

**ASPECTE TEORETICE PRIVIND  
ANALIZA CIFREI DE AFACERI**

**CĂRUNTU ROXANA CORINA**  
*Economist*

**ABSTRACT**

*Nowadays, when the economic crisis seems not to be overcome by the authorities it is important for companies to see how they are performing, if their products are sold or not and if it is necessary to take measures according to the results obtained.*

*The turnover expresses the total revenues obtained by a company from its current commercial activities, being one of the most important indicators of measuring the performance of the company.*

*The aim of this paper is to stress the theoretical implications that turnover has over the economic activity of a company.*

*In the chapters of the paper we will present theoretical notions regarding the concept of turnover analysis, meaning analysis of the turnover's dynamics, the structural analysis of turnover.*

**KEY WORDS:** *turnover, break-even point, marginal turnover, net turnover.*

**JEL CLASSIFICATION:** *J63 - Turnover; Vacancies; Layoffs*

**1. Introducere**

In climatul economic actual influențat de criza economica si financiara, principalul scop al companiilor nu este doar sa supraviețuiască ci si sa realizeze o activitate productiva.

In contextual actual, condițiile prezente in care managerii trebuie sa ia decizii nu sunt chiar satisfăcătoare: cunoașterea evenimentelor si a cauzelor evoluției acestora este adesea parțială, iar mediul economic este influențat negativ de o serie de factori.

Mulți manageri nativi trebuie sa-si redefinaască strategia companiei deoarece climatul economic s-a schimbat radical. Managerii companiei nu mai sunt preocupați cu “managementul de creștere”, ci trebuie sa-si

**THEORETICAL ASPECTS REGARDING  
THE TURNOVER ANALYSIS**

**CARUNTU ROXANA CORINA**  
*Economist*

**ABSTRACT**

*Nowadays, when the economic crisis seems not to be overcome by the authorities it is important for companies to see how they are performing, if their products are sold or not and if it is necessary to take measures according to the results obtained.*

*The turnover expresses the total revenues obtained by a company from its current commercial activities, being one of the most important indicators of measuring the performance of the company.*

*The aim of this paper is to stress the theoretical implications that turnover has over the economic activity of a company.*

*In the chapters of the paper we will present theoretical notions regarding the concept of turnover analysis, meaning analysis of the turnover's dynamics, the structural analysis of turnover.*

**KEY WORDS:** *turnover, break-even point, marginal turnover, net turnover.*

**JEL CLASSIFICATION:** *J63 - Turnover; Vacancies; Layoffs*

**1. Introduction**

In the current economic climate being influenced by the economic and financial crisis, the main purpose of the companies is not only to survive but also to evolve a productive activity.

In the current context, the actual conditions in which the managers make decisions are not ideal at all: knowing the events and the causes of their evolution is often partial, and the economic environment is disturbed by a multitude of factors.

Many inborn managers have to redefine the company's strategy due to the fact that the economic environment has changed radically. The company's managers are not anymore concerned with the “management of increasing”,

evalueze compania de la baza, începând chiar cu beneficiile oferite clienților.

În vederea dezvoltării unei activități profitabile, managerii sunt obligați să ia decizii și să acționeze rapid pentru a face față constrângerilor economice și sociale actuale care au un impact asupra progresului companiei.

Cifra de afaceri este considerată a fi un indicator fundamental al volumului activității unei companii și, în mod evident, este mereu luat în vedere atunci când se evaluează o companie.

Folosind conceptul de cifra de afaceri avem posibilitatea să tragem diferite concluzii referitoare la :

- poziția pe piața a companiei;
- informații asupra dinamicii activității; detalii despre șansele de dezvoltare sau despre importanța companiei în sectorul de activitate;
- capacitatea de autofinanțare a firmei;
- capacitatea companiei de a dezvolta activități profitabile;

## 2. Aspecte generale privind cifra de afaceri

Conceptul de analiză a cifrei de afaceri poate fi abordat având în vedere următoarele rate: cifra de afaceri netă, cifra de afaceri medie, cifra de afaceri marginală.

Astfel, conceptul de analiză a cifrei de afaceri presupune abordarea următoarelor rate operaționale:

- **cifra de afaceri netă ( CA )** – reprezintă un indicator al contului de profit și pierdere, compus din veniturile totale obținute din vânzarea produselor și serviciilor din activitatea curentă a companiei, incluzând subvențiile din investiții, după deducerea comerțului cu reduceri.

- **cifra de afaceri medie** – cunoscută și ca prețului mediu de vânzare, reprezintă venitul obținut din vânzarea unei unități și se calculează pe baza următoarei formule:

$$\overline{CA} = \frac{CA}{Q} \quad (1)$$

**unde:** Q reprezintă volumul fizic al vânzărilor

- **cifra de afaceri marginală ( CA<sub>m</sub> )** – exprimă variația veniturilor din vânzări generate de creșterea cu o unitate a volumului fizic al vânzărilor și se calculează cu următoarea formulă:

$$CA_m = \frac{\Delta CA}{\Delta Q} = \frac{CA_1 - CA_0}{Q_1 - Q_0} \quad (2)$$

- **pragul de rentabilitate ( BEP )** –

but they have to assess the business from the ground starting even with the benefits offered to clients.

For developing a profitable activity, managers are obliged to make decisions and act rapidly in order to face the current economic and social constraints which have an impact over the company's progress.

The turnover is considered to be a fundamental indicator of the volume of activity of a company and obviously it is always considered when evaluating a company.

Using the turnover concept we have the possibility to draw different conclusions regarding:

- the market position of a company;
- information about the dynamics of the activity; about the chances of development or about the importance of the company in its sector of activity;
- the capacity of the company of auto financing itself,
- the capacity of the company to develop profitable activities.

## 2. General aspects regarding turnover

The concept of turnover analysis can be approached taking into consideration the following operational ratios: net turnover, average turnover, marginal turnover. The concept of turnover analysis can be approached taking into consideration the following operational ratios:

- **net turnover ( T )** – represents an indicator of the Profit and Loss Account, formed by total revenues obtained from the sale of goods and services from the current activity of the company, including the subsidies from investments, after deducting the trade discounts.

- **average turnover** – also known as average selling price, represents the revenue obtained from the sale of one unit of good or service and is computed using the following formula:

$$\overline{T} = \frac{T}{Q} \quad (1)$$

**where:** Q represents the physical volume of sales

- **marginal turnover ( T<sub>m</sub> )** – expresses the variation of revenues from sale generated by the increase with one unit of the physical volume of sales and is computed using the following formula:

reprezintă nivelul de rentabilitate a companiei și este nivelul veniturilor din vânzări necesare pentru acoperirea totală a cheltuielilor operaționale. Formula de calcul pornește de la ideea de bază că în momentul atingerii pragului de rentabilitate, profitul este 0 iar cheltuielile totale în comparație cu volumul activității sunt grupate în cheltuieli fixe și variabile.

$$BEP = \frac{\sum FE}{1 - R_{VE}} \quad (3)$$

unde:

FE – reprezintă cheltuielile fixe

$R_{VE}$  - reprezintă raportul cheltuielilor variabile, respectiv media cheltuielilor variabile la 1 RON cifra de afaceri, calculat folosind formula următoare:

$$R_{VE} = \frac{VE}{CA} \quad (4)$$

Cifra de afaceri se calculează din veniturile totale obținute din livrarea bunurilor, furnizarea unor servicii și din venituri din alte operații, mai puțin rebaturile și reducerile oferite clienților. Poate fi detaliată până la nivelul produsului, grupurilor de produse sau categoriilor de activități. Astfel compania poate și trebuie să fie interesată în cunoașterea produselor cele mai solicitate, ce contribuție au la venituri și care sunt produsele cele mai profitabile. Creșterea cifrei de afaceri reprezintă un obiectiv fundamental pentru fiecare companie, obiectiv ce trebuie corelat cu piața, cu dimensiunile și cu nevoile companiei.

### 3. Analiza dinamicii cifrei de afaceri

Aprecierea dimensiunii activității economice a unei companii și modificarea acesteia în timp sunt absolut necesare în atragerea și asigurarea resurselor necesare pentru îndeplinirea obiectivelor dorite. Pentru a analiza pe deplin activitatea unei companii, orice analiză a unui indicator trebuie să includă o descriere dinamică a acestuia. Analiza evoluției în timp a cifrei de afaceri poate fi realizată folosind modele statistice clasice.

Studiul trebuie să conțină informații aferente unei perioade de la 3 până la 5 ani. Pe baza concluziei obținute în urma acestei analize pot fi stabilite strategiile de dezvoltare ale companiei pentru următorii ani, având în vedere factorii care pot influența activitatea companiei.

Analiza dinamicii cifrei de afaceri pentru o

$$T_m = \frac{\Delta T}{\Delta Q} = \frac{T_1 - T_0}{Q_1 - Q_0} \quad (2)$$

• **break-even point (BEP)** – reprezintă nivelul de rentabilitate al companiei și este nivelul de venituri necesare pentru acoperirea totală a cheltuielilor operaționale. Formula de calcul a fost stabilită pe baza ideii de bază că în momentul atingerii punctului de break-even, profitul este nul și cheltuielile totale sunt grupate în cheltuieli fixe și variabile.

$$BEP = \frac{\sum FE}{1 - R_{VE}} \quad (3)$$

where:

FE – reprezintă cheltuielile fixe;

$R_{VE}$  - reprezintă raportul cheltuielilor variabile, respectiv media cheltuielilor variabile la 1 RON cifra de afaceri, calculat folosind formula:

$$R_{VE} = \frac{VE}{T} \quad (4)$$

Turnoverul este calculat ca suma totală a veniturilor obținute din livrarea de bunuri, furnizarea unor servicii și din venituri din alte operații, mai puțin rebaturile și reducerile oferite clienților. Poate fi detaliată până la nivelul produsului, grupurilor de produse sau categoriilor de activități. Astfel compania poate și trebuie să fie interesată în cunoașterea produselor cele mai solicitate, ce contribuție au la venituri și care sunt produsele cele mai profitabile. Creșterea cifrei de afaceri reprezintă un obiectiv fundamental pentru fiecare companie, obiectiv ce trebuie corelat cu piața, cu dimensiunile și cu nevoile companiei.

Creșterea turnoverului reprezintă un obiectiv fundamental pentru orice companie, obiectiv ce trebuie corelat cu piața, cu dimensiunile și cu nevoile companiei.

### 3. The analysis of the turnover's dynamics

The appreciation of the dimension of the economic activity of a company and its modification in time is absolutely necessary for the procurement and assurance of necessary resources needed for the accomplishment of the desired objectives. To fully analyze the activity of a company, any analysis of any indicator must include a dynamic description of this one. The analysis of the time evolution of turnover can be done using the classical statistical models.

perioada de timp (0,n) se face pe baza:

• abaterile absolute cu baza fixa sau cu baza in lanț:

$$\Delta CA_{FB} = CA_n - CA_0 \quad (5)$$

sau

$$\Delta CA_{CB} = CA_n - CA_{n-1} \quad (6)$$

• indicii cu baza fixa sau cu baza in lanț:

$$I_{CA} = \frac{CA_n}{CA_0} \times 100 \quad (7)$$

sau

$$I_{CA} = \frac{CA_n}{CA_{n-1}} \times 100 \quad (8)$$

• ratele de creștere cu baza fixa sau in lat:

$$R_{CA} = \frac{CA_n}{CA_0} \times 100 - 100 \quad (9)$$

sau

$$R_{CA} = \frac{CA_n}{CA_{n-1}} \times 100 - 100 \quad (10)$$

• ritmul mediu anual de creștere:

$$\bar{R}_{CA} = \left( \sqrt[n-1]{\frac{CA_n}{CA_0}} - 1 \right) \times 100 \quad (11)$$

Analiza cifrei de afaceri pe o perioada lunga de timp oferă informații asupra activității unei companii si trendul acesteia.

Cu scopul de a fi relevant in stabilirea strategiei de dezvoltare a companiei, dinamica firmei supuse analizei trebuie sa fie comparata cu dinamica pieței si cea a sectorului de activitate. In cazul in care piața este mai dinamica decât compania, se va observa ca firma va pierde din cota de piață, fie din cauza creșterii vânzărilor competiției la un nivel ridicat, fie din cauza apariției pe piața a unor noi competitori.

Pentru a realiza o analiza pertinenta a realității este necesara ajustarea indicatorilor nominali cu rata inflației corespunzătoare sectorului de activitate al companiei.

Comparația datelor in timp poate fi asigurata prin aplicarea procedurilor de inflație si deflație asupra indicatorilor.

Deflația – implica exprimarea datelor din perioada analizata intr-o unitate monetara constanta, aferenta primului an, considerat ca baza. Ajustarea se face pe baza următoarele relații:

$$CA_{R_{n-m}} = \frac{CA_{C_{n-m}}}{I_{P_{n-m}/o}} \quad (12)$$

unde:

The study must contain information afferent to a period of 3-5 years. On the basis of the conclusion drawn from this analysis, there can be established the development strategies of the company for the following years, taking into account the factors that can influence the activity of the company.

The analysis of the dynamics of the turnover for a time period (0, n) is done on the basis of:

• Fixed- base (FB) or chained-base (CB) absolute changes:

$$\Delta T_{FB} = T_n - T_0 \quad (5)$$

or

$$\Delta T_{CB} = T_n - T_{n-1} \quad (6)$$

• Fixed or chained-based ratios:

$$I_{T_{FB}} = \frac{T_n}{T_0} * 100 \quad (7)$$

or

$$I_{T_{CB}} = \frac{T_n}{T_{n-1}} * 100 \quad (8)$$

• Fixed or chained-based increase rate:

$$R_{FB} = I_{T_{FB}} - 100 \quad (9)$$

or

$$R_{CB} = I_{T_{CB}} - 100 \quad (10)$$

• Annual average increase rate:

$$\bar{R} = \left( \sqrt[n-1]{\frac{T_n}{T_0}} - 1 \right) * 100 \quad (11)$$

The analysis of turnover over a long period of time gives information about the activity of the enterprise and its trend.

In order to be relevant for the establishment of the development strategy of the company, the dynamics of the analyzed company should be compared to the dynamics of the market and of the activity sector. If the market is more dynamic than the company, it will be noticed that the company will loose market share, either due to the increase of the sales of the competitors at a higher pace, or due to the entrance in the market of new competitors.

For a pertinent analysis of the reality it is necessary to adjust the nominal indicators with the inflation rate corresponding to the activity sector of the company.

The comparability of the data in time can be insured by deflating or inflating the indicators.

Deflation- implies expressing the data of the analyzed period in constant monetary units,

$CA_R$  - reprezintă cifra de afaceri reala sau comparabila;

$CA_C$  - reprezintă cifra de afaceri curenta;

$Ip_{n-m/o}$  reprezintă indicele prețului, raportat la primul an din perioada analizată.

Inflația – implică aducerea la zi a valorilor indicilor la ultimul an al perioadei analizate, folosind următoarea formula:

$$CA_{R_{n-m}} = CA_{C_{n-m}} * I_{P_{n/n-m}} \quad (13)$$

unde:

$Ip_{n/m-m}$  - reprezintă indicele prețului, raportat la ultimul an al perioadei analizate

#### 4. Analiza structurii cifrei de afaceri

În analiza economico-financiară, o importanță deosebită în determinarea cauzelor și a rezervelor de creștere a cifrei de afaceri o are studierea structurii vânzărilor.

Structura cifrei de afaceri evidențiază ponderea pe care o au anumite elemente în vânzările totale ale companiei.

Din punct de vedere metodologic, analiza structurii cifrei de afaceri se realizează prin:

**1. mărimi relative de structură** – se utilizează la determinarea ponderii deținute de diferite elemente (produse, mărfuri, servicii, activități, secții etc.) în totalul cifrei de afaceri, utilizându-se următoarea relație:

$$g_i = \frac{ca_i}{CA} \cdot 100 \quad (14)$$

unde:

$g_i$  - ponderea deținută de categoria „i” în totalul cifrei de afaceri;

$ca_i$  - cifra de afaceri realizată de categoria „i”;

CA – cifra de afaceri totală.

**2. efectuarea de comparații ale structurii activității economice aferente mai multor exerciții financiare prin utilizarea coeficientului de concentrare Gini-Struck:**

$$G = \sqrt{\frac{n \sum g_i^2 - 1}{n - 1}} \quad (15)$$

unde:

n – numărul de termeni ai seriei;

$g_i$  - ponderea produsului sau grupei se mărfuri „i” în cifra de afaceri.

Coeficientul Gini-Struck poate lua valori în

afertent la primul an, considerat baza. The adjustment will be made on the basis of the following relation:

$$T_{R_{n-m}} = \frac{T_{C_{n-m}}}{I_{P_{n-m/o}}} \quad (12)$$

where:

$T_R$  - represents the real or comparable turnover;

$T_C$  - represents the current turnover;

$Ip_{n-m/o}$  represents the price index, reported to the first year of the analyzed period.

Inflation – implies the bringing out to date of the value indexes to the last year of the analyzed period, using the following formulas:

$$T_{R_{n-m}} = T_{C_{n-m}} * I_{P_{n/n-m}} \quad (13)$$

where:

$Ip_{n/m-m}$  - represents the price index, reported to the last year of the analyzed period.

#### 4. The structural analysis of turnover

In the economic and financial analysis of high importance in the determination of the causes and reserves of the increase in turnover is the study of the sale structure.

The structure of the turnover emphasizes the weight of certain elements in the total sales of the company.

From the methodological point of view the structural analysis of the turnover is realized through:

• Determination of the weight of different elements (products, merchandises, services, activities, departments, etc) in the total turnover, by using the relative measurements of the structure:

$$g_i = \frac{t_i}{T} * 100 \quad (14)$$

where:

$g_i$  - represents the weight of “i” category in the total turnover;

$t_i$  - represents the turnover realized by “i” category;

T - represents the total turnover.

• Making comparisons between the structures of the economic activity afferent to different financial periods, using the **Gini-Struck structure coefficient**:

intervalul [0, 1], având următoarea importanță:

□ G--> arată că în structura vânzărilor sunt câteva produse care dau cea mai mare parte din cifra de afaceri, în alte cuvinte gradul de concentrare al activității este ridicat;

□ G--> semnifică o distribuție relativ uniformă a vânzărilor pe categoriile structurii activității.

• metoda **ABC**– este utilizată în principal pentru analiza structurii cifrei de afaceri pe produse, clienți, furnizori.

Utilitatea metodei ABC constă în definirea politicii de aprovizionare a firmei pe grupe (pentru comerț) precum și a puterii de negociere în raport cu clienții/furnizorii (pentru toate domeniile).

**Produsele** comercializate sunt cele care contribuie în proporții diferite la realizarea cifrei de afaceri. Analiza curbei teoretice permite identificarea, în totalul produselor fabricate sau comercializate, trei grupe cu caracteristici specifice, astfel:

□ subgrupă care cuprinde foarte puține produse sau mărfuri, dar care realizează o mare parte din cifra de afaceri;

□ două grupe care dau mai puțin de jumătate din cifra de afaceri, dar care controlează majoritatea produselor realizate și respectiv comercializate.

#### 4. Concluzii

Evaluarea dimensiunii activității economice a comerciantului și schimbările acesteia de-a lungul timpului sunt absolute necesare în vederea procurării și furnizării resurselor necesare pentru obținerea obiectivelor stabilite. În vederea îndeplinirii acestor aspecte, este necesară efectuarea unei analize a evoluției cifrei de afaceri.

Cifra de afaceri reprezintă un indicator capabil să ofere o imagine asupra poziției pe piața a companiei, reprezentând volumul veniturilor dintr-o activitate într-o perioadă de timp, colectările realizându-se la prețul pieței.

Acest tip de indicator măsoară performanța companiei și se folosește des în calitate de criteriu pentru clasificarea companiilor prin funcție de importanța lor economică. Creșterea cifrei de afaceri reprezintă obiectivul fundamental al oricărei companii, un obiectiv ce trebuie corelat cu piața, dimensiunile și nevoile companiei.

#### 5. Bibliografie:

$$G = \sqrt{\frac{n * \sum g_i^2 - 1}{n - 1}} \quad (15)$$

**where:**

n - represents the number of terms of the series;

$g_i$ -represents the structure of sales on categories of activities, groups of products, operating units etc.

The **Gini-Struck coefficient** can take value in the interval [0, 1], having the following significance:

• G--> means that in the structure of the activity of the company, a low number of the elements have an important weight in the turnover, or, in other words, the concentration degree of the activity is high.

• G--> means that the sales are spread rather even between the categories of structure of the activity.

• **ABC method**–is mostly used for the analysis of the structure of the turnover on products, clients, suppliers.

The usefulness of the ABC method consists in defining the supply politics of the company on groups (for commerce) as well as the negotiation power in comparison with the clients/suppliers (for all the domains).

The commercialized products are those which contribute in different proportions to the realization of the turnover. The analysis of the theoretical curve allows the identification, in the total of the manufactured and commercialized products, of three groups with specific characteristics, as follows:

□ a subgroup which contains very few products or goods, but which contributes a lot to the turnover;

□ two groups which give less than a half of the turnover, but which control the majority of the made and, respectively, commercialized products.

#### 5. Conclusion

Assessing the dimensions of the trader's economic activity and its changes over time is absolutely necessary in order to purchase and provide the resources necessary to accomplish the proposed objectives. In order to do this, it is compulsory an analysis of the turnover evolution.

The turnover is an indicator able to provide an insight into a company's market position, representing the volume of revenues from an

1. Buse Lucian – “Analiza economico-financiara”, Editura Economica, Bucuresti, 2005;
2. Cojocaru Constantin – “Analiza economico-financiara”, Editura Economica, Bucuresti, 2004;
3. Dinu Eduard – “Rentabilitatea firmei in practica”, All Beck, Bucuresti, 2004;
4. Ghic Gratiela, Grigorescu Carmen Judith – “ Analiza economico-financiara”, Editura Universitaria, Bucuresti, 2009;
5. Isfanescu Aurel, Robu Vasile, Hristea Ana Maria, Vasilescu Camelia – “Analiza economico-financiara”, Editura Ase, Bucuresti, 2002;
6. Petcu Monica – “Analiza economico-financiara a intreprinderii”, Editura Economica, Bucuresti, 2003;
7. Popescu Dan Dumitru – “ Creating value through company analysis (An approach for Romanian companies), H'ART Publishing Science, Bucharest, 2007;
8. Popescu Dan Dumitru – “Ghid pentru analiza financiara a companiilor industriale”, Editura Didactica si Pedagogica, Bucuresti, 1986, H'Art Publishing Science, Bucuresti , 2007;
9. Stefea Petru – “Analiza rezultatelor intreprinderii”, Editura Mirton, Timisoara, 2002;
10. Valceanu Gheorghe, Robu Vasile, Dinu Eduard – “Analiza economica-financiara”, Editura Economica, Bucuresti, 2005.

activity in a period of time, collections made at market price.

This type of indicator measures the performance of a company and is regularly used as a criterion for classifying the companies based on their economic importance. The increase of the turnover represents a fundamental objective for any company, an objective that has to be correlated with the market, the dimensions and the needs of the company.

#### 6. References:

1. Buse Lucian – “Analiza economico-financiara”, Editura Economica, Bucuresti, 2005;
2. Cojocaru Constantin – “Analiza economico-financiara”, Editura Economica, Bucuresti, 2004;
3. Dinu Eduard – “Rentabilitatea firmei in practica”, All Beck, Bucuresti, 2004;
4. Ghic Gratiela, Grigorescu Carmen Judith – “ Analiza economico-financiara”, Editura Universitaria, Bucuresti, 2009;
5. Isfanescu Aurel, Robu Vasile, Hristea Ana Maria, Vasilescu Camelia – “Analiza economico-financiara”, Editura Ase, Bucuresti, 2002;
6. Petcu Monica – “Analiza economico-financiara a intreprinderii”, Editura Economica, Bucuresti, 2003;
7. Popescu Dan Dumitru – “ Creating value through company analysis (An approach for Romanian companies), H'ART Publishing Science, Bucharest, 2007;
8. Popescu Dan Dumitru – “Ghid pentru analiza financiara a companiilor industriale”, Editura Didactica si Pedagogica, Bucuresti, 1986, H'Art Publishing Science, Bucuresti , 2007;
9. Stefea Petru – “Analiza rezultatelor intreprinderii”, Editura Mirton, Timisoara, 2002;
10. Valceanu Gheorghe, Robu Vasile, Dinu Eduard – “Analiza economica-financiara”, Editura Economica, Bucuresti, 2005.