

RAPORT
privind rezultatele activității economico-financiare a
S.A “Barza Albă” pentru 2020 an.
planul de activitate pentru 2021 an.

S.A. „Barza Albă” adresa juridică: mun. Bălți, str. Victoriei, nr. 49, număr de înregistrare 1003602014168, își desfășoară activitatea în domeniul producerii, stocării și comercializării alcoolului etilic (distilate obținute din vin și cidru de mere), a băuturilor spirtoase obținute din distilate, legitimați fiind, conform cadrului legal, prin eliberarea Licenței seria A MMII nr. 057351, eliberată în 30.07.2019, cu termen de valabilitate 3 (trei) ani și având amplasarea bunurilor imobile cu datele incluse în tabelul nr. 1.

Tabelul nr. 1

#	Denumirea și componenta obiectivului	Locul de amplasare	Nr.înregistrării în Registrul de stat al imobilului	Forma de proprietate a terenului	Supra fața, ha	Prețul de cost inițial, lei	Prețul de cost declarat în bilanț la zi, lei
1.	Construcții, clădiri de producere, administrative	mun. Bălți, str. Victoriei, 49	Nr.cadastral 0300207259 din 14.06.2002	În folosință	10,7	85669413	17993552
2.	Secție de producere	or. Briceni, str. Frunze, 34/A	Nr.cadastral 14011070210 din 04.02.2001	În folosință	1,96	9200593	959087
3.	Secție de producere	or. Rîșcani, str. Independenței, 169	Nr.cadastral 7101209142 din 04.07.2003	În folosință	4,87	4207956	1088045
4.	Magazin de firmă ”Codru”, nr. 2	mun. Bălți, str. Cicicalo, 3”A”	Nr.cadastral 0300211.104 din 24.02.2000	În proprietate	0,046	295493	54245
5.	Magazin de firmă ”Codru”, nr. 10	or. Briceni, str. Independenței, 21	Nr.cadastral 1401103023 din 30.08.2012	Proprietate fără teren	-	32872	262490

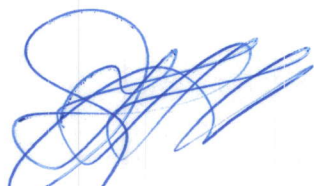
În prezent activitatea de bază se desfășoară în mun. Bălți, str. Victoriei, nr. 49, și care cuprinde tot spectrul algoritmului tehnologic. În or. Rîșcani activitatea se limitează numai la procesul de maturare a distilatelor pentru divin și cidru de mere. Respectiv, magazinele specializate a firmei, aflate în proprietatea companiei, cum și acelea amplasate pe suprafețe închiriate, realizează programul de vânzări cu amănuntul, conform autorizațiilor de funcționare.

Privind subdiviziunile companiei amplasate în diferite localități a Republicii Moldova cu statutul respectiv și datele, conform Tabelului nr.1, am dori să menționăm următoarele:

- **Secția de producere (secția pentru maturarea distilatelor) or. Briceni**, cu capacitatea de 600 mii dal de distilate la păstrare cu suprafața declarată nu se mai exploatează după profil din 1995.
- **Secția de producere din orașul Rîșcani**, unde pe un teren de 50.000 m² este amplasată o secție reconstruită cu suprafața totală de 4.200 m² pentru maturarea distilatelor în cisterne emailate și butoaie de stejar cu capacitatea totală de 300 mii dal și care la moment se exploatează la capacitatea de 10%. Tot în Rîșcani pe terenul nominalizat sunt amplasate 2 demisubsoluri dotate cu vase din beton armat cu suprafața de 800 m² și capacitatea de 100 mii dal fiecare și nu se exploatează de mai bine de 15 ani.

Pe același teren este amplasată o hală cu suprafața de 500 m² și un bloc pentru serviciile auxiliare cu suprafețe totale de c.c 1000m², care nu se exploatează. În afara terenului delimitat este amplasat un așa numit bloc administrativ cu suprafața totală de c.c 300 m². Deci observăm, că aceste două subdiviziuni, amplasate în Briceni și Rîșcani practic nu se exploatează, fiind de fapt un balast pentru companie, care generează anual cheltuieli de circa 1 mln. lei (pază, salariile angajaților, apă energie electrică, impozite, etc).

Ca problemă, privim și exploatarea magazinului firmei, proprietate a companiei, amplasat în vecinătatea adresei juridice și a sediului practic, la distanță de cel mult 200 m, și care generează cheltuieli numai pentru încălzire și



consum de energie electrică, a apei și canalizare de c.c 50.000 lei/anual. Acestea, în situația când la companie sunt suprafețe enorme care nu se exploatează și în primul rând în incinta oficiului (blocul administrativ).

Nu mai puțin important e de menționat care este potențialul companiei în sensul suprafețelor de producere amplasate pe terenurile pe adresa juridică a companiei, mun.Bălți, str.Victoriei, 49. Pe terenul nominalizat mai sus, sunt amplasate 6 blocuri principale de producere:

- **Bloc de producere într-un etaj cu subsol pe perimetrul construcției** exploatat anterior pentru păstrarea și îmbutelierea vinurilor, se află în stare de deconectare din procesul de producere și este în stare de conservare.
- **Bloc de producere pentru maturarea distilatelor și producerea băuturilor** cu suprafața de 10.000 m², reconstruit cu schimele tehnologiei reutilizate.
- **Bloc de producere a distilatelor (distilăria)**, cu stricta necesitate și perspectiva reutilizării schimei tehnologice și reconstrucției edificiului.
- **Bloc de producere supraetajat de tip**, unde este amplasat laboratorul de producere, secția de îmbuteliere și depozitul “Producția finită” cu o suprafață de 20.000 m² și care se exploatează la 50%.
- **Bloc de producere pentru maturarea distilatelor** cu suprafața totală de 10.000 m² și capacitatea de circa 400 mii dal – necesită după un proiect nou reconstrucția și reutilizarea schimei tehnologice.
- **Bloc de producere pentru depozitarea și pregătirea către îmbuteliere a ambalajelor din carton gofrat** pentru transportarea producției care se exploatează la 30% din suprafața totală de 5500 m².
- **Bloc auxiliar, construcție capitală supraetajată în 3 nivele cu subsol special de tip**, cu condiții de-a fi utilizat ca adăpost în sensul protecției civile pe timp de război cu o suprafață totală de 2500 m², practic deconectat de la circuitul de producție.

Aceste date am considerat obligatoriu pentru a fi prezentate în contextual perspectivei elaborării unei strategii de dezvoltare a companiei pe fondul a două probleme majore:



- Statutul companiei ca fiind pasibilă de privatizare a activelor
- Raportul potențialului companiei către necesarul strict de investiții și problemele strigente, a întreprinderii în particular și a sectorului producerii băuturilor spirtoase și a altor băuturi în speță.

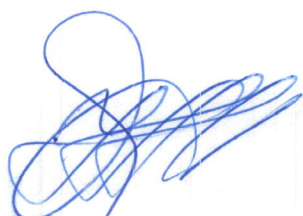
La aceste date ne vom referi pe parcursul acestui raport.

Pentru a trece la relatarea realizării programului de activități propriu-zis, aş dori să menționăm că managementul companiei pe parcursul a mai multor ani, inclusiv și a ultimilor 4-5 ani, realizează un program cu riscuri minime, practic la cota 0, pentru activele companiei, și nu în ultimul rând, acesta se datorază și faptului că activele companiei sunt expuse periodic la vânzare. Desigur ca cotele joase a riscurilor generează excluderea cheltuielilor pentru un program de investiții.

Așadar, sarcinile pentru programul de activitate în anul 2020 a fost prezentat la adunarea generală anuală în Programul respectiv, pricipalele fiind:

- Asigurarea unui volum a vânzărilor nete nu mai mic **de 70 mln lei**
- Asigurarea unui volum a profitului net **c.c 5,3 mln lei**
- Menținerea locurilor de muncă la cote de **150 de locuri** și asigurarea unui salariu mediu lunar **c.c. 8111 lei** mediu lunar.
- Menținerea la un nivel nu mai mic **de 350 mln lei** a valorii activelor totale a companiei.
- Menținerea stocurilor de distilat pentru Divin și a stocurilor de Divin stabil
- Consolidarea portofoliului de produse a companiei
- Lansarea produselor companiei pe pe alte pieți decât cea tradiționale.

Situația creată pe întreg globul pământesc în anul 2020 influențată de pandemia mondială "COVID 19" nu a lăsat fără amprente negative nici realizările companiei.



În anul 2020 Programul de realizare a producției s-a desfășurat în 2 direcții principale:

- Piața internă a Republicii Moldova
- Piața externă (export)

Piața internă

Vânzările întreprinderii pe piața internă pentru anii 2018, 2019 și 2020 s-au efectuat în baza comercializării produselor întreprinderii prin intermediul a trei direcții de distribuție:

- magazinele specializate ale întreprinderii;
- distribuitori autorizați în baza contractelor încheiate;
- agenți economici ce activează în standard DutyFree.

Tabelul nr. 2: Evoluția vânzărilor pe piața internă în perioada anilor 2018 – 2020

#	Direcții de distribuție	2018		2019		2020	
		VN, lei	VPC, lei	VN, lei	VPC, lei	VN, lei	VPC, lei
1.	Magazinele întreprinderii	6 731 804	9 484 940	8 650 141	12 034 650	6 001 671	8 287 155
2.	Distribuitori autorizați	43 067 115	60 233 546	34 177 139	56 027 130	9 373 873	12 629 464
3.	Magazine Duty Free	8 413 034	11 778 248	8 777 325	8 777 325	4 084 081	5 691 453
	Total:	58 211 953	81 496 734	51 604 605	76 839 105	19 459 625	26 608 072

Analizând datele tabelului nr. 2 observăm, că pe parcursul anului 2020 s-a înregistrat o scădere a vânzărilor nete pe piața internă cu 62,2% (cca. 32,1 mil. lei), această scădere a fost înregistrată datorată diminuării vânzărilor distribuitorilor în Republica Moldova cu circa 24,8 mln lei (72,7%). Vânzările înregistrate către DutyFree au scăzut și ele cu 52,9% (4,6 mln.).



VN ale magazinelor întreprinderii au scăzut cu cca. 30,2% (2,6 mil. lei), fapt datorat în mare parte diminuării vânzărilor pe direcțiile menționate anterior, care au influențat la direct această descreștere.

La compartimentul VN în magazinele ce activează în standard DutyFree, pe parcursul anilor 2018-2020 se menține tendința de instaurare a unui echilibru pozitiv, între cei doi operatori(vezi tabelul nr. 2), vânzările cărora au devenit proporționale fluxului de călători prin intermediul punctelor de trecere a frontierei.

Vânzările în piața internă prin intermediul magazinelor întreprinderii

În anul 2020 întreprinderea dispunea de 7 magazine specializate, care sunt amplasate preponderent în partea de nord a țării, și anume în or. Bălți – 2, Edineț – 1, Briceni – 1, în zona de centru or. Chișinău – 1 și sud la moment sunt magazine în or. Cahul – 1 și or. Comrat – 1. Magazinele specializate ce aparțin întreprinderii, favorizează consumatorul de rând, prin achiziția produselor la un preț accesibil, generat de cheltuieli mici cu transportarea și activități de marketing, iar pentru întreprindere ele servesc drept platformă de promovare, analiză veridică a preferințelor consumatorilor și nu în ultimul rând, ca sursă constantă de lichidități.

În baza datelor tabelului nr. 3 observăm, că pe parcursul anului 2020 în comparație cu 2019 vânzările întreprinderii, atât cele nete, cât și cele în prețuri curente, prin intermediul magazinelor întreprinderii au scăzut, respectiv cu cca 30,2% (2,6 mil. lei), 31,6% (3,8mil. lei), această situație a fost generată în mare parte datorită diminuării vânzărilor tuturor magazinelor din rețeaua întreprinderii, înregistrând sume aproximativ egale ca în anul 2018, în anul 2019 înregistrându-se un salt considerabil, ca urmare a dezvoltării brandului companiei, acțiunilor promoționale, motivarea vânzătorilor, precum și nu în ultimul rând, și-a adus un aport dezvoltarea rețelei prin deschiderea și promovarea magazinelor din orașele Chișinău și Cahul.




**Tabelul nr. 3: Evoluția livrărilor magazinelor întreprinderii pe parcursul anilor
2018-2020**

№	Magazinul întreprinderii	2018		2019		2020	
		VN, lei	VPC, lei	VN, lei	VPC, lei	VN	VPC
1.	Codru -1, Bălți	1 327 833	1 891 433	1 506 807	2 152 744	810 156	1 152 404
2.	Codru -2, Bălți	1 605 256	2 207 147	2 168 783	3 002 611	1 678 213	2 315 272
3.	Codru -3, Bălți	249 710	373 774	215 986	331 551	-	-
4.	Codru -8, Edineț	663 777	999 202	788 625	1 162 904	617 186	883 567
5.	Codru-10, Briceni	604 103	904 040	784 160	1 151 710	548 447	797 601
6.	M/D, Chișinău	1 882 591	2 534 038	2 513 030	3 346 121	1 842 810	2 404 069
7.	M/D, Cahul	398 534	575 306	672 750	887 009	484 682	703 622
8.	M/D, Comrat	-	-	-	-	20 177	30 620
	Total:	6 731 804	9 484 940	8 650 141	12 034 650	6 001 671	8 287 155

Vânzările distribuitorilor oficiali ai produselor întreprinderii

Anul 2020, pentru întreprindere, în ceea ce privește distribuția în piața internă, a fost un an de dezvoltare a relațiilor cu distribuitorii, derularea acțiunilor promoționale comune. Distribuitorii companiei pe parcursul anului menționat a fost SRL "Magdalinas" pentru nord și centru țării, iar SRL "Visagrup" pentru sudul republicii. Modificările operate, au adus o înviorare a vânzărilor întreprinderii în segmentul nominalizat și o poziționare mai bună în piață.

Analizând datele tabelului nr. 4, putem observa că VPC și VN ale întreprinderii în anul 2020 au scăzut cu 54,9 mil. lei sau 81,3% și respectiv 24,3 mil. lei sau 72,3%. De asemenea putem observa că în structura vânzărilor pentru anul 2019 cca 76% din VN au fost realizate în alte direcții de cât cele ale distribuitorilor oficiali. Acest lucru s-a datorat în mare parte proiectelor de colaborare cu întreprinderi precum Cricova și Bardar. Această direcție este



caracterizată prin proiecte specifice ce au un termen de realizare prestabilit, astfel fiind executate integral pînă la finele anului 2019.

Tabelul nr. 4: Evoluția vânzărilor distribuitorilor din piața internă pe parcursul anilor 2018-2020

#	Distribuitori	2018		2019		2020	
		VN, lei	VPC, lei	VN, lei	VPC, lei	VN	VPC
1.	Magdalinas	9 181 183	12 730 362	7 475 020	10 403 105	7 214 350	9 097 102
2.	Visagrup	756 538	1 246 453	612 067	1 095 324	-	-
3.	Alții	33 129 394	46 256 731	25 569 678	56 027 131	2 159 523	3 532 362
	Total:	43 067 115	60 233 546	53 656 765	67 525 560	9 373 873	12 629 464

Vânzările în magazinele ce activează în standard DutyFree

Una din cele mai importante direcții de distribuție a produselor companiei sunt magazinele ce activează în standard DutyFree, aici întreprinderea conlucrează cu doi operatori înregistrați, SRL "Le Bridge Corporation" și SRL "Dufremol". Vânzările în acest segment permit nu numai acumularea unor venituri, dar și promovarea produselor, deoarece o bună parte din produse ajung în cele mai diverse țări ale lumii.

Analizând datele tabelului nr. 5 observăm, că în perioada anului 2020, VN sunt în descreștere și au atins cifra de cca 4,1 mil. lei (o descreștere cu 4,6 mil. lei, -52,8%), care în recalcul formează cca 5,7 mln lei VPC. Acest fapt, s-a datorat descreșterii fluxului pasagerilor din Aeroportul Internațional Chișinău cauzat de izolarea țării și închiderea hotarelor țării din motivul stării de urgență instaurat la nivel național. Totuși pe acest fundal, SRL "DFM" a menținut nivelului vânzărilor, la rândul lui generat debuna organizare a managementului și nu în ultimul rând, consolidarea gamei produselor companiei (rebrandingul divinului "Speranța", "Bălți", etc.) și activităților promoționale de comun acord. În ceea ce privește SRL "Le Bridge Corporation", situația devastatoare identică cu cea descrisă anterior, iar

ceea ce privește vânzările acestui operator auscăzut comparativ cu anul 2019 cu 1,6 mil. lei sau cu cca 45,7%.

Tabelul nr. 5: Evoluția vânzările în zona DutyFree pe parcursul anilor 2018-2020

#	Distribuitori	2018		2019		2020	
		VN, lei	%	VN, lei	%	VN	%
1.	Le Bridge	2 914 996	34,65	3 524 531	40,1	1 901 632	46,56
2.	Dufremol	5 498 038	65,35	5 252 793	59,9	2 182 449	53,44
	Total:	8 413 034	100	8 777 324	100	4 084 081	100

Piața extenă

Având un potențial de producere, pentru întreprindere, piața externă este o direcție, care poate forma și aduce vânzări impunătoare, dar totodată această piață este cea mai schimbătoare și în unele cazuri este influențată foarte mult de factorii geo-politici (restricții pe piețele tradiționale din est), socio-culturali (consumul produselor de tipul celor fabricate la companie este scăzut) și economici (concurența cu monștrii din occident).

În anul 2020, după cum se poate observa din datele expuse în tabelul nr. 6, întreprinderea a înregistrat o creștereexportului și anume cu cca. 34,4% (cca. 3,7 mln lei), aceasta s-a datorat în mare parte datorită apariției noilor parteneriate și exportului de mărfuri în așa țări ca Belarusia, Turkmenistan, Polonia, Japonia, astfel aceste livrări au permis întreprinderii într-un an dificil să acumuleze surse financiare importante vitale. Livrările către Belarus și Turkmenistan au constituit cca. 5 mil lei, vânzări care nu au fost planificate, dar cum am menționat au fost binevenite.



Estonia, care deasemenea este piață tradițională a produselor companiei în anul examinat a înregistrat o majorare a VN (cca 845 mii lei), datorată creșterii livrărilor și a ponderii VN a divinului în sortimentul exportat.

Colaborarea cu partenerii tradiționali este una benefică și permite companiei să planifice un șir de acțiuni de promovare și de asemenea organizarea ritmică a procesului de producere.

Kazakhstanul fiind un partener strategic și o piață tradițională a produselor companiei, în anul 2020 a înregistrat o diminuare cu cca 2 mln lei, aceasta s-a datorat în mare parte demarării unor acțiuni complexe de discreditare a produselor alcoolice obținute din distilat de vin maturat din Republica Moldova și catalogarea lor ca produse diferite de Brandy și Cognac, ceea ce va crește accizul la import în țara nominalizată, care la moment face impoșibilă o colaborare cu partenerul din piața nominalizată. Cu toate acestea, la moment se întreprind un șir de măsuri ce sperăm că vor redresa situația și vom putea restabili colaborarea noastră la cea istorică.

Printre parteneri, care deja încep a avea un istoric pozitiv pot fi nominalizate România și Israel, piețe pe care putem miza, dar care la moment nu au o cifră de afacere suficient de mare.

În 2020 am avut înregistrate și diminuări cu 100% livrări către Kirghistan. Dacă, activitatea partenerilor din Kirghistan a fost supusă restructurării, și la moment avem plasate comenzi pentru producere, atunci celelalte țări au fost, după cum am menționat mai sus o oportunitate de penetrare a pieții.

Acest lucru poate fi privit din două puncte de vedere:

- 1) pozitiv – deoarece permite întreprinderii să planifice o politică de finanțare și producere pe timp lung;
- 2) negativ – deoarece crează o dependență de piață, ceea ce poate genera dificultăți în cazul unor crize geo-politice și financiare, astfel datorită tensiunilor



din Ucraina, care este o țară de tranzit a marfii și imposibilitatea expedierii prin intermediul căilor ferate ale RM.

**Tabelul nr. 6: Evoluția vânzărilor nete ale întreprinderii pe piața externă
pentru anii 2018-2020**

# ord.	Țări	2018	2019	2020	2020%
•	Estonia	5 109 489	5 560 661	6 405 846	115,2
•	Kazakhstan	5 647 059	3 978 183	1 933 544	48,6
•	Belorusia	-	-	2 944 502	100,0
•	România	646 655	261 358	318 172	121,7
•	Cehia	-	277 090	161 779	58,4
•	Israel	384 778	433 983	481 694	110,9
•	Azerbaidjan	-	355 623	-	-
•	Kirghizstan	426 531	-	280 693	100,0
•	Canada	12 864	-	-	-
•	Luxemburg	85 470	51 723	-	-
•	Franța		51 723	106 293	205,5
•	Portugalia	-	-	78919	100,0
•	Japonia	-	-	44635	100,0
•	Turkmenistan	-	-	1 886 802	100,0
•	Polonia	-	-	38 648	100,0
	Total:	12 312 846	10 918 621	14 679 248	134,4

În continuare prezentăm indicii economico-financiari principali care reflectă rezultatele activității pentru anul 2020.

Tabel 7

**Indicii economico-financiari
ai S.A. "Barza Albă" pe anii 2019 si 2020**

Nr.	Indicatorii	Unitatea de măsură	2019	2020	2020 in raport cu 2019 (%)
•	Volumul producției în expresie naturala, total, inclus	mii dal	96.6	37.3	38.6
–	Divin	mii dal	69.0	13.6	19.7
–	Brandy și rachiu	mii dal	10.8	17.4	161.1
–	Dictilat de vin crud	mii dal	16.8	6.3	37.5
•	Volumul producției în prețuri curente	mii lei	51605	34740	67.3
•	Volumul producției produse în prețuri medii	mii lei	69141	45639	66.0
•	Total vânzări nete, inclusiv:	mii lei	62523	34139	54.6
	Export	mii lei	10933	14679	134.3
	Republica Moldova	mii lei	51590	19460	37.7
•	Profit net	mii lei	4863	3572	73.5
•	Rentabilitatea vânzărilor	%	7.8	10.5	+2.7
•	Impozite și contribuiri achitate în total, inclusiv:	mii lei	39841	11785	29.6
–	TVA	mii lei	5833	940	16.0
–	Dividente	mii lei	2474	2359	95.4
–	Accize	mii lei	23070	1939	8.4
–	Asigurarea sociala	mii lei	3320	3204	96.5

–	Asigurarea medicala	mii lei	1305	1206	92.4
–	Impozite achitate la vama	mii lei	723	290	40.1
–	Impozit pe venit salarii	mii lei	1038	1022	98.5
–	Impozit pe venit din activitatea întreprinderii	mii lei	1248	260	20.8
–	Fond viei si vinului	mii lei	548	278	50.7
–	Alte impozite	mii lei	282	287	101.8
•	Creanțe debitoare, total	mii lei	23393	14769	63.1
•	Datorii creditoare curente,	mii lei	15201	8963	59.0
	Datorii pe termen lung,	mii lei	1364	9361	de 6.9 ori
	inclusiv:buget		617	617	100
–	Cote de asigurari sociale,medicale	mii lei	792.1	640.8	81.0
–	Salariații	mii lei	2905	2279	78.5
–	Credite bancare	mii lei	1363	-	-
•	Numărul mediu scriptic al personalului	Pers.	148	146	98.6
•	Fondul anual de remunerare a muncii	mii.lei	13601	12390	91.1
•	Salariul mediu lunar	lei	7658	7072	92.3

Evaluând principalii indicatori observăm că la un volum al vânzărilor nete de 34,1 mln lei, care e de 54,6% față de același indicator din 2019, s-a asigurat nivelul rentabilității vânzărilor cu 2,7 % mai mare, iar profitul net s-a micșorat cu 26,5%. Volumului de impozite achitate s-au micșorat cu c.c. 70 %, s-au micșorat atât creanțele cât și datoriile creditoare curente.

La finele anului 2020 s-a achitat integral creditul bancar.

Salariul mediu lunar constituie 7072 lei.

În baza la indicatorilor principali declarați în Tabelul 7 și a „Situației financiare” pentru perioada 01.01.2020 – 31.12.2020, prezentată la Biroul Național

de Statistică pentru anul 2020 s-a efectuat calculul principalilor indicatori economici de performanță:

- **RACR (rotația activelor circulante)**

$$RACR = ACR \text{ (active circulante)} / CA \text{ (cifra de afacere)}$$

$$319.885.082 / 34.138.873 = 9,37$$

Acest indicator se consideră pozitiv la cote de aproximativ 4, deci constatăm faptul tendinței pozitive: 5,19 în 2019 și 9,37 în anul 2020.

- **R_{ATG} (%) – rata autonomiei globale**, un indicator care rezultă din diagnosticul economico- financiar și care confirmă asigurarea stabilității și a unui management neafectuos:

$$R_{ATG} (K) = [\text{Capitalul propriu} / \text{Total pasiv}]$$

$$336.199.568 / 354.523.780 = 0,95\%$$

- **Rata de autofinanțare a activelor totale** (pozitiv > 0,5)

$$R_{a.a} = \text{Capitalul propriu} / \text{active fixe} + \text{active circulante}$$

$$336.199.368 / 23.044.330 + 319.885.082 = 0,98$$

- **Rata rentabilității activelor**

$$ROA = \text{PN (profit net)} / \text{AT (active totale)} * 100$$

$$3.572.277 / 354.523.780 * 100 = 1,01$$

- **Rata autonomiei financiare**

$$R_{AR} = C_{PR} \text{ (Capital propriu)} / C_{PRM} \text{ (Capital permanent)}$$

$$336199368 / 345.560.348 = 0,97$$

- **Rata solvabilității generale** reflectă capacitatea entității de-a face față tuturor scadențelor sale atât pe termen scurt, cât și pe termen lung.

$$RCG = AB \text{ (Activ bilanțiar)} / DT \text{ (datorii totale)}$$

$$354.523.780 / 18.324.412 = 19,34$$

După cum am menționat anterior, datoriile curente s-au diminuat față de anul 2019 cu 41%, arătând că Rata solvabilității este stabilă.

Problema majoră însă rămânând aceeași, necesitatea investițiilor pentru reconfigurarea structurii activelor, și relansarea proiectului în întregime, și riscurile programului investițional, care poate fi diminuat, asigurând alte criterii și alte manevre. Despre acestea vom relata în cele expuse mai jos, după prezentarea tabelului 8.



Informație privind creanțele și datoriile
SA "Barza Alba" la data de 31.12.2020

Natura creanței și debitori	Total sold lei
1.CREANȚE	
1.1. Creanțe aferente facturilor comerciale	7187410
1.2. Avansuri acordate curente	231 931
1.3. Creante privind decontările cu bugetul	5 456 811
1.4. Alte creante	1 920 707
TOTAL CREANȚE	14 768 558
2.DATORII	
2.1. Datorii pe termen lung	9 360 980
2.2. Datorii curente	8 963 432
2.2.1. Datorii comerciale	5 295 934
2.2.2. Avansuri primite curente	23 016
2.2.3. Datorii calculate	3 644 482
TOTAL DATORII	18 324 412

În principiu, situația la moment, în contextul celor relatate mai sus, poate fi considerată ca satisfăcătoare, iar criteriile principale pot fi privite ca potențial la prima etapă de reconfigurare și relansare a proiectului.

În acest sens trebuie de rezolvat o problemă principală:

- Ori fondatorul expune activele la vânzare, punctând în acest sens, ori activele rămân în posesia statului Republica Moldova, obligatoriu cu o perspectivă clară, care prevede elemente de strategie și elemente de ordin tactic.

Și aici am dori să conturăm 2 probleme majore:



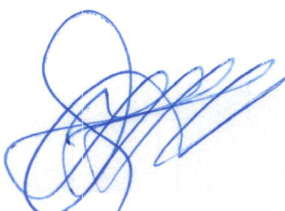
- 1) E strict necesar implicarea instituțiilor statului, și în primul rind a MADRM, în conlucrare cu ONVV pentru a debloca procesele de constituire a statutului Divinului, ca o băutură spirtoasă cu indicație geografică protejată. (Asociația producătorilor de Divin și Brandy din Republica Moldova, APDBM, MADRMM și ONVV în acest sens se află în blocaj ultimii 5 ani.)
- 2) E strict necesar ca Statul, în persoana MADRM, realizând dreptul de proprietar a mărcii comerciale “Divin” și a mărcii comerciale “Belii Aist” să ia o poziție fermă și concretă pentru perspectiva acestora.

Incertitudinea care persistă la moment e inadmisibilă. În ce privește problemele din care rezultă și sarcinile pentru dezvoltarea companiei se menționează următoarele:

- 1) Reieșind din dimensiunile proiectului, respectiv și din calculele necesare, compania e necesar de-a fi conectată la baza de materie primă (struguri), ori plantații proprii, ori parteneriat de perspectivă cu deținătorii de plantații ori în combinație.
- 2) În perspectiva următorilor 2-3 ani e necesar de realizat un plan de investiții care în opinia noastră ar prevede următoarele:
 - **reconstrucția și reutilizarea blocului de producere, preconizat pentru maturarea distilatelor** cu o suprafață totală de 10.000 m² și capacitatea de 300 mii dal în cisterne din material inoxidabil, 80 mii dal în cisterne emailate și 40 mi dal în butoaie din stejar, deci cu capacitatea totală de 420 mii dal. Costurile estimative a acestui proiect care prevede procurarea a 84 cisterne din inox a câte 3500 dal, 1000 butoaie din stejar noi a câte 40 dal fiecare, infrastructura pentru deservirea fluxului de lichid, sisteme automatizate pentru protecția antiincendiară și lucrările de construcție propriu-zise, în total acumulându-se circa 2.400.000 €.
 - **reconstrucția și reutilizarea secției de distilare** care prevede procurarea și instalarea a 2 scheme de distilare clasice tip “Sharentes” cu o capacitate totală de 200 dal/24h, reconstrucția holului cu dotarea schemelor automatizate și siguranță antiincendiară. Costurile se estimează la circa 450.000 €.
 - **procurarea a 2 linii de îmbuteliere** cu costuri cifrate la 500.000 €.

Așadar, la prima etapă costul investițiilor se estimează la **3.350.000 €**.

În perspectivă, dezvoltarea proiectului ar prevedea dezvoltarea Portofoliului companiei cu investiții în scheme tehnologice de producere și a altor



categorii de băuturi spirtoase, respectiv dezvoltarea și promovarea Brandului “Barza Albă”.

Pentru prezentarea succintă a Prognozei Planului de activitate în 2021, inițial prezentăm Potențialul de producere a companiei în tabelul nr.9.

Tabelul nr. 9

#	Denumirea produsului	Unitatea de măsură	Cantitatea la 01.01.2021
1.	Distilat pentru divin maturat	Dal a.a	196268
2.	Distilat de cidru de mere maturat	Dal a.a	6490
3.	Brandy	Dal	31178
4.	Divin în asortiment	Dal	290161
5.	Rachiu de cidru de mere în asortiment	Dal	17712

Și mai departe Prognoza propriu-zisă.

Prognoza vânzărilor întreprinderii pe piața internă pentru anul 2021 se bazează pe datele înregistrate pe parcursul anilor precedenți și cerințelor stipulate în contractele de distribuție.

În tabelul nr. 10 este prezentată prognoza vânzărilor nete în secțiune, vânzări în indici naturali (mii sticle) și indici valorici (mii lei) luate.

Tabelul nr .10

Nr.	Canale de distribuție	Vânzări nete		
		dal	Mii sticle	Mii lei
1.	Distribuitorii	5000	100 000,0	11 500,0
2.	Magazinele întreprinderii	4 000,0	80 000,0	9 500,0

3.	Rețeaua DutyFree	4 000,0	80 000,0	9 000,0
	Total:	13 000,0	260 000,0	30 000,0

Proгноza vânzărilor pe piața externă.

În baza contractelor existente și negocierilor cu partenerii din afara țării, întreprinderea planifică exportul a 990,0 mii sticle, sau 40,0 mln lei.

În tabelul nr. 12 sunt indicate principalele țări și volumul vânzărilor atât în unități naturale, cât și valorice. Se poate observa, că principalele destinații a exportului sunt Estonia, Turkmenistan și Kazakhstan. În țările nominalizate principalele produse exportate sun Divin "Belii Aist" și Brandy "Belii Aist" în diferite forme de prezentare. De asemenea, pentru anul 2021, se planifică lărgirea gamei de produse livrate în țările nominalizate cu divinul "Belii Aist" XO cu vârsta de maturare 7 ani, ceea ce va permite mărirea sortimentului prezent (așa numitul face-ing), ceea ce ca urmare va majora vânzările per ansamblu. După redresarea situației cu exportul în Kazakhstan, pentru anul 2021 se planifică o creștere a volumului produselor livrate până la 69 mii sticle, care în unități valorici va genera o creștere a VN până la cca 3,0 mln lei. Pentru Estonia planificăm sporirea nivelului livrărilor în unități naturale de cca 264 mii sticle, dar datorită majorării prețului la brandy, VN se planifică la nivelul de cca 6,5 mln lei.

Kazakhstanului, Turkmenistanului și Estoniei pentru anul 2021 le revin livrarea a 359 mii sticle, ce vor genera cca 11,5 mln lei VN.

În România, planificăm păstrarea trendului de dezvoltare și creșterea VN până la nivelul de 500mii lei.

De asemenea, se planifică menținerea pentru Cehia și Israel nivelul livrărilor anului precedent cu o eventuală creștere a VN cu cca 24%.

Așteptăm ca piața Federației Ruse va deveni una dintre principalele direcții ale exportului.

Tabelul nr. 11: Prognoza vânzărilor nete pe piața externă pentru anul 2021

№	Denumirea pieței	Volumul vânzărilor		
		dal.	Mii sticle	Mii lei
I.	Federația Rusă	27 649,0	583,0	23 240,0
II.	Estonia	13 200,0	264,0	6 500,0
III.	Kazakhstan	3 350,0	69,0	3 000,0
IV.	Turkmenistan	2 300,0	26,0	2 000,0
V.	Israel	900,0	18,0	500,0
VI.	Azerbaidjan	500,0	10,0	500,0
VII.	România	300,0	4,0	500,0
VIII.	Cehia	450,0	9,0	380,0
IX.	Portugalia	51,0	1,0	80,0
X.	Alții	300,0	6,0	3 300,0
	Total:	49 000,0	990,0	40 000,0

Prognoza vânzărilor totale pentru anul 2021



S.A.”Barza Albă” pentru anul 2021, planifică un volum al vânzărilor în unități **naturale de 62,0 mii dal, iar în vânzări nete 70 000 mii lei**. Astfel, se planifică de a spori profitabilitatea activității întreprinderii și dezvoltarea ei pe viitor.

În tabelul nr. 13 este reflectată prognoza vânzărilor întreprinderii în total. Astfel, prognoza vânzărilor nete pe piața internă este de 30 000,0 mii lei, ceea ce alcătuiește – 43% din totalul vânzărilor întreprinderii și, respectiv, pentru piața externă se preconizează 40 000,0 mii lei. Acest lucru este datorat în mare parte de capacitățile întreprinderii și volumul total al cererii produselor de categoria dată pe piața internă.

Tabel nr. 12: Prognoza vânzărilor nete ale întreprinderii pentru anul 2021

№	Denumirea pieței	Volumul vânzărilor		
		dal.	Mii sticle	Mii lei
1.	Piața Internă	13 000,0	260,0	30 000,0
2.	Piața Externă	49 000,0	980,0	40 000,0
	Total:	62 000,0	1240,0	70000,0

Argumentarea economică a necesității în resurse

Necesitatea în resurse energetice

În anul 2020 s-a produs 13,6 mii dal de divin, 17,4 mii dal de brandy și rachiu de cidru de mere și 6,3 mii dal de distilat. Pentru procesul de producere au fost consumate surse energetice în sumă de 1529,7 mii lei (fără TVA).



Pentru a produce 47,0 mii dal de divin, 17,0 mii dal de brandy și rachiu, 30 mii dal de distilat în anul 2021 se prognozează cheltuielile de resurse termoelectrice în sumă de 2233,8 mii lei.

Necesitatea de materiale auxiliare și ambalaje

Pentru susținerea procesului de producere ritmic în anul 2021 este necesar de a procura materiale auxiliare: cutii, dopuri, etichete, sticle, etc.

Ponderea materialelor auxiliare în costul produselor fabricate în ultimii ani constituie:

- în anul 2018 – 21,4 %.
- în anul 2019 – 24,9 %.
- În anul 2020 – 21,5%.

În anul 2021 cheltuielile pentru materiale auxiliare și ambalaj necesită alocări financiare în sumă de 14494,0 mii lei (anexa 2), inclusiv:

- pentru divinuri – 11512,8 mii lei;
- pentru brandy – 2981,2 mii lei.

Necesitatea de vin materie primă

Calculul necesarului de vinomateriale pentru anul 2021:

Cantitatea vinomaterialelor pentru 1 000 dal de distilat cu tăria 10 % vol, cu pierderi tehnologice la distilare și primire constituie 101428 dal.

Pentru producerea distilatului crud în volum de 10 mii dal, este necesar de procurat vin materie primă cu concentrația alcoolică de 10 % vol., inclusiv pierderi tehnologice la distilare și primire în volum de 101,4 mii dal în valoare de 5,9 mln lei.

Necesarul în resurse umane și remunerarea lor

În cadrul întreprinderii în prezent activează 146 angajați, cu salariul mediu 7072,00 lei.

Reieșind din prognoza de producere pentru anul 2021, în prețurile curente se



vor majora de 2 ori, va crește fondul total de remunerare cu 21,1%, cheltuielile directe de retribuire a muncii – cu 9,1%, concedialele anuale și alte plăți se vor majora cu 37,8%.

Salariul mediu lunar se planifică în anul 2021 să atingă nivelul de 8111,0 lei, ceea ce va alcătui o majorare cu 14,7% față de salariul mediu al anului 2020 (anexa 3).

Prețul de cost al producției

În anul 2021 se prognozează o rentabilitate a producției fabricate cu 9,0%, iar producției vândute de 7,6%.

Tabelul nr. 13. Prețul de cost a 1 dal producție marfă în anul 2020 și 2021

Nº	Consumurile și cheltuielile	Lei	2020	2021	2021/ 2020%
		dal			
1.	Materia primă	lei	274,67	291,21	106,0
2.	Materiale auxiliare	lei	260,23	226,47	87,0
3.	Cheltuieli de îmbuteliere	lei	202,04	230,00	113,8
4	Cheltuieli comerciale	lei	98,35	61,41	62,4
5	Cheltuieli generale și administrative	lei	328,73	178,83	54,4
6	Cheltuieli operaționale	lei	17,30	25,08	145,0
	Prețul de cost total	lei	1181,32	1013,00	85,8

Dacă să analizăm prețul de cost a 1 dal de producție, care va fi fabricată în anul 2021, observăm, că materia primă se va majora cu 6%, comparativ cu anul 2020, este evident, că costul cupajelor noi crește din motivul ridicării prețului de cost a distilatelor anilor precedenți și a cheltuielilor de maturare.



Costul materialelor auxiliare se va micșora din motivul majorării volumului fabricării divinurilor ordinare și brandy.

Cheltuielile de îmbuteliere vor crește cu 13,8%, comparativ cu anul 2020, care constă din consumul surselor energetice, care sunt în permanență majorare, cheltuielilor de retribuire a muncii, care vor crește cu 21,1%, ocupând 23,1% din cheltuielile totale de producere.

Cheltuielile comerciale, administrative și operaționale sunt consumuri, care nu pot fi raportate direct la un tip concret de produse și mărirea cărora nu se schimbă proporțional cu modificarea volumului producției, dar cu majorarea volumului de producere se scad esențial, dacă sunt repartizate pe 1 dal de producție marfă, (anexa 3).

Cheltuielile comerciale, administrative, operaționale repartizate la 1 dal de producție fabricată, se vor micșora cu circa 40% față de anul 2020, din motivul majorării volumului producerii produselor îmbuteliate de 2,2 ori.

I. Analiza prețurilor de comercializare

- Livrări în anul 2021 se prognozează în volum de 62 mii dal de produse.
- Venitul din vânzări – 70 000 mii lei.
- Profitul se prognozează la nivel de 5300 mii lei, rentabilitatea vânzării – 7,6%.
- Prețul mediu de vânzare a 1 dal de produse, va fi de 1129,03 lei, 1 sticlă 0,5 – 56,45 lei.
- Cheltuielile variabile 1 dal de producție, vor constitui 747,7 lei, la 1 sticlă 0,5 – 37,38 lei.
- Cheltuielile constante la 1 dal de producție, vor fi la nivel de 265,32 lei, la 1 sticlă 0,5 l – 13,27 lei.
- Prețul de cost mediu 1 dal producție, va alcătui 1013,00 lei, la 1 sticlă 0,5 l – 50,65 lei.



- Export se prognozează în volum de 49 mii dal în sumă de 40 000 mii lei.

II. Prognoza acoperirii financiare pentru anul 2021

Conform prognozei acoperirii financiare pentru anul 2021, întreprinderea este pusă în condiții destul de dure, fapt, care este influențat negativ de prețuri mici la exportul de producție, deoarece întreprinderea pe parcursul ultimelor 14 ani activează într-un regim de reduceri la maxim a cheltuielilor și consumurilor.

Tabelul nr. 14: Prognoza acoperirii financiare pentru anul 2021

		1240 mii st.
Sold la 01.01.2021, mii lei		3050
1. Incasări din vânzări, mii lei		82840
2. Incasări din restituiri, mii lei		300
Total incasări		86190
I. Achitări pentru materia primă și materiale auxiliare, total, inclusiv:		31137
– vin materie primă	Mii lei	5944
– materiale auxiliare	Mii lei	17393
– alte procurări, inclusiv zahăr	Mii lei	7800
II. Achitări pentru servicii total, inclusiv:	Mii lei	15376
– gaze	Mii lei	1203
– energie electrică, apă, canalizare	Mii lei	1423
– materiale pentru reparații curente	Mii lei	3600

– piese de schimb, produse petroliere	Mii lei	1500
– servicii transport	Mii lei	1650
– alte servicii: bancare, certificare, vamale, paza, arenda	Mii lei	4500
– alte cheltuieli: reprezentare, deplasări, reclama	Mii lei	1500
III: Achitări pentru salariu, fondul social, asigurarea medicală, impozite, asigurări total, inclusiv:	Mii lei	38390
– salariul	Mii lei	15000
– fondul social	Mii lei	2700
– asigurarea PF	Mii lei	1320
– asigurări	Mii lei	420
– accize, TVA	Mii lei	8700
– impozit din salariu	Mii lei	1800
– impozite și taxe locale	Mii lei	1400
– plata dividendelor	Mii lei	2650
– Alte cheltuieli	Mii lei	4400
Total achitări	Mii lei	84903
Sold la 01.01.2022	Mii lei	1287

Analizând prognoza acoperirii financiare pentru anul 2021, observăm, că starea financiară la întreprindere este complicată. Achitându-se pentru materiale auxiliare, servicii, surse energetice, remunerarea muncii, impozite, accize, întreprinderea nu poate să achite pe deplin pentru materia primă pentru volumul de distilat anului precedent, având datorii în suma 2,7 mln lei.

Direcțiile principale de activitate pentru anul 2021.

I. Componenta economică:

- micșorarea datoriilor creditoare și debitoare;
- majorarea volumului vânzărilor;
- majorarea prețurilor de export;
- lansarea în programele de export și majorarea portofoliului în volumuri globale a vânzărilor a divinurilor de 7, 9, 10, și 15 ani;
- optimizarea consumurilor și cheltuielilor, lichidarea cheltuielilor neraționale și scăderea prețului de cost a producției fabricate;
- asigurarea nivelului de salarizare decent muncii depuse.

II. Componenta tehnico-tehnologică.

Pentru anul 2021 se preconizează direcții prioritare, ca:

- reparația și modernizarea; încăperilor casnice pentru bărbați și femei, scara la intrarea în bloc;
- repararea acoperișului depozitului central;
- efectuarea lucrărilor de reparație în birourile șefilor secțiilor mecanică și transport și energetică și infrastructură;
- realizarea reparației capitale a blocului cantinei;
- construirea gardului și a porții lângă blocul cantinei;
- producerea lucrărilor de reparație la trecerea de transport.

III. Componenta – marketing:

- diversificarea piețelor de desfacere spre UE;
- asigurarea calității și menținerea competitivității, atragerea noilor clienți;
- completarea asortimentului exportat cu divinurile de marcă, până la 20% din



volumul total;

- accelerarea activităților privind rebrandingul divinurilor de marcă;
- relansarea categoriei de produse alcoolice tari;
- lărgirea spectrului de producție, asigurarea calității conform cerințelor sistemelor de management al calității;
- fortificarea poziției produselor pe piețele Republicii Moldova.

III. Coeficienții capacității de plată și stabilității financiare

Necâtând, că la întreprindere situația este destul de complicată, totuși, capacitățile de plată și stabilității financiare sunt la nivelul pozitiv.

1. Rata autonomiei globale – 0,95

Coeficientul este pozitiv, ponderea capitalului propriu tinde spre o mărime unitară (între 0,70 – 1,0).

2. Rata de autofinanțare a activelor totale – 0,98

În condiții normale de activitate mărimea acestui indicator se consideră suficientă în cazul când rata este mai mare de 0,5 (50 %).

3. Rata de finanțare a activelor curente – 0,48

În condiții normale de activitate mărimea acestui indicator trebuie să depășească 0,5.

4. Rata datoriilor globale – 0,05

Această rată trebuie să fie subunitară.

Cu cât ia este mai mică, cu atât securitatea financiară a întreprinderii este mai stabilă.

5. Rata solvabilității generale – 19,35

Cu cât acest coeficient este mai mare, cu atât securitatea financiară a întreprinderii este mai stabilă.



Livrare produselor S.A. „Barza Albă” pentru trim.I 2020-2021					
		Trim.I 2020		Trim.I 2021	
№	Denumirea	VN	VPC	VN	VPC
Total General		7 089 104	6 978 458	8 844 560	5 650 251
Total Piața Internă		4 798 024	6 978 458	4 194 770	5 650 251
Total magazinele firmei:		1 276 158	1 758 481	1 365 784	1 795 803
1.	Codru 1	154 140	225 471	178 074	234 259
2.	Codru 2	366 721	510 248	390 260	521 037
3.	Codru 8 Edineț	136 633	197 412	129 258	171 415
4.	Codru 10 Briceni	165 438	231 868	158 578	213 376
5.	Magia Divinului Chișinău	430 554	560 304	456 467	575 460
6.	Magia Divinului Cahul	22 672	33 178	51 359	77 730
7.	Magia Divinului Comrat	0	0	1 788	2 526
Total: Agenți Economici # 1		1 497 347	2 069 285	977 497	1 368 496
Le-Bridge		560 053	784 073	567 196	794 075
DFM		937 294	1 285 212	410 301	574 421
Total: Agenți Economici # 2		2 024 519	3 150 692	1 851 489	2 485 952
Magdalinas SRL		1 044 297	1 422 515	1 700 110	2 283 997
Visagrup SRL		0	0	0	0
Alții		574 650	762 364	151 379	201 955
Produse în vrac		405 572	965 813		
Total Piața Externă		2 291 080	0	4 649 790	0
1.	Estonia	2 121 960		1 544 215	
2.	Cehia				
3.	Kazakstan				
4.	Romania	62 827		177 022	
5.	Etnik Wines SARL Franța	106 293			
6.	Israel			427 453	
7.	Ucraina			167 542	
8.	Belorusia			2 333 558	
9.	Azerbaidjan				
10.	Amuse Bouche				
		2020	2021		
Vînzări nete		7 089 104	8 844 560		



Efectul negativ în urma staționării companiei, a magazinelor specializate, magazinelor în zone Duty Free, operatorilor din zona HORECA, desigur că se vor resimți în trimestrul II și prima jumătate a anului. Rămânem în speranța că lucrurile se vor aplana și va fi posibil de a realiza un program care va asigura viabilitatea companiei.



Director General



Babii Sergiu