de apreciere a eficienței globale a activității economice a unei societăți comerciale și, într-o interpretare mai largă, sinteza calitativă a activității acesteia. În mărimea acestor indicatori se regăsesc atât modul de utilizare a factorilor de producție, cât și calitatea relațiilor cu partenerii, inclusiv condițiile de mediu.

● Alături de eficiența economică, teoria și practica activității comerciale delimitează și **eficiența socială** sau eficiența pentru cumpărători, constând în calitatea deservirii comerciale. Un asemenea mod de abordare a eficienței este specific acelor domenii în care întreprinzătorii intră în relații directe cu publicul, căruia trebuie să-i asigure un anumit nivel al serviciilor oferite în momentul acceptării schimbului.

Eficiența socială se asociază cu eficiența economică, un nivel ridicat al deservirii comerciale determinând formarea pentru fiecare unitate comercială a unei clientele stabile, care, prin puterea ei de cumpărare, determină volumul activității economice. Totuși cele două forme pot să nu se suprapună, tendința de economisire a resurselor, proprie întreprinzătorului, să se răsfrângă de la o anumită limită negativ asupra nivelului deservirii comerciale.

Eficiența socială este apreciată prin indicatori privind mărimea resurselor

³ Pentru indicatorii de utilizare a resurselor a se vedea și capitolele: "Baza tehnico-materială", "Personalul comercial" și "Resursele financiare".

materiale și umane folosite în comerț în raport cu numărul de locuitori deserviți (de exemplu, suprafața comercială sau numărul de lucrători comerciali la o mie de locuitori), serviciile comerciale oferite în unități, gradul de diversificare a sortimentului, calitatea relațiilor cu publicul și alții.

Comerțul se înscrie prin criteriul eficienței sociale între factorii care definesc calitatea vieții.

14.3. Cheltuielile de circulație în comerț

Eficiența activității comerciale este evaluată și prin mărimea costurilor sau a cheltuielilor determinate de circulația mărfurilor de la producător la consumator. În acest indicator se reflectă condițiile proprii de desfășurare a activității de către fiecare agent economic și modul de folosire a factorilor de producție.

14.3.1. Conținutul și structura cheltuielilor de circulație în comerț

Cheltuielile de circulație reprezintă consumul de resurse economice, evaluate în bani, pentru îndeplinirea circulației mărfurilor de la producători la consumatori.

Noțiunea de cheltuieli de circulație este asimilată frecvent în literatura economică termenului de **cost de producție**, acesta fiind definit ca “totalitatea cheltuielilor corespunzătoare consumului de factori de producție pe care agenții economici le efectuează pentru producerea și vânzarea bunurilor materiale sau prestarea de servicii⁴”. Un asemenea punct de vedere poate fi explicat prin sensul larg de “productiv” pe care îl au diverse activități, printre care și comerțul, în economia modernă și prin faptul că vânzarea mărfurilor - directă sau prin intermediari - este o finalitate a producției, costurile de orice natură fiind circumscrise acestui scop.

Reflectarea corectă a contribuției diverselor activități economice la crearea și realizarea sub formă bănească a valorii produselor pe piață a impus însă utilizarea unui termen care să delimiteze cheltuielile efectuate cu schimbul produselor de cele efectuate pentru producerea lor. Se delimitează astfel, în cadrul costurilor globale din

⁴ N. Dobrotă (coordonator): **Economia politică**, Ed. Economică, București, 1995, p.144

economie **costurile de distribuție**, ca parte destinată operațiunilor comerciale⁵. Evidențierea distinctă a acestor cheltuieli este motivată atât de conținutul lor diferit, cât și de faptul că ele dețin o pondere însemnată în structura prețului de vânzare a produselor la consumatori, reprezentând la unele produse 30-40% din acest preț, iar la multe produse agricole depășind chiar costul de producție.

În practica financiară din țara noastră s-a adoptat termenul de **cheltuieli de exploatare** pentru totalul consumului de bunuri și servicii efectuate de agenții economici pentru desfășurarea activității lor⁶. În aceste cheltuieli se include și valoarea produselor (costul mărfurilor) cu care agenții economici se aprovizionează de la furnizori pentru producție sau vânzare.

În lucrarea de față s-a optat pentru conceptul de **cheltuieli de circulație** din două motive:

a) Noțiunea de cheltuieli de circulație este consacrată în gândirea economică și în practica agenților economici din țara noastră;

b) Cheltuielile de circulație reflectă cu mai multă profunzime esența lor de cheltuieli ocazionate de comercializarea produselor. Delimitându-le de cheltuielile efectuate cu producerea bunurilor și serviciilor ca valori fizice și utilități, se poate evidenția contribuția comerțului la crearea PIB.

Noțiunea de cheltuieli de circulație poate fi asimilată celei de cheltuieli de distribuție.

Înscrind consumul de resurse în procesul realizării mărfurilor, rezultă că noțiunea de cheltuieli de circulație privește activitatea tuturor agenților economici care participă la acest proces. Ca atare, ele sunt efectuate de producători, care vând produsele prin relații directe cu consumatorii, de comercianții distribuitori, care cumpără produsele de la producători și le vând consumatorilor și de consumatori, în special productivi, care păstrează produsele cumpărate până în momentul utilizării lor, în situația în care stocajul reprezintă o condiție a consumului.

■ **Analizând conținutul cheltuielilor de circulație după natura proceselor economice și a mijloacelor care le generează se delimitează următoarele categorii de cheltuieli:**

- **cheltuieli materiale:** combustibili, energie, apă, materiale de întreținere,

⁵ J. Aomeuf: **Dictionnaire des sciences economique**, Presses Universitaires de France, 1956

⁶ Ministerul Finanțelor, **“Sistemul contabil al agenților economici”**, Ed. Economică, București, 1993

uzura obiectelor de inventar, pierderi naturale la mărfurile păstrate etc.;

– **lucrări și servicii executate de terți:** întreținere și reparații, chirii, transportul mărfurilor, poștă și telecomunicații, prime de asigurare, comisioane la cumpărarea sau vânzarea titlurilor de valoare, cheltuieli pentru serviciile bancare, cheltuieli cu publicitatea etc.;

– **impozite și taxe:** taxa pe valoarea adăugată, taxe către instituțiile publice etc.;

– **cheltuieli cu personalul:** salarii, contribuții la asigurările sociale;

– **cheltuieli cu amortizarea și provizioane:** amortizarea imobilizărilor necorporale și corporale, provizioane pentru deprecierea imobilizărilor necorporale și corporale și pentru creanțe neîncasabile;

– **cheltuieli excepționale:** valoarea despăgubirilor plătite, amenzi, debite prescrise, pierderi din calamități, donații etc.

■ **Cerințele cunoașterii științifice și cele ale managementului au impus evidențierea analitică și folosirea unor clasificări pragmatice ale cheltuielilor pentru a putea identifica mai bine mijloacele de raționalizare a lor.**

• O primă clasificare structurează cheltuielile după **forma de comerț** (cu materii prime și echipament industrial, cu produse agricole, cu bunuri de consum individual), **grupele de produse** (alimentare, nealimentare și alimentație publică) și **stadiile de circulație a mărfurilor** (cu ridicata și cu amănuntul) în care se efectuează.

Potrivit specificului activității fiecărei ramuri de comerț, ponderea grupelor de cheltuieli ca și nivelul lor relativ sunt diferite de la o ramură de comerț la alta. În principiu, circulația cu ridicata se realizează cu un nivel relativ de cheltuieli mai mic decât circulația cu amănuntul, iar comercializarea mărfurilor alimentare este mai costisitoare decât cea a mărfurilor nealimentare. În comerțul cu ridicata, ponderea cea mai mare o dețin cheltuielile cu transportul și cele cu depozitarea față de comerțul cu amănuntul unde cheltuielile cu remunerarea personalului și cu întreținerea unităților ocupă locul principal.

O asemenea clasificare răspunde cerințelor unei politici de diferențiere a cotelor de adaos comercial pe ramuri de comerț și pe grupe de mărfuri, astfel încât acestea să asigure condițiile de eficiență în comercializarea normală a oricărei grupe de mărfuri.

• După **dependența de volumul activității economice** se disting două categorii de cheltuieli: variabile și constante.

– **Cheltuielile variabile** se modifică (proporțional sau neproporțional) o dată cu evoluția volumului activității (de exemplu, cheltuielile cu transportul mărfurilor, cu salariile, pierderile naturale etc.).

– **Cheltuielile constante** sunt independente de volumul activității economice (de exemplu, cheltuielile cu întreținerea bazei tehnico-materiale, cu chiria localurilor etc.), deși peste o anumită limită a activității ele pot să crească. De exemplu, creșterea volumului vânzărilor peste limita de folosire integrală a capacității de depozitare sau de vânzare impune construirea de noi spații comerciale, care duce la mărirea cheltuielilor de întreținere, a amortizării localurilor etc.

Ca urmare a influenței diferite a creșterii volumului vânzărilor asupra celor două categorii de cheltuieli, nivelul relativ global al acestora se reduce. Semnificația practică a acestei grupări constă în posibilitatea evaluării cheltuielilor pentru o perioadă viitoare în funcție de ritmul creșterii activității economice. În exemplul următor, cheltuielile pentru anul T_1 au fost determinate prin sporirea cheltuielilor variabile cu același ritm de creștere a vânzărilor (108 %) și menținerea cheltuielilor constante la același nivel absolut. Ca urmare a acestei evoluții, deși nivelul absolut total al cheltuielilor a crescut (105,3%), nivelul lor relativ a scăzut (de la 15% la 14,63%) .

Exemplu:

Indicatori	Anul T_0	Anul T_1	T_1/T_0 (%)
Volumul vânzărilor (mil.lei)	2 000	2 160	108
Nivelul absolut al cheltuielilor (mil.lei)	300	316	105,3
– Variabile	200	216	108
– Constante	100	100	-
Nivelul relativ al cheltuielilor (%)	15	14,63	
– Variabile	10	10	
– Constante	5	4,63	

Această grupare a cheltuielilor permite, totodată, determinarea **costului marginal al comercializării**, definit prin costul (cheltuielile) cu care se realizează o unitate valorică suplimentară dintr-un produs (de exemplu, un milion de lei). Acest

cost are tendința de scădere, datorită modului diferit în care reacționează cele două categorii de cheltuieli la creșterea vânzărilor.

- Cerințele metodologice de urmărire a eficienței activității fiecărei unități din componența unei societăți comerciale au impus **evidențierea cheltuielilor distinct pe unități operative și pe ansamblul societății - cheltuieli generale ale societății**. Deși în ambele structuri se regăsesc grupe asemănătoare (salarii, întreținere, amortizări etc.), evidențierea în acest mod permite localizarea posibilităților de raționalizare a lor.

- **Tot în scopul urmăririi eficienței economice pe fiecare unitate operativă**, cheltuielile de circulație se grupează în directe și indirecte.

- **Cheltuielile directe** se pot identifica pe fiecare unitate după elementele care le determină. De exemplu, cheltuielile cu salariile sunt determinate de mărimea și structura personalului, cheltuielile de întreținere și chiriile de mărimea suprafeței comerciale etc.

- **Cheltuielile indirecte** se efectuează de către o societate comercială pentru ansamblul unităților care o compun, repartizarea pe fiecare unitate făcându-se după diverse criterii (chei de repartizare). De exemplu, cheltuielile de transport se repartizează după cantitatea (valoarea) aprovizionării fiecărei unități, cheltuielile generale ale societății după volumul vânzărilor sau numărul de personal etc.

14.3.2. Indicatorii cheltuielilor de circulație

Pentru a măsura cheltuielile de circulație, a urmări dinamica lor și a le corela cu volumul activității economice se folosesc diferiți indicatori, absoluți și relativi, de nivel și de dinamică. Ei sunt proprii atât pentru activitatea de ansamblu a comerțului, a unei ramuri sau agent economic, cât și pentru fiecare grupă de cheltuieli.

- **Nivelul (volumul) absolut al cheltuielilor** (*Che*) este expresia monetară a fiecărei cheltuieli, servind la calcularea tuturor indicatorilor economici de rezultate și, în primul rând, a profitului.

- **Nivelul relativ al cheltuielilor de circulație** (*Nche*) este raportul procentual dintre nivelul absolut al cheltuielilor (*Che*) și mărimea vânzărilor (*V*):

$$Nche = \frac{Che}{V} \times 100.$$

El este un indicator calitativ al activității economice, o expresie a eficienței acesteia, deoarece desemnează consumul diferit de resurse și modul de acțiune al agenților economici pentru vânzarea unei unități valorice dintr-un produs.

- **Cuquantumul creșterii (reducerii) nivelului relativ al cheltuielilor de circulație** (Q) reprezintă diferența dintre nivelul relativ al cheltuielilor din perioada curentă și cel din perioada de bază sau dintre nivelul relativ estimat și cel efectiv realizat pe o perioadă: $Q = Nche_1 - Nche_0$.

- **Ritmul reducerii (creșterii) nivelului relativ al cheltuielilor de circulație** ($Rche$) este dat de raportul procentual dintre cuquantumul reducerii și nivelul relativ al cheltuielilor din perioada de bază: $Rche = \frac{Q}{Nche_0} \times 100$.

Acest indicator măsoară efortul depus pentru reducerea nivelului relativ al cheltuielilor; două unități comerciale pot realiza același cuquantum de reducere, dar cu o semnificație de efort diferit. De exemplu, o unitate A a redus nivelul relativ al cheltuielilor într-o perioadă de la 15% la 14%, iar o unitate B de la 12% la 11%. În ambele cazuri, cuquantumul de reduceri a fost același, de 1%, ritmul de reducere a nivelului relativ, efortul depus, fiind însă diferit: de -6,66% pentru unitatea A și de -8,33% (sensul trebuie interpretat de efort mai mare) pentru unitatea B.

- **Economia relativă de cheltuieli** ($Eche$), datorită reducerii (creșterii) nivelului relativ al cheltuielilor de circulație, se calculează prin înmulțirea cuquantumului reducerii nivelului relativ al cheltuielilor de circulație cu volumul vânzărilor din perioada curentă și împărțit la 100: $Eche = \frac{Q \times V_1}{100}$.

și acest indicator este o expresie a eficienței activității economice, deoarece în mărirea lui se concretizează rezultatele obținute ca urmare a efortului depus sub forma consumului de resurse.

Exemplu de calculare a indicatorilor cheltuielilor de circulație:

Indicatori	Anul T ₀	Anul T ₁	Calculul pentru T ₁
Volumul vânzărilor (mil.lei.)	2 000	2 160	-
Nivelul absolut al cheltuielilor (mil.lei.)	300	316	-
Nivelul relativ al cheltuielilor (%)	15	14,63	$\frac{316}{2160} \times 100 = 14,63$
Cuantumul reducerii nivelului relativ al cheltuielilor (%)	-	-0,37	$14,63 - 15 = -0,37$
Ritmul reducerii nivelului relativ al cheltuielilor (%)	-	-2,53	$\frac{-0,37}{15} \times 100 = -2,53$
Economia relativă de cheltuieli (mil.lei.)	-	-8	$\frac{-0,37 \times 2160}{100} = -8$

14.3.3. Factorii care influențează mărimea și dinamica cheltuielilor de circulație

Asupra cheltuielilor de circulație acționează un număr mare de factori, obiectivi și subiectivi, cu acțiune asupra tuturor cheltuielilor sau numai asupra unei grupe. Ei determină în raport cu mărimea, dinamica și structura cheltuielilor un ansamblu de relații cauzale, cuantificabile, care reprezintă suportul teoretic al relațiilor scop-mijloace din politica agenților economici, respectiv al diverselor căi de raționalizare a cheltuielilor. Acestea din urmă sunt mijloace prin care se intensifică acțiunea pozitivă a unui factor, în sensul raționalizării cheltuielilor.

■ **Principalii factori care acționează asupra ansamblului cheltuielilor de circulație sunt următorii:**

- **Volumul vânzărilor** sau, într-o interpretare mai largă, volumul activității economice.

Creșterea volumului vânzărilor determină obiectiv mărirea volumului absolut al cheltuielilor de circulație, deoarece sporește masa mărfurilor transportate, se efectuează cheltuieli mai mari cu stocarea mărfurilor, sporește fondul de salarii etc. Creșterea volumului cheltuielilor nu este însă proporțională cu creșterea volumului activității economice, deoarece nu toate cheltuielile de circulație se află în această relație de determinare. După cum se cunoaște, numai cheltuielile variabile sunt influențate de creșterea vânzărilor, pe când cele constante rămân în sumă absolută neschimbate. În aceste condiții, volumul absolut al cheltuielilor crește neproporțional cu vânzările, ceea ce, în final, înseamnă reducerea nivelului lor relativ.

- **Structura vânzărilor** pe grupe de mărfuri și schimbarea acestora în timp influențează atât volumul cât și dinamica cheltuielilor de circulație. Sortimentul mărfurilor determină, prin proprietățile fizico-chimice ale produselor, cheltuieli diferite de comercializare. Unele mărfuri au volum mare și valoare mică (deci determină cheltuieli mari de transport, depozitare și păstrare), altele solicită prezența unui sortiment larg pentru alegerea produsului de către consumator (determinând cheltuieli mai mari cu stocarea). Mărfurile alimentare se comercializează cu cheltuieli mai mari decât celelalte grupe de produse, iar în structura lor, legumele și fructele reclamă cheltuieli de circulație mai mult decât duble față de cele provenite din industria alimentară.

Din aceste motive, schimbările în structura vânzărilor în favoarea grupelor de mărfuri cu nivel relativ al cheltuielilor mai ridicat determină obiectiv o modificare a volumului total al cheltuielilor, chiar dacă celelalte condiții rămân neschimbate (volumul global al vânzărilor și nivelul relativ al cheltuielilor pe grupe de mărfuri).

- **Modul de distribuție a mărfurilor**, care presupune: formele de mișcare (directă sau prin intermediari), numărul de verigi intermediare, distanțele de la furnizori la beneficiari, felul transporturilor (cale ferată, auto, naval), influențează categoriile de cheltuieli legate de transport, depozitare, uzura ambalajelor de circulație și altele.

Evident, mișcarea directă este cea mai economicoasă, ea evitând cheltuielile de depozitare făcute de intermediari. Totuși, pentru unii agenți economici evitarea depozitelor angrosiștilor se dovedește mai costisitoare decât folosirea lor, ei trebuind să țină legături în acest caz cu un număr mare de furnizori, să achiziționeze cantități de o anumită mărime, care determină eficiența pentru furnizori, și să-și dezvolte o rețea de aprovizionare, ceea ce complică gestiunea proprie a stocurilor.

În privința formelor de transport, fiecare dintre acestea reprezintă condiția unei eficiențe superioare pentru anumite grupe de mărfuri. De exemplu, mărfurile de volum mare se transportă avantajos pe distanțe lungi, cu mijloace feroviare adaptate utilizării transconteinerele pentru vehicularea lor între stația de cale ferată și depozitul furnizorului și beneficiarului, după cum mărfurile perisabile se transportă mai avantajos cu mijloacele auto, evitându-se prin transportul “din poartă-n poartă” manipulările repetate.

- Asociată cu factorul de mai sus este **viteza de circulație a mărfurilor**, respectiv timpul în care mărfurile parcurg sfera circulației, deci trec de la producător la consumator.

În primul rând, de viteza de circulație a mărfurilor depinde amploarea procesului de stocare în comerț, deoarece, până în momentul realizării lor, mărfurile se află sub formă de stocuri. La rândul său, procesul de stocare antrenează variate cheltuieli legate de finanțarea stocurilor, păstrarea lor în depozite sau expunerea lor în unitățile de vânzare, pierderi normale în timpul păstrării etc. Astfel, mărfurile din grupa textile-încălțăminte sau metalo-chimice, datorită complexității sortimentului, impun stocuri mai mari decât mărfurile alimentare și, drept urmare, cheltuieli mai mari cu finanțarea lor. În schimb, mărfurile alimentare solicită condiții deosebite de păstrare, unele dintre ele (legumele și fructele) impuse de însilozarea pe timp îndelungat.

În al doilea rând, accelerarea vitezei de circulație, concretizată în mărirea numărului de rotații ale stocurilor, determină sporirea însăși a volumului vânzărilor, care reprezintă - așa cum s-a arătat mai înainte - un factor cu influență pozitivă asupra tuturor cheltuielilor de circulație.

- **Productivitatea muncii** este un factor cu acțiune directă asupra cheltuielilor cu salarizarea personalului. Creșterea productivității muncii duce la o economie relativă de personal și, deci, de fond de salarii. Totodată, creșterea ei duce la mărirea volumului vânzărilor, cu consecințe cunoscute asupra ansamblului cheltuielilor de circulație.

- Ca factor cu spectru larg de influență este inclusă și **complexitatea activității comerciale**. Se înțelege în acest cadru nivelul de dezvoltare a rețelei comerciale, varietatea sortimentului oferit în unități, numărul de personal care deservește publicul, gama de servicii comerciale oferite la vânzarea mărfurilor etc., care diferă de la o formă de comerț la alta și de la o firmă comercială la alta. Organizarea superioară a activității comerciale desemnează gradul său de modernizare, cu influență asupra cheltuielilor de circulație. Modernizarea comerțului duce la mărirea cheltuielilor de circulație, însă acest spor este în mare parte compensat prin creșterea volumului vânzărilor ca urmare a acestui proces.

- Cheltuielile de circulație sunt influențate și de **factori externi activității comerciale**, legați de mediul economico-social, juridic și administrativ în care funcționează unitățile comerciale. Unele dintre aceste condiții influențează volumul vânzărilor (de exemplu, puterea de cumpărare a populației) și, prin intermediul acestuia, mărirea cheltuielilor. Altele, cum sunt tarifele pentru serviciile de gospodărire comunală (furnizarea energiei electrice și termice, tarifele pentru transportul mărfurilor, tarifele pentru chirii etc.), precum și rata dobânzilor bancare influențează mărirea cheltuielilor cu plata serviciilor către terți.

14.4. Rentabilitatea activității comerciale

Rentabilitatea reprezintă criteriul fundamental de apreciere a eficienței activității comerciale, în mărimea ei reflectându-se toate raporturile dintre eforturile depuse și rezultatele obținute de societățile comerciale. Tocmai acest conținut de sinteză motivează abordarea ei în finalul criteriilor de evaluare a eficienței.

14.4.1. Conținutul și indicatorii rentabilității

Rentabilitatea se definește prin capacitatea unei societăți comerciale de a obține din activitatea pe care o desfășoară un profit sau un beneficiu. O activitate se dovedește rentabilă (profitabilă, avantajoasă) dacă veniturile (încasările) pe care le aduce acoperă cheltuielile efectuate pentru desfășurarea ei și asigură un excedent de valoare reprezentat de profit.

Cele două elemente determinante ale profitului - veniturile și cheltuielile - definesc starea de rentabilitate ca fiind expresia comportamentului rațional al agenților economici de maximizare a rezultatelor în condițiile folosirii unor resurse economice limitate. Profitul crește pe măsură ce sporesc veniturile, folosindu-se aceleași resurse sau resurse sporite într-o proporție mai mică decât creșterea activității economice.

Motivarea profitului comercial, ca de altfel și a celorlalte forme de profit, rezidă în remunerarea unuia din factorii de producție și anume a capitalului. Investitorul - indiferent că este un mic comerciant sau o societate pe acțiuni - așteaptă un beneficiu din utilizarea capitalului, altfel lipsind motivația investirii lui. Alături de dorința investitorului de a obține un câștig, profitul este motivat și ca o recompensă a riscului ce însoțește investiția în economie⁷, unde acționează și factori aleatori, iar piața nu recunoaște utilitatea oricărei activități. Cu toate că managementul cuprinde acțiuni de anticipare a evoluției economice și există forme instituționale de asigurare a riscului, nu poate fi omisă prezența insuccesului sau a falimentului în activitatea oricărei societăți economice, evitarea lor având loc tocmai pe seama efortului fiecărei firme spre o rentabilitate permanentă. Pe seama profitului se asigură autofinanțarea dezvoltării economice, cointeresarea salariaților în rezultatele activității lor și, prin mărimea dividendelor acordate acționarilor, interesul publicului pentru cumpărarea

⁷ A. Babeau: **Le profit**, Presses Universitaires de France, Paris, pag.41

de acțiuni și, deci, de creștere a capitalului unei firme.

Profitul comercial este, în cea mai mare parte, forma proprie de valorificare a factorilor de producție din interiorul comerțului. Anumite condiții conjuncturale de piață, rezultatele obținute de alte unități economice unde o societate comercială poate deține acțiuni, diverse măsuri de politică economică a statului pot influența însă mărimea profitului. Se disting astfel trei tipuri de profit: **profitul câștigat** prin inițiativa proprie a fiecărui întreprinzător, **profitul primit** datorită unor împrejurări favorabile în activitatea acestuia și **profitul admis**, stabilit potrivit unor reglementări ale puterii publice.

Gradul de rentabilitate este diferit pe societăți comerciale și pe ramuri de comerț, datorită specificului distribuției din fiecare ramură (a felului circuitelor de mișcare a mărfurilor), a particularităților mediului economico-social în care își desfășoară activitatea fiecare agent economic și a modului în care ei își gestionează resursele. Pentru acoperirea cheltuielilor de circulație și asigurarea profitului, fiecare întreprinzător comercial aplică la valoarea mărfurilor cumpărate de la furnizori un adaos comercial, de mărimea căruia depinde prețul cu care își vinde produsele. Nivelul prețurilor este însă supus concurenței, astfel că pentru o anumită ramură de activitate el tinde să se apropie de cele mai mici costuri de producție și de circulație, determinând astfel indirect mărimea cotelor de adaos ce pot fi practicate. O cotă de adaos prea mare poate să ducă la lipsa de competitivitate a produselor datorită creșterii prețului de vânzare.

Rentabilitatea se exprimă prin doi indicatori: profitul și rata profitului sau a rentabilității.

■ La nivelul unei societăți comerciale, **profitul** se determină ca diferență între suma veniturilor și suma cheltuielilor efectuate cu activitatea economică, inclusiv taxa pe valoarea adăugată și accizele percepute la vânzarea mărfurilor.

- **Veniturile** (încasările) obținute din activitatea economică cuprind:
 - veniturile din vânzarea mărfurilor (cu ridicata sau cu amănuntul) la prețul care include adaosul comercial;
 - veniturile din alte activități (producție, prestări de servicii);
 - veniturile financiare (încasările din dobânzi pentru sumele din conturile bancare, încasările de dividende pentru acțiunile deținute la alte societăți, diferența de curs valutar);
 - veniturile excepționale (valoarea bunurilor valorificate prin dezmembrarea unor fonduri fixe casate, penalizări încasate, provizioane neutilizate).

- **Cheltuielile** efectuate pentru activitatea economică includ:
 - costul mărfurilor vândute (costul plătit furnizorului);
 - cheltuielile pentru alte activități (costul produselor sau serviciilor realizate complementar activității de bază)
 - cheltuielile de circulație;
 - cheltuielile financiare (cu dobânzile bancare, pierderi din creanțe, respectiv din participații sau împrumuturi acordate, diferența de curs valutar);
 - cheltuielile excepționale (despăgubiri, amenzi, valoarea debitelor prescrise sau a debitorilor insolvabili, pierderi din calamități)

Prin scăderea din venituri a cheltuielilor se obține **profitul brut sau impozabil**. Asupra acestuia se aplică impozitul pe profit sub forma unei cote procentuale reglementată prin lege, obținându-se **profitul net**. Acesta capătă destinațiile prevăzute în statutul de funcționare a societății.

■ **Rata rentabilității** (Rr) se determină ca raport procentual între mărimea profitului (P) și volumul activității comerciale (V): $Rr = \frac{P}{V} \times 100$.

Ea permite astfel o apreciere mai exactă a efortului depus de o întreprindere pentru a obține profitul, volumul vânzărilor sintetizând în mod indirect consumul de resurse sau efortul făcut.

Rata rentabilității se poate exprima și ca raport între profit și mărimea fiecărui factor de producție sau a diferitelor elemente care compun patrimoniul, obținându-se, prin aceasta, expresii semnificative ale eficienței ca raport între efectele și eforturile economice. Se calculează astfel rata rentabilității în raport cu capitalul propriu sau cu totalul capitalului utilizat, deci și cu cel împrumutat, diferența dintre cele două mărimi reflectând contribuția adusă la creșterea rentabilității de resursele suplimentare de capital.

Profitul luat în calcul poate fi profitul brut, profitul net sau profitul diminuat cu prelevările pentru diverse fonduri, rata rentabilității în acest din urmă caz având semnificație pentru mărimea dividendelor ce pot fi acordate acționarilor.

Între rata rentabilității capitalului și rata rentabilității economice există următoarea relație:

$$\frac{\text{Profitul net}}{\text{Capitalul propriu}} = \frac{\text{Profitul net}}{\text{Volumul vanzarilor}} \times \frac{\text{Volumul vanzarilor}}{\text{Capitalul propriu}},$$

unde ultimul raport reprezintă coeficientul de rotație a capitalului. Relația de mai sus arată că o societate comercială poate avea o rată redusă a rentabilității în raport cu

activitatea economică, dar ridicată în raport cu capitalul, ca urmare a sporirii numărului de rotații ale acestuia.

Rata rentabilității poate fi calculată și în raport cu resursele umane folosite (fonduri de salarii sau număr de personal), cu activul total al întreprinderii, cu investițiile care l-au creat, fiecare semnificând un aspect de eficiență a utilizării resurselor economice.

Între mărimea profitului în raport cu numărul de personal și cu volumul vânzărilor se stabilește relația:

$$\frac{\text{Profitul}}{\text{Numarul de personal}} = \frac{\text{Profitul}}{\text{Volumul vanzarilor}} \times \frac{\text{Volumul vanzarilor}}{\text{Numarul de personal}},$$

unde ultimul raport reprezintă productivitatea muncii. Deci, rentabilitatea în raport cu numărul de personal sporește direct proporțional cu productivitatea muncii.

14.4.2. Factorii care determină mărimea profitului

Fiind o diferență între venituri și cheltuieli, profitul este influențat de factori care acționează asupra acestor două mărimi.

Formarea veniturilor și a cheltuielilor prezintă particularități în diferitele domenii de activitate din comerț, astfel că și factorii de influență sunt specifici pentru fiecare dintre acestea.

■ **În domeniul circulației mărfurilor**, făcând abstracție de costul produselor care este cuprins în sumă egală atât la venituri cât și la cheltuieli, ponderea hotărâtoare în venituri o deține adaosul comercial, iar în cheltuieli, cheltuielile de circulație.

Adaosul comercial, reprezentând venituri, are asupra profitului o influență pozitivă, în timp ce cheltuielile de circulație au o influență negativă. Profitul va fi cu atât mai mare cu cât va crește adaosul comercial și se vor micșora cheltuielile de circulație. La rândul lor, acești doi indicatori depind funcțional (corespunzător figurii 14.1.) de o serie de elemente constitutive, care sunt considerate factori de influență mediați asupra profitului.

Relațiile de dependență a profitului de cele două elemente ale sale sunt următoarele:

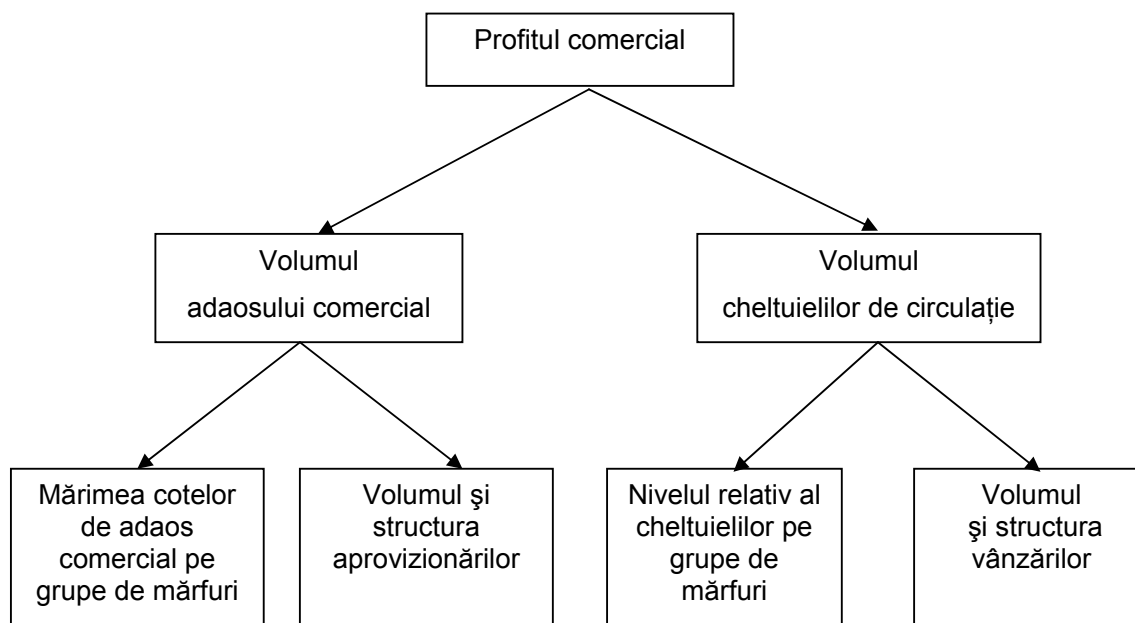


Fig. 14.1. Modul de formare a profitului comercial

- **Volumul adaosului comercial** depinde de volumul și structura aprovizărilor de la furnizori și de cotele de adaos comercial pe grupe de mărfuri, el fiind produsul celor două elemente. Ambele sunt pentru întreprinzător mărimi variabile, influențate de factori obiectivi și subiectivi.

- **Volumul și structura aprovizărilor** depind de volumul și structura cererii populației, respectiv a vânzărilor, care, la rândul lor, sunt determinate de puterea de cumpărare a populației, fiecare întreprinzător “acoperind” o parte a acestora, definită prin cota sa de piață. Ea poate fi sporită însă pe seama concurenților, prin câștigarea unor noi segmente de consumatori, prin promovarea unor produse noi pe piață sau prin schimbarea însăși a structurii cererii în favoarea produselor pe care o anumită firmă le comercializează. În condițiile în care cotele de adaos comercial rămân neschimbate, creșterea volumului aprovizărilor duce la mărirea volumului adaosului comercial.

- **Cotele de adaos comercial** se diferențiază pe grupe de mărfuri în funcție de mărimea cheltuielilor de circulație și de prezența sau absența taxei pe valoarea adăugată. Volumul global al adaosului comercial crește dacă structura aprovizărilor se schimbă în favoarea mărfurilor cu adaos comercial mai mare.

Volumul veniturilor din adaosul comercial se poate stabili prin cotele respective și în raport cu volumul vânzărilor, situație în care cotele de adaos comercial (a) se transformă în cote de rabat (r) și se aplică asupra vânzărilor.

Transformarea lor se face potrivit relațiilor:

$$r = \frac{a}{100+a} \times 100 \text{ și } a = \frac{r}{100-r} \times 100.$$

De exemplu, o cotă de adaos de 25% corespunde unei cote de rabat de 20%:

$$r = \frac{25}{100+25} \times 100 = 20\% \text{ și invers } a = \frac{20}{100-20} \times 100 = 25\%.$$

Deci, între adaos comercial și rabat comercial nu este o diferență ca sumă, ci ca exprimare procentuală (cotă). Să considerăm următorul exemplu:

Volumul aprovizionărilor = 5 000 mil.lei

Adaos comercial 25% = 1 250 mil.lei

Volumul vânzărilor = 6 250 mil.lei.

Aplicând asupra volumului vânzărilor cota de adaos (25%) transformată în cotă de rabat (20%), se obține aceeași sumă de 1 250 mil.lei.

O asemenea transformare este utilă pentru estimarea rezultatelor financiare, firma comercială calculându-și veniturile pe baza cotelor de adaos practicate în raport cu volumul vânzărilor prognozate și nu cu cel al aprovizionărilor.

• **Cheltuielile de circulație** sunt influențate de **volumul și structura vânzărilor și nivelul relativ al cheltuielilor pe grupe de mărfuri**, volumul total al cheltuielilor fiind produsul dintre aceste două mărimi. Cheltuielile de circulație vor crește, de exemplu, dacă structura vânzărilor se va schimba în favoarea mărfurilor care impun cheltuieli mai mari de comercializare.

Adaosul comercial și cheltuielile de circulație se intercondiționează ca factori de determinare a mărimii profitului. Cote de adaos comercial mai mari, care asigură și venituri superioare, sunt specifice grupelor de mărfuri sau sunt practicate de societățile comerciale care au și cheltuieli mai mari. Totuși această concordanță nu este prezentă strict în toate situațiile, astfel că decalajul dintre ele se răsfrânge direct asupra mărimii profitului. Elementul care tinde să mențină concordanța este prețul de vânzare și, implicit, concurența.

■ **Pentru celelalte sectoare de activitate din comerț**, cum sunt producția de bunuri și servicii, achiziționarea și valorificarea de produse agricole și altele, profitul provine din diferența dintre încasările la livrarea produselor și serviciilor și cheltuielile efectuate pentru producerea lor. Încasările sunt dependente de prețul pieței la care se vând produsele și serviciile, dictat de concurență, iar cheltuielile de costurile de producție, de tehnologiile aplicate și de productivitatea muncii în fiecare unitate.

■ Alături de veniturile și cheltuielile din activitatea de bază (rezultatele din

exploatare), profitul este influențat și de veniturile și cheltuielile financiare (rezultatul financiar) și de veniturile și cheltuielile excepționale (rezultatul excepțional. Profitul crește astfel în măsura în care societatea deține titluri de plasament (acțiuni, obligațiuni) la alte societăți, care îi aduc dividende sau dobânzi, precum și disponibilități din conturi bancare, care pe lângă sporirea capacității de lichiditate îi aduc dobânzi. De asemenea, profitul este influențat favorabil de lipsa debitorilor insolvăbili, a pierderilor din creanțe, a amenzilor, penalizărilor și despăgubirilor către terți etc., care sunt rezultatul gospodăririi eficiente a patrimoniului și desfășurării unei activități în spiritul disciplinei financiare.

- În afara profitului câștigat prin inițiativa proprie, în activitatea societății comerciale poate apărea și un profit suplimentar, denumit **profit primit**, datorită unor condiții favorabile în evaluarea activului și pasivului bilanțului între începutul și sfârșitul anului. Unele componente ale acestuia își pot spori valoarea, ca de exemplu, acțiunile pe care le deține o societate la o altă societate, schimbări favorabile în rata dobânzilor la creanțele deținute, schimbări ale cursului leului față de valutele pe care societatea le deține în cont⁸.

- De asemenea, pentru unele întreprinderi sau grupe de mărfuri, mărirea profitului rezultă din anumite reglementări ale prețurilor de către stat, din negocierea prețurilor între producători și distribuitori, din reglementări de taxe vamale, subvenții acordate de stat etc., fiind deci parțial legat de efortul întreprinderii. Acesta este denumit **profitul admis** și face parte din pârghiile de acțiune a statului în cadrul mecanismului pieței.

14.4.3. Repartizarea profitului

Profitul, indiferent de forma în care este obținut (câștigat, primit sau admis), este considerat un rezultat al participării factorilor de producție la activitatea economică și un drept al acestora. Asupra lui grevează însă puternic obligațiile către bugetul statului sau al organelor publice locale, sub forma impozitelor, astfel că în

⁸ O asemenea evaluare devine posibilă prin calcularea profitului ca diferență între valoarea totală a activelor unei societăți (imobile, materiale, stocuri, creanțe, titluri în efecte de comerț) și valoarea datoriilor față de terți (nonproprietari societăților) pe termen lung și mediu (obligații bancare) și pe termen scurt (furnizori și alții). (A. Babeau: **lucrarea citată**, pag.9)

prosperitatea firmei și în mărimea profitului sunt în egală măsură interesați salariații, proprietarii, managerii și statul.

■ Cum prosperitatea unei firme depinde de investițiile de capital, prima destinație a profitului o reprezintă formarea **fondului de dezvoltare**, pentru autofinanțarea investițiilor și a creșterii necesarului de mijloace circulante și formarea **fondului de rezervă** (valori materiale) pentru prevenirea dezechilibrelor. Aceste fonduri micșorează în mod firesc beneficiile care revin proprietarilor factorilor de producție, dar, prin scopul lor, devin premisa viitoarei creșteri superioare a activității economice.

Rolul autofinanțării în creșterea economică reiese și din modul în care statul stimulează alocarea de către agenții economici a unei părți mai mari din profit pentru dezvoltare, prin impozitarea acestei părți cu un procent mai mic decât pentru întregul profit sau chiar neimpozitarea profitului reinvestit.

■ Din profitul rămas se constituie o serie de fonduri pentru recompensarea factorilor de producție participanți la obținerea lui. Astfel, pentru personalul comercial se constituie **fondul de participare a salariaților la profit, fondul pentru acțiuni socio-culturale** (construirea de locuințe și unități de deservire socială, organizarea de acțiuni culturale în favoarea salariaților etc.), **fondul de premiere și alte fonduri** hotărâte de adunarea generală a acționarilor. Regiile varsă diferența rămasă după formarea acestor fonduri la bugetul statului.

Societățile comerciale pe acțiuni recompensează participarea capitalului la obținerea profitului prin acordarea de dividende persoanelor, altor societăți sau statului pentru acțiunile deținute. Cota medie a dividendelor este foarte diferită de la o societate la alta. În țările dezvoltate economic ea se situează de obicei în jurul ratei dobânzii. Ceea ce este însă la fel de importantă ca și mărimea dividendelor este cotația la bursă a acțiunilor, a căror valoare crește în funcție de mărimea dividendului adus. Dacă se mai adaugă la aceasta și faptul că veniturile din dividende sunt impozabile, sunt explicabile practicile unor societăți de a renunța, cu acordul acționarilor, la plata dividendelor, capitalizându-le, profitul superior obținut pe această cale și prosperitatea firmei ducând la creșterea cursului acțiunilor și a dividendelor în viitor. De asemenea se folosește procedeul de a distribui gratuit acțiuni în contul dividendelor, bineînțeles dacă cursul bursei este acoperitor pentru dividendul primit.

■ În afara dividendelor firmele practică și alte forme de cointeresare a salariaților (inclusiv a managerilor) în rezultatele activității lor cum sunt: premiile, indemnizațiile pentru membrii consiliilor de administrație, distribuirea gratuită de acțiuni salariaților, asigurările pentru salariați etc.

14.5. Căile de sporire a eficienței activității comerciale

Din însuși conținutul eficienței economice rezultă că sporirea acesteia constă fie din maximizarea rezultatelor la un anumit efort economic, fie din minimizarea eforturilor, a cheltuielilor de resurse, pentru obținerea unui rezultat. Conținutul complex al activității comerciale și aspectele variate pe care le ia eficiența economică determină opțiuni ale conducerii pentru ambele posibilități din relația efort-rezultate.

■ O primă cale de sporire a eficienței o constituie **creșterea volumului vânzărilor** (a activității economice), care conduce direct la mărirea profitului. Pentru a obține însă o rată a rentabilității superioară trebuie ca ritmul de sporire a profitului să devanseze pe cel al vânzărilor.

Creșterea volumului vânzărilor întâlnește - cum este știut - restricții, determinate de capacitatea pieței și de concurență, astfel că înfăptuirea ei depinde hotărâtor de adaptarea la cerințele pieței. Pe de altă parte, la un anumit nivel al vânzărilor apare costul marginal sporit, ceea ce înseamnă că o unitate suplimentară de vânzări se realizează cu cheltuieli mai mari și, ca atare, aduce un profit mai mic. Depășirea acestui prag impune un efort de investiții care influențează profitul obținut. Rezultă deci că sporirea vânzărilor în scopul creșterii eficienței trebuie însoțită de o schimbare calitativă continuă a activității economice, care condiționează însăși posibilitatea creșterii ei cantitative.

■ Cea de-a doua cale de sporire a eficienței o constituie **minimizarea consumului de resurse** la un anumit rezultat sau, altfel definită, **raționalizarea diferitelor categorii de cheltuieli**. Termenul de raționalizare semnifică situații în care și o creștere a unei cheltuieli poate să aducă un efect superior, ceea ce-i conferă caracterul de eficacitate.

Principale căi de raționalizare a cheltuielilor sunt următoarele:

● **Accelerarea vitezei de circulație a mărfurilor** conduce la micșorarea timpului în care mărfurile parcurg sfera circulației, cu consecințe asupra consumului de resurse în acest spațiu și timp. Cu cât se lărgeste teritorial piața și sporește numărul de participanți la actele de schimb, distribuția se amplifică, raționalizarea ei fiind însă posibilă prin modernizarea proceselor de transport, depozitare, păstrare și vânzare a mărfurilor. Desigur, perfecționarea acestor procese se face cu cheltuieli mai mari, dar prin accelerarea vitezei de circulație ca efect al lor se mărește numărul de circuite ale capitalului într-o perioadă dată și, ca urmare, are loc creșterea masei profitului.

- **Creșterea productivității factorilor de producție** (număr de personal, suprafețe comerciale, capital bănesc) are drept consecință, prin randamentul crescut al factorilor respectivi, micșorarea consumului acestora pe unitatea de rezultate. Diminuarea consumului de resurse nu trebuie înțeleasă ca o scădere absolută, fizică sau valorică a lor, ci una relativă, în raport cu activitatea economică. Mai mult, și pentru comerț se constată un randament de scară, concentrarea resurselor în unități mari dovedindu-se mai eficientă decât dispersarea lor în unități mici.

- Sporirea randamentului factorilor de producție este condiționată de **modernizarea bazei tehnico-materiale** a comerțului, înțelegând prin aceasta, într-o interpretare generală, sporirea funcționalității sale, de la proiectarea depozitelor până la utilajele de expunere a mărfurilor în unitățile de vânzare.

- Cum modernizarea este însoțită de investiții de capital, diminuarea acestora poate fi realizată prin **folosirea intensivă a bazei tehnico-materiale** existente (obținerea de rezultate mai mari cu aceleași fonduri), însoțită de procedee moderne de amenajare interioară și de desfășurare a activității unităților operative.

- Creșterea eficienței economice este și rezultatul direct al **perfecționării sistemului de conducere economică**, respectiv al procesului de luare a deciziilor cu privire la alocarea resurselor și la organizarea activității economice. El presupune totodată folosirea largă a mijloacelor electronice de înregistrare și prelucrare a informațiilor ca o condiție a analizei eficacității deciziilor ce se iau.

Eficiența economică devine astfel, prin sfera largă a aspectelor care o definesc și a măsurilor care determină creșterea ei, expresia calitativă a întregii circulații a mărfurilor și un obiectiv fundamental de cercetare în teoria comerțului.

REZUMAT

- Eficiența economică este raportul dintre eforturi și rezultate sau dintre rezultate și efort în desfășurarea activității comerciale. Efortul se măsoară prin consumul de resurse economice, iar rezultatele prin volumul vânzărilor sau alte efecte calitative ale activității economice.

- Aspectele variate sub care se manifestă obiectivele economice în comerț, eforturile făcute pentru îndeplinirea lor și rezultatele obținute impun folosirea unui sistem de indicatori pentru exprimarea eficienței economice grupați pe trei criterii: eficiența utilizării resurselor economice, costul circulației mărfurilor și rentabilitatea activității economice.

- Eficiența economică se asociază cu eficiența socială a comerțului sau eficiența pentru cumpărători, constând, în principal, din calitatea servirii comerciale.

- Cheltuielile de circulație exprimă, prin natura lor, consumul de resurse economice în comerț. Ele se grupează după variate criterii (de cunoaștere și pragmatice) și sunt puse în evidență de diferiți indicatori, de nivel și dinamică, absoluți și relativi. Indicatorul principal este nivelul relativ al cheltuielilor de circulație sau cheltuielile de circulație la o mie de lei vânzări.

- Cheltuielile de circulație sunt influențate de numeroși factori, reprezentând relații cauzale, de determinare a mărimii lor. Din acești factori rezultă căile de acțiune pentru raționalizarea cheltuielilor de circulație.

- Rentabilitatea reprezintă criteriul fundamental de apreciere a eficienței activității comerciale, în mărimea ei reflectându-se toate raporturile dintre eforturile depuse și rezultatele obținute de societățile comerciale.

- Rentabilitatea exprimă capacitatea unei unități de a realiza un profit, adică de a acoperi cheltuielile din venituri și de a obține un excedent de valoare reprezentat de profit.

- Mărimea rentabilității se evaluează prin doi indicatori: mărimea profitului și rata rentabilității.

- Profitul reprezintă diferența dintre suma veniturilor și suma cheltuielilor efectuate cu activitatea economică (inclusiv taxa pe valoarea adăugată), iar rata rentabilității se determină ca raport procentual între mărimea profitului și volumul activității comerciale. De asemenea, ea se calculează ca raport între profit și mărimea capitalului comercial sau numărul de personal folosit.

- Din modul de calculare a profitului rezultă factorii care influențează mărimea lui și căile de creștere a acestuia. Ei sunt legați de sporirea volumului încasărilor și de raționalizarea cheltuielilor.

- Profitul net al unei societăți (profitul rămas după scăderea impozitului pe profit) se folosește potrivit prevederilor statutului de funcționare a societății comerciale. Un loc important în destinațiile lui îl ocupă alocările pentru fondul de dezvoltare, creșterea acestuia permițând autofinanțarea activității societății.

- Căile de sporire a eficienței activității comerciale sunt legate de cele două elemente ale raportului prin care se definește eficiența: eforturi și rezultate. Eficiența sporește prin mărirea rezultatelor la același consum de resurse sau prin reducerea consumului de resurse pe unitatea de rezultat.

ÎNTREBĂRI RECAPITULATIVE

1. Explicați eficiența ca principiu fundamental al economiei de piață.
2. Prezentați criteriile de evaluare a eficienței activității comerciale ca raport între efort și rezultate sau invers.
3. Prezentați diversele clasificări ale cheltuielilor de circulație și utilitatea lor.
4. Cum influențează viteza de circulație a mărfurilor sau productivitatea muncii mărimea și dinamica cheltuielilor de circulație ?
5. Cum se motivează profitul în structura prețului produselor ?
6. Ce semnificație au indicatorii exprimând rata rentabilității activității economice, a capitalului și a resurselor umane?

BIBLIOGRAFIE

1. Abraham-Frois, G.: Economie politique, Ed. Economica, Paris, 1988
2. Aomeuf, J.: Dictionnaire des sciences economique, Presses Universitaires de France, 1956
3. Babeau, A. – Le profit, Presses Universitaires de France, Paris, 1989
4. Dobrotă, N.(coordonator) – Economie politică, Ed. Economică, București, 1995
5. Niculescu M. – Diagnostic global strategic, Editura Economică, București, 1997
6. ***Ministerul Finanțelor - Sistemul contabil al agenților economici, Ed. Economică, București, 1993