Cofinanțat de Uniunea Europeană

Programul Educație și Ocupare 2021 - 2027
Proiect cofinanțat din Fondul Social European+
Titlu Apel: "Ține pasul" - Regiuni mai puțin dezvoltate
Cod apel: PEO/78/PEO_P9/OP4/ESO4.7/PEO_A36 / Obiectiv specific: ESO4.7
Titlu Proiect: Eficient Plus- Eficiență și plus valoare prin dezvoltarea competențelor angajaților, cod MySmis: 311324

ADMINISTRATOR DE RISC

(cod COR: 241240)



PERFECȚIONARE

CLEMON

ANOFM AJOFM MARAMUREȘ

CUPRINS

1. INTRODUCERE 4

2. ANALIZA TENDINȚELOR MACROECONOMICE ŞI SECTORIALE DE PE PIEȚELE FINANCIARE 6

2.1.Piața financiară 7

2.2.Analiza financiară și interpretarea de date 19

2.3.Bursa de valori 24

3. CERCETAREA CALITATIVĂ A INFORMAȚIILOR FINANCIARE 28

3.1.Analiza evoluţiilor macroeconomice: evoluţia PIB, rata inflaţiei, piaţa muncii 29

3.2.Analiza şi dinamica macroeconomică; 41

3.3.Analize privind evoluţia economiei; 44

3.4.Analize privind sectoarele economice; 46

3.5.Indicatori macroeconomici 49

3.6.Inflația: cauze, evoluție, impact în previziuni şi factori de actualizare 51

3.7.Ciclurile economice/de afaceri; 58

3.8.Analiza mediului de afaceri ale diferitelor sectoare economice (diverse industrii, servicii, agricultura, construcţii etc.) 62

3.9.Examinarea informaţiilor disponibile despre industrie/sector (şi sub-sectoare de activitate dacă este cazul) şi identificarea factorilor cheie ale acesteia (acestora) 70

3.10.Analiza cererii şi a ofertei caracteristice acestei legi, istoric, tendințe, previziuni şi prognoze de evoluție 76

3.11.Analiza parametrilor semnificativi ai sectorului de activitate 82

3.12.Analiza competiției în cadrul sectorului 86

4. ANALIZA PERFORMANŢEI FINANCIARE A UNEI SOCIETĂŢI 94

4.1.Analiza fiecărei componențe din situațiile financiare, rol, informații semnificative, utilitate pentru administrarea riscului 95

4.2.Analiza fondului de rulment (FR), a necesarului de fond de rulment (NFR), trezoreria netă (TN) 100

1. INTRODUCERE

Suportul de curs îşi propune să fie un instrument util pentru persoanele responsabile cu managementul riscului în cadrul societăților autorizate de A.S.F și în sistemul financiar-bancar B.N.R. Ca urmare a parcurgerii informațiilor din acest suport de curs veți stăpâni elementele esențiale disciplinei managementul riscului și veți putea identifica, evalua și anticipa riscurile cu care se confruntă organizația în care vă desfășurați activitatea. Acest program de formare profesională este esențial pentru exercitarea profesiei de Administrator de risc.

Informațiile și aplicațiile practice din acest curs, vă vor ajuta să dobândiți competențe legate de capacitatea de a analiza tendințele macroeconomice şi sectoriale de pe piețele financiare, cercetarea calitativă a informațiilor financiare, să puteți analiza mediul de afaceri ale diferitelor sectoare economice, analiza performanţei financiare a unei societăţi, identificarea riscurilor, elaborarea hărților riscului şi rapoarte privind expunerea la risc, întocmirea strategiei de management a riscurilor etc.

Un administrator de risc este un specialist cu cunoștințe avansate într-o organizație deoarece asigură implementarea unui proces eficient de management al riscului.

Administratorul de risc are rolul de a identifica, analiza și evalua riscurile care pot amenința securitatea, reputația, finanțele sau operațiunile organizației din care face parte. De asemenea protejează activele companiei și ajută la realizarea obiectivelor strategice ale entității, asigurându-se că entitatea are implementat un plan eficient de management al riscurilor.

În termeni foarte simpli, rolul unui administrator de risc este de a înțelege ce ar putea merge prost într-o organizație (amenințările), ce probabilitate există ca lucrurile să meargă prost (vulnerabilitățile) și care ar fi impactul asupra entității dacă lucrurile merg prost (consecințele).

Administratorul de risc trebuie să monitorizeze atât riscurile externe, cât și cele interne care ar putea afecta organizația. Posibilităţile de angajare şi capacitatea de adaptare a persoanelor sunt legate de modul în care acestea sunt capabile de a combina diferite tipuri de cunoştinţe şi competenţe şi de a le valorifica.

Persoanele responsabile de managementul riscului trebuie să fie conștiente în orice moment de riscurile potențiale și actuale ale organizației, să decidă dacă aceste riscuri pot fi gestionate și, în cele din urmă, să ia măsuri pentru a evita sau minimiza pierderile.

Pentru acest lucru, administratorii de risc ar trebui să aibă cel puțin următoarele competențe și cunoștințe:

- **Abilități analitice.** Acest lucru înseamnă nu doar să fie capabil să colecteze și să analizeze date, ci și să utilizeze acele date pentru a lua decizii strategice. Administratorul de risc trebuie să fie capabil să observe lacunele și vulnerabilitățile companiei și să efectueze cercetări detaliate pentru a descoperi cauzele problemelor identificate.
- **Să aibă o gândire strategică și să știe să rezolve probleme**. Administratorul de risc trebuie să cunoască foarte bine activitatea companiei pentru a ști care sunt lucrurile ce afectează organizația. Trebuie să fie capabil să vadă imaginea de ansamblu, apoi să observe detaliile, astfel încât să găsească rapid soluții și să întrevadă oportunități.
- **Cunoștințe și abilități financiare.** Pentru identificarea și măsurarea riscurilor, un administrator de risc ar trebui să aibă un minim de cunoștințe în următoarele domenii: finanțe, contabilitate , statistică, matematici financiare, analiză financiară.
- **Aptitudini de comunicare și cooperare.** Administratorul de risc va trebui să știe să relaționeze cu departamente diferite, precum și grupuri externe. De asemenea, va trebui să participe la întâlniri, să raporteze riscurile și să prezinte propuneri membrilor seniori din echipa de management. În acest context, nu este de mirare că abilitățile de comunicare sunt extrem de importante pentru îndeplinirea acestei funcții.
- **Abilități de organizare și planificare.** Gestionarea riscului este o activitate care necesită abilități foarte bune de organizare și planificare. Dezvoltarea unui plan de management al riscului este esențial, la fel și monitorizarea eficienței acestuia, odată implementat.
- **Cursuri de specialitate.** Cunoașterea în profunzime a conceptelor de administrarea riscului este crucială pentru persoanele care activează în acest domeniu. În general, angajatorii preferă candidați cu experiență și calificări formale, iar cu cât nivelul de experiență și cunoștințe este mai mare, cu atât și remunerația.

În general, persoanele care urmează cursuri de administrator de risc au un avantaj substanțial, datorită însușirii și aprofundării de cunoștințe importante în acest domeniu.

2. ANALIZA TENDINȚELOR MACROECONOMICE ŞI SECTORIALE DE PE PIEȚELE FINANCIARE

Economiile europene sunt amenințate de creșterea insolvențelor companiilor, în cazul în care statele membre nu reușesc să efectueze o tranziție ușoară de la sprijinul de lichiditate către un sprijin de solvabilitate țintit și o restructurare eficientă a datoriilor pentru firmele viabile.

Guvernele trebuie să consolideze politicile de sprijin pentru a evita impactul destabilizator al insolvenţelor. Prioritatea statelor membre este să creeze condiţiile potrivite pentru restructurarea eficientă a datoriilor. Schimbările recente ale Cadrului temporar de ajutor de stat al Comisiei Europene permit guvernelor să convertească împrumuturile publice şi garanţiile în granturi pentru a ajuta companiile să reziste efectelor negative ale pandemiei. Guvernele pot folosi astfel de măsuri pentru a contribui la restructurarea datoriilor, oferind în acelaşi timp stimulente de restructurare creditorilor privaţi şi mai ales băncilor, pentru a pune companiile pe o bază financiară solidă, prin valorificarea expertizei sectorului financiar în evaluarea viabilităţii afacerilor. Pentru a evita hazardul moral, este important să se asigure armonizarea între interesele autorităţilor publice şi cele ale băncilor, atunci când sunt restructurate datoriile companiilor.

Economia zonei euro a consemnat o redresare superioară celei estimate în ultimul timp, fiind impulsionată de schimburile comerciale nete și de majorarea cheltuielilor gospodăriilor populației. Veniturile disponibile reale ar trebui să se majoreze în continuare, pe fondul unei dinamici salariale robuste, al sporirii treptate a încrederii și al ameliorării raportului de schimb, determinând o redresare bazată pe consum. Se anticipează expansiunea în continuare a cererii externe, sprijinind creșterea exporturilor în afara zonei euro. Pe termen mediu, se consideră că impactul negativ al înăspririi anterioare a politicii monetare se va estompa treptat, activitatea economică fiind susținută de relaxarea estimată a condițiilor de finanțare în concordanță cu anticipațiile pieței privind traiectoria viitoare a ratelor dobânzilor. Creșterea economică va beneficia și de reziliența pieței forței de muncă, rata șomajului coborând la niveluri minime istorice ulterior în cadrul orizontului de proiecție. Pe fondul corecției unor factorii ciclici care au diminuat creșterea productivității în perioada recentă, se previzionează că productivitatea va accelera pe parcursul orizontului de proiecție.

2.1.Piața financiară

Piața financiară este o piață în care se realizează operațiuni cu titluri financiare. Ea colectează disponibilitățile bănești în favoarea solicitanților prin emisiunea și plasarea de titluri mobiliare precum: acțiunile, obligațiunile, certificatele de investiții și alte produse financiare. De asemenea, pe această piață, au loc tranzacții cu titluri emise anterior, între vânzătorii de titluri, care doresc să își recupereze capitalul bănesc avansat și diferiți cumpărători, care își propun să investească. Acțiunile reprezintă titluri de valoare care reprezintă o parte din capitalul social al unei societăți pe acțiuni. Valoarea nominală sau prețul acțiunii se determină prin raportarea capitalului social la numărul de acțiuni emise de o firmă. Obligațiunile sunt titluri de valoare care reprezintă o cotă parte dintr-un împrumut colectiv, pe termen mediu sau lung, solicitat de un agent economic. Valoarea nominală a obligațiunii se restituie posesorului la scadență, iar pe întreaga perioadă a creditului, acesta va primi o dobândă anuală fixă, înscrisă pe obligațiune.

Pentru o desfășurare normală a activității, agenții economici au nevoie de împrumuturi pe termen lung cu care să își finanțeze investițiile. Aceste capitaluri bănești pot fi procurate pe piața financiară. Oferta de capital este realizată de către deținătorii de resurse financiare care plasează aceste resurse pe piața de capital, prin cumpărarea de titluri de valoare. Deținătorii de capital bănesc sunt: firmele, băncile, persoanele fizice și juridice.

Funcțiile pieței financiare

- Mobilizează importante resurse financiare în favoarea diferitelor firme sau alți agenți economici.
- Plasează titluri de valoare emise.
- Asigură mobilitatea capitalurilor și posibilitatea schimbării plasamentelor acționarilor prin transformarea în lichidități a valorilor mobiliare și invers.
- Indică starea economiei și perspectivele ei.
- Orientează disponibilitățile bănești ale persoanelor fizice și juridice spre cele mai profitabile domenii.

Clasificarea pieței financiare

Piața financiară primară este piața pe care au loc emisiuni de titluri de valoare noi.

Tranzacțiile se realizează prin intermediul băncilor, iar cursul se identifică cu valoarea nominală.

Piața financiară secundară are rolul de a asigura tranzacțiile cu titluri emise anterior. Pe această piață, tranzacțiile se realizează prin intermediul burselor de valori.

Cursul la care se fac tranzacțiile pe piață depinde de câtiva factori precum:

- raportul dintre cererea și oferta de titluri
- rata comercială a dobânzilor bancare
- situația economico-financiară a firmei exprimată prin profit.
- starea economiei naționale
- situația politică și socială internă și internațională

Practic, fiecare țară are o piață financiară proprie. Aceasta include bănci, burse de valori, piețe monetare și altele.

Totuși, dimensiunea și complexitatea acestor piețe pot varia semnificativ de la o țară la alta. Unele sunt mai mici, altele mai mari, în timp ce altele sunt cunoscute la nivel internațional, cum ar fi New York Stock Exchange (NYSE), care tranzacționează zilnic trilioane de dolari.

În 2023 New York a rămas epicentrul finanțelor pe glob.

Cu 46 Trilioane de dolari în capitalizarea pieței, el atrage 40% din totalul de capital al lumii. Faptul se datorează adâncimii și lichidității piețelor acestuia. Companii interne și internaționale caută să se listeze datorită bazei largi de investitori. În mare, 330.000 angajați lucrează în servicii financiare, chiar dacă societățile financiare incep să se mute inafara NY în alte state în căutarea de taxe mai mici.

Unele țări pot avea o piață financiară mai dezvoltat și mai complexă decât altele, în funcție de stadiul lor de dezvoltare economică și financiară. De exemplu, piețele financiare din țările dezvoltate pot oferi o gamă mai largă de instrumente financiare și servicii în comparație cu cele din țările în curs de dezvoltare.

Există și piețe financiare transfrontaliere, precum piața valutară globală (Forex) și piețele de mărfuri care au impact asupra a numeroase țări.

Deși în unele articole găsim echivalarea dintre termenii de piața financiară și piața de capital, ele nu sunt acelați lucru, dar împreună formează Sistemul Financiar.

Piața Financiară + Piața de Capital = Sistemul Financiar

Ce este piața financiară ca și influență:

- tranzacționează toate tipurile de bunuri mobile,
- este o componentă critică pentru funcționarea societății capitaliste,
- când pieţele financiare cad, economia se perturbă, incluzând recesiune si cresterea șomajului.

Scopul pietei financiare este de a facilita schimbul fondurilor între cei care au nevoie de bani și cei care oferă împrumuturi. Aceasta permite ca să existe o lichiditate pentru investiții și o alocare eficientă a capitalului.

Piața financiară este reglementată de multe prevederi legale și este supravegheată de către organisme guvernamentale care asigură integritatea, transparența pieței și protecția investitorilor.

Cum funcționează o piață financiară?

Piața financiară este un sistem complex în care se desfășoară tranzacții cu diverse instrumente financiare. Funcționarea sa poate varia în funcție de tipul de piață (acțiuni, obligațiuni, valute etc.) și de instituțiile financiare implicate.

Factori implicați în funcționarea pieței financiare:

- **Participanții.** Piața financiară include o gamă largă de participanți, cum ar fi investitori individuali, instituții financiare (bănci, societăți de asigurări, fonduri mutuale), companii, guverne și alții. Aceștia sunt implicați în tranzacționarea și investițiile pe diverse instrumente financiare.
- **Instrumentele financiare.** Tranzacțiile se desfășoară cu ajutorul unor instrumente financiare precum acțiuni, obligațiuni, valute, mărfuri, opțiuni și altele. Aceste instrumente reprezintă moduri diferite de a investi sau de a transfera riscul financiar.
- **Bursele de valori și platformele de tranzacționare.** Multe tranzacții au loc pe bursele de valori dar și pe alte platforme de tranzacționare electronice, în funcție de instrumentele de tranzacție. Acestea sunt locuri unde cumpărătorii și vânzătorii se întâlnesc pentru a realiza tranzacții.
- **Cursurile de schimb și prețurile.** Prețurile instrumentelor financiare sunt determinate de cerere și ofertă. Cursurile de schimb la care se tranzacționează valutele și prețurile la care se vând și se cumpără acțiuni, obligațiuni etc., se formează în funcție de informațiile și de deciziile participanților de pe piață.
- **Intermediarii financiari.** Băncile, brokerii și alți intermediari financiari facilitează tranzacțiile dintre cumpărători și vânzători. Ei furnizează servicii precum execuția tranzacțiilor, consiliere financiară și gestiunea portofoliilor.

- **Reglementarile.** Autoritățile de reglementare și supraveghere, cum ar fi Comisia Națională a Valorilor Mobiliare (CNVM) în România, stabilesc reguli și reglementări pentru a asigura transparența, corectitudinea și stabilitatea piețelor financiare.
- **Informațiile și analizele.** Participanții pe piață se bazează pe informații și analize financiare pentru a lua decizii de investiții. Aceste informații pot veni din rapoarte financiare ale companiilor, analize economice, știri financiare și altele.
- **Factorii economici și geopolitici.** Piețele financiare sunt influențate de o varietate de factori, cum ar fi ratele dobânzilor, inflația, evenimentele geopolitice, rapoartele economice și altele. Acești factori pot afecta cererea și oferta de instrumente financiare.

Este important să subliniem că funcționarea pieței financiare poate fi extrem de complexă, iar riscurile asociate cu investițiile pot varia în funcție de și mai mulți factori decât cei principali, enumerați mai înainte.

Tipuri de piețe financiare

Există mai multe tipuri de piețe financiare, iar în continuare vom prezenta în amănunt o parte din ele după diverse aspecte.

a) **După locul desfășurării tranzacțiilor**, avem următoarele tipuri de piete financiare

- Piețe la nivel local: tranzacțiile se desfășoară la nivel național, în cadrul unei țări.
- Piețe internaționale: tranzacțiile au loc între participanți din diferite țări, având un caracter global.

b) După tipul de instrumente financiare

- Piața acțiunilor: tranzacționarea acțiunilor care reprezintă o parte a capitalului unei companii.
- Piața obligațiunilor: tranzacționarea obligațiunilor emise de guverne, companii sau alte entități.
- Piața valutară (Forex): tranzacționarea valutelor naționale și străine.
- Piața mărfurilor: tranzacționarea mărfurilor precum petrol, aur, alimente etc.
- Piața derivatelor: tranzacționarea instrumentelor financiare derivate, cum ar fi opțiunile și contractele futures.

c) Tipuri de piete financiare **după maturitatea instrumentelor financiare**

- Piața monetară: tranzacționarea instrumentelor cu scadență scurtă, cum ar fi certificate de depozit și bonuri de trezorerie.
- Piața de capital: tranzacționarea instrumentelor cu scadență mai lungă, precum acțiuni și obligațiuni.

d) Tipuri de piete financiare **după metoda de tranzacționare**

- Piața de licitație: tranzacții care au loc prin intermediul licitațiilor, cum ar fi pe bursele de valori.
- Piața de vânzare cu ofertă: tranzacții care au loc pe baza ofertelor și a cererilor directe, cum ar fi în cazul tranzacțiilor OTC (over-the-counter).

e) Tipuri de piete financiare **după tipul de participanți**

- Piața de retail: participanți individuali și investitori mici.
- Piața instituțională: participanți precum bănci, fonduri de investiții, companii mari și altele.

Putem să clasificăm diversele tipuri de piețe financiare în funcție de diverse criterii, cum ar fi tipul de instrumente financiare tranzacționate, termenele acestora, locul în care au loc tranzacțiile, și altele.

Cele mai importante tipuri de piețe financiare

- Piața acțiunilor (Bursa de valori). Este o piață în care se tranzacționează acțiuni ale companiilor. Bursa de valori este un loc central unde aceste tranzacții au loc.
- Piața obligațiunilor. Această piață implică tranzacționarea de obligațiuni și alte valori mobiliare emise de guverne, companii sau alte entități.
- Piața valutară (Forex). Tranzacționarea valutelor străine are loc pe această piață, cu scopul schimbului de valută între participanți.
- Piața mărfurilor. Tranzacțiile cu mărfuri precum petrol, aur, cereale, metale prețioase și altele au loc pe această piață.
- Piața derivatelor (în general). Aici sunt tranzacționate instrumente financiare derivate precum opțiunile și contractele futures. Acestea își derivă valoarea din prețul unui activ de bază.
- Piața monetară. Implică tranzacționarea instrumentelor financiare cu scadență scurtă, cum ar fi certificatele de depozit și hârtiile de valoare cu termen scurt.
- Piața imobiliară. Se referă la cumpărarea și vânzarea proprietăților și serviciilor imobiliare conexe.
- Piața derivatelor financiare. Aici se tranzacționează instrumente financiare derivate, precum opțiunile, swap-urile și futures-urile, care au la bază active financiare.
- Piața criptomonedelor. Această piață implică tranzacționarea criptomonedelor precum Bitcoin, Ethereum și altele. Criptomonedele funcționează pe tehnologia blockchain și au devenit o clasă de active distinctă în lumea financiară.

Acestea sunt doar câteva exemple, iar pe lângă acestea există numeroase alte piețe specializate și segmente ale piețelor financiare. Fiecare piață îndeplinește funcții specifice și are propriile caracteristici și riscuri asociate.

Concepte de bază privind tranzacțtionarea pe piețele financiare

Cu toate reglementările și modurile de funcționare diferite de la o piată financiară la alta, principiul de bază rămâne cel al cererii și ofertei.

După ce ai început educația financiară, având cunoștintele minime, după ce ți-ai stabilit obiectivele tale financiare și strategia de a le atinge, poți alege o instituție financiară care să îți faciliteze inceperea investițiilor financiare.

Deschiderea unui **cont de investiții** este absolut necesară pentru a începe să investești. Acest proces poate varia în funcție de platforma online sau brokerul pe care îl alegi, dar în general, pașii de bază includ:

- Selectează platforma sau a brokerul. Alege o platformă de investiții sau un broker online potrivit nevoilor tale. Asigură-te că platforma oferă o gamă variată de instrumente de investiții și că taxele asociate sunt clare.
- Accesează site-ul sau aplicația. Accesează site-ul web sau descarcă aplicația mobilă a platformei de investiții alese. Majoritatea platformelor permit deschiderea unui cont direct online.
- Crează-ți un cont. Urmează instrucțiunile de pe platformă pentru a crea un cont. Va trebui să furnizezi informații personale, cum ar fi numele, adresa, numărul de telefon și informații financiare de bază.
- Verificarea identității. Unele platforme pot cere verificarea identității prin furnizarea unor documente, cum ar fi buletinul, cartea de identitate sau pașaportul, pentru a se asigura că tu, ca investitor, ești cine spui că ești.
- Depune fonduri. După ce contul a fost creat și identitatea a fost verificată, va trebui să depui fonduri în contul de investiții. Aceasta poate fi făcută, de obicei, prin transfer bancar, card de credit sau alte metode acceptate de platformă.
- Familiarizează-te cu platforma. După ce ai depus fonduri, explorează interfața platformei. Familiarizează-te cu funcțiile de tranzacționare, analiza piețelor și alte resurse disponibile.

- Alege instrumente de investiții. După ce ai finanțat contul, poți începe să alegi instrumentele de investiții. Poți cumpăra acțiuni, obligațiuni, fonduri mutuale, ETF-uri sau alte instrumente disponibile pe platformă.
- Plasează prima tranzacție. O operație plină de emoții este plasarea primei tranzacții. Alege instrumentul în care vrei să investești, specifică suma și efectuează tranzacția.

Este important să citești cu atenție toate informațiile furnizate de platformă și să te asiguri că înțelegi taxele asociate cu tranzacțiile și administrarea contului. De asemenea, să ții cont de riscuri și să începi cu o sumă pe care ești dispus să o investești constant pe termen lung.

Tranzactionarea pe piața financiară

În ziua de azi, majoritatea tranzacțiilor de pe bursele de valori, dar nu numai, au loc electronic, prin intermediul platformelor electronice de tranzacționare. Dezvoltarea tehnologiei a condus la schimbări semnificative în modul în care se desfășoară tranzacțiile financiare. Iată câteva clarificări:

- Poți plasa ordinele pe burse pe platforme electronice, on-line. Bursele de valori au evoluat pentru a utiliza sisteme electronice care permit cumpărătorilor și vânzătorilor să plaseze și să execute ordinele lor în mod electronic. Aceste platforme electronice au crescut în popularitate datorită eficienței, vitezei și accesibilității lor.
- Ordine electronice. Poți introduce ordinele lor de cumpărare sau vânzare prin intermediul platformelor electronice, și aceste ordine sunt executate automat în funcție de regulile de tranzacționare ale bursei.
- Tranzacționare pe bază de algoritm. Mulți investitori instituționali și traderi folosesc algoritmi de tranzacționare pentru a plasa automat ordine complexe și a profita de mișcările de prețuri într-un mod rapid și eficient.
- Acces global. Platformele electronice îți permit să ai acces la bursele din întreaga lume. Aceasta a permis o creștere a tranzacțiilor internaționale și a globalizării piețelor financiare.

Deși există încă interacțiuni umane pe bursele de valori, astăzi tranzacțiile electronice domină în mare măsură peisajul actual al piețelor financiare. Această schimbare a adus cu sine avantaje semnificative în ceea ce privește lichiditatea, transparența și eficiența piețelor.

Concepte de bază privind investițiile în pietele financiare

- Începe-ți educația financiară. Înțelege noțiunile de bază ale investițiilor, cum ar fi riscul și randamentul, diversificarea și tipurile de instrumente financiare. Urmează cel puțin un curs care să conțină informații consistente, cum este acesta, gratuit pe parcursul a 4 zile.

- Stabilește-ți obiective financiare. Pornește de la motivele tale pentru investiții și stabilește-ți obiective clare, precum economisirea pentru pensionare sau alte aspirații financiare.
- Analizează-ți toleranța la risc. Evaluează cât de confortabil te simți cu riscul financiar și ajustează-ți strategia de investiții în consecință.
- Elaborează un buget. Creează un buget și alocă o parte din venituri pentru investiții, asigurându-te că ai și un fond de urgență. Aceasta ține de disciplina financiară, care e baza investitiilor.
- Deschide un cont de investiții. Alege o casă de brokeraj sau o platformă online de tranzacționare și deschide-ți un cont de investiții potrivit nivelului tău de experiență.
- Fă cercetări și analizează. Investește timp în a înțelege instrumentele financiare disponibile și analizează perspectivele diferitelor investiții.
- Diversifică-ți portofoliul. Evită concentrarea excesivă a investițiilor într-un singur activ, diversificând portofoliul pentru a reduce riscul.
- Investește treptat. Începe cu sume mici și mărește investițiile pe măsură ce capăți încredere și experiență.
- Monitorizează și ajustează. Urmărește performanța portofoliului tău și ajustează-l periodic pentru a-l alinia cu obiectivele și schimbările de pe piață.
- Consultă un profesionist financiar. Dacă simți nevoia, consultă un expert financiar pentru sfaturi personalizate, mai ales dacă vrei să creezi un portofoliu mai complex.

Avantaje și riscuri ale pieţţelor financiare

Piețele financiare au un rol semnificativ în economie și în sistemul financiar al unei țări. Acestea îndeplinesc două roluri principale: un rol economic și un rol financiar. Piețele financiare sunt componente esențiale ale economiei contemporane, conectând investitorii, întreprinderile și guvernele și facilitând fluxul eficient al capitalului în întreaga economie.

Rolul economic al pieței financiare - Avantaje

Piețele financiare facilitează alocarea eficientă a resurselor în economie. Prin intermediul acestora, capitalul poate fi direcționat către întreprinderi, guverne și alte entități care au nevoie de finanțare pentru a dezvolta proiecte și a susține creșterea economică.

Investitorii pot cumpăra active financiare, cum ar fi acțiuni și obligațiuni, contribuind astfel la capitalizarea companiilor și proiectelor. Aceasta promovează inovația și dezvoltarea economică prin furnizarea de resurse pentru afaceri și întreprinderi.

Investițiile în companii și proiecte pot genera creștere economică și, implicit, crearea de locuri de muncă. În contextul piețelor financiare, companiile pot obține finanțare pentru expansiune, inovare și angajare de personal.

Piețele financiare facilitează gestionarea riscului. Investitorii pot diversifica portofoliile pentru a reduce riscul și pentru a transfera riscul către cei care sunt dispuși să-l asume.

Rolul financiar al pieței financiare - Avantaje

Piețele financiare facilitează mobilizarea capitalului prin intermediul emisiunii și tranzacționării de instrumente financiare. Aceasta include acțiuni, obligațiuni, certificate de depozit și altele.

Intermediarii financiari, precum băncile și casele de brokeraj, acționează ca punți între cei care au nevoie de capital și cei care sunt dispuși să-l ofere. Aceștia facilitează tranzacțiile financiare și furnizează servicii de consiliere și gestionare a riscurilor.

Piețele financiare contribuie la descoperirea prețurilor prin mecanismele de cerere și ofertă. Lichiditatea oferită de aceste piețe permite tranzacționarea activelor financiare cu ușurință și transparență.

Guvernele pot accesa finanțare prin emiterea obligațiunilor pe piețele financiare. Acest lucru le permite să strângă fonduri pentru proiecte sau să acopere deficitul bugetar.

Piețele financiare oferă instrumente derivate, cum ar fi opțiuni și futures, care permit participanților să se protejeze împotriva fluctuațiilor de prețuri și să speculeze asupra mișcărilor pieței.

Avantajele investitorului individual pe piața financiară

Piața de retail în contextul piețelor financiare este reprezentată de participanții individuali și mici investitori. Este un mediu în care oamenii obișnuiți pot accesa și participa la tranzacții financiare, inclusiv cumpărarea și vânzarea de acțiuni, obligațiuni, fonduri mutuale și alte instrumente financiare.

Iată câteva aspecte **care fac piața de retail interesantă** pentru micul investitor:

- Accesibilitate. Piața de retail oferă un acces relativ ușor și deschis pentru investitorii individuali. Poți începe să investeasti cu sume mici și să îți construiești un portofoliul în timp.
- Educație financiară. Poți accesa resurse și instrumente educaționale pentru a-ți dezvolta cunoștințele financiare. Există numeroase surse online și materiale care te ajută să înțelegi mai bine procesele de investiții dar și cursuri.
- Diversificare. Ca mic investitor, poți diversifica portofoliul prin achiziționarea unui număr variat de instrumente financiare. Acest lucru îți permite să reduci riscul asociat cu concentrarea investițiilor într-un singur activ.

- Tehnologie. Tehnologia îți facilitează tranzacțiile. Platformele de tranzacționare online și aplicațiile mobile îți oferă acces la piețe și informații în timp real, facilitând luarea deciziilor de investiții.
- Flexibilitate. Alege să tranzacționezi în funcție de propriile obiective și strategii. Poți opta pentru investiții pe termen scurt sau pe termen lung, în funcție de preferințe și situații financiare.
- Comunitate și socializare. Există o creștere a comunităților online și platformelor sociale care permit investitorilor să împărtășească informații, să discute strategii și să învețe unii de la alții. Acest aspect social îți poate face experiența de investiții mai eficientă.
- Potențial pentru câștiguri. Deși orice investiție implică riscuri, piața de retail oferă potențial pentru câștiguri. Poți beneficia de evoluția pozitivă a acțiunilor, dividendelor și aprecierii valorii activelor pe termen lung. Vezi aici cursul despre investiții individuale.

Este important să subliniem că **investițiile impun un anumit nivel de risc**, iar micul investitor ar trebui să-și construiască strategiile de investiții în funcție de propriile obiective și nivelul de confort. Educația continuă și luarea de decizii informate sunt cheia pentru a beneficia la maximum de oportunitățile oferite de piața de retail.

Riscuri pe piața financiară

Piețele financiare sunt asociate cu diverse riscuri, iar investitorii trebuie să fie conștienți de acestea pentru a lua decizii informate.

Principalele riscuri asociate cu piețele financiare:

- Fluctuațiile prețurilor activelor financiare care pot fi cauzate de schimbări economice, politice, sociale sau de evenimente neașteptate. Pot duce la pierderi dacă vinzi atunci când prețurile scad.
- Neplata obligațiunilor sau a altor datorii de către companiile sau guvernele care împrumută bani duce la pierderi pentru investitorii care nu își mai încasează creanțele.
- Lichiditatea scăzută se referă la dificultatea de a vinde un activ financiar fără a afecta semnificativ prețul acestuia. Piețele sau produsele financiare ne-lichide pot implica riscuri suplimentare, mai ales în situații de volatilitate crescută.
- Schimbările ratei dobânzii afectează prețurile activelor financiare. De exemplu, creșterea ratei dobânzii poate determina scăderea prețurilor obligațiunilor existente.

- Investitorii care tranzacționează în piețe străine se confruntă cu riscul valutar. Schimbările în ratele de schimb pot afecta valoarea investițiilor, în special pentru cei care dețin active în monede diferite.
- Evenimente politice, cum ar fi alegerile, schimbările de guvern sau conflictele geopolitice, pot influența pieţele financiare. Investitorii trebuie să țină cont de acești factori care pot genera incertitudine și volatilitate.
- Crizele financiare pot avea consecințe sistematice. Acesta se referă la faptul că problemele la nivelul întregului sistem financiar pot afecta multiple instituții și piețe.
- Falimentul sau problemele operaționale ale companiilor sau altor instituții afectează investițiile, investitorii riscând pierderea totală sau parțială a investițiilor în aceastea.
- Atacurile cibernetice sau problemele tehnologice pot afecta negativ funcționarea piețelor și a instituțiilor financiare.

Este important să știi că investițiile nu pot fi complet eliminate de riscuri. Prudenta și diversificarea pot ajuta la gestionarea acestor riscuri, dar nu pot asigura protecție completă împotriva pierderilor.

O înțelegere modului de funcționare a piețelor și a acțiunilor de gestionare a riscurilor în concordanță cu profilul tău de investitor, sunt aspecte importante pentru care ai nevoie de educație. Acceseaza acest program intensiv de educație investițională.

Minimizarea riscurilor generale pe piata financiară

- **Diversifică portofoliul.** Evită să investești toți banii într-un singur tip de activ sau într-o singură companie. Diversificarea portofoliului cu diferite clase de active (acțiuni, obligațiuni, mărfuri), poate reduce impactul negativ al unei performanțe slabe într-o anumită zonă.
- **Fii stabil financiar.** Asigură-te că ai un fond de urgență și că ai gestionat datoriile înainte de a investi. O situație financiară stabilă poate oferi un colac de salvare în caz de pierderi temporare pe piață.
- **Înțelege investițiile.** Cercetează amănunțit înainte de a investi. Înțelege instrumentele financiare în care investești, riscurile asociate și perspectivele lor pe termen lung. Cu cât ești mai informat, cu atât vei lua decizii mai înțelepte.
- **Investește pe termen lung.** Adoptă o abordare pe termen lung. Piețele financiare pot fluctua pe termen scurt, dar investițiile pe termen lung au tendința de a genera randamente mai bune. Evită să încerci să nimerești minimele pieței și să faci tranzacții pe termen scurt fără o strategie clară. Parcurge cursul de investiții pe termen lung pentru Bursa București.

- **Controlează-ți impulsurile.** Menține-ți echilibrul emoțional în timpul perioadelor de volatilitate. Luarea deciziilor bazate pe panică poate duce la pierderi semnificative. Fii pregătit să rămâi ferm în fața fluctuațiilor pieței.
- **Monitorizează-ți investițiile.** Urmărește periodic performanța portofoliului tău, dar evită să te lași prins în micile schimbări zilnice. Ajustările pot fi necesare în funcție de schimbările în obiectivele tale financiare și pe piață.
- **Nu te repezi să mărești levierul.** Dacă utilizezi instrumente financiare care implică levier, cum ar fi contractele futures sau opțiunile, fii conștient de riscurile suplimentare. Levierul poate amplifica atât câștigurile, cât și pierderile. Invață despre asta aici, în cursul gratuit despre Forex.
- **Folosește ordinele Stop-Loss.** Folosește ordine stop-loss pentru a limita potențialele pierderi. Aceste ordine determină platforma să vândă automat un activ dacă acesta atinge un anumit nivel de preț, protejându-ți astfel investiția. Îți mărești șansele de a investi profitabil și a limita pierderile cu acest curs de strategie de 4 zile.
- **Diversifică-ți investițiile geografic.** Diversifică nu doar în cadrul claselor de active, ci și geografic. Investițiile în piețe internaționale pot oferi o protecție suplimentară împotriva riscurilor specifice unui anumit loc.
- **Găsește un consilier profesional.** Consultă un consilier financiar pentru a obține sfaturi personalizate și adaptate situației tale specifice. Un profesionist poate ajuta la construirea unei strategii de investiții care să țină cont de obiectivele și toleranța ta la risc.

Amintește-ți că investițiile implică întotdeauna un anumit nivel de risc, iar nicio strategie nu garantează profituri constante. Cu toate acestea, abordarea prudentă și informarea corespunzătoare pot ajuta la minimizarea riscurilor asociate investițiilor.

Agentii de reglementare în piața financiară

Înainte de a alege să investești prin intermediul unei entități care se ocupă cu asta, verifică firma respectivă și vezi dacă aceasta este autorizată pentru acest domeniu.

Astfel te vei asigura că respectiva entitate este autorizată să furnizeze serviciile și activitățile de investiții pe care le-ați solicitat. În momentul semnării contractului, fii atent la toate aspectele.

Verifică clauzele, taxele, dar și alte aspecte pe care aceștia ar putea să ți le impună.

Este important să fii conștient de aceste agenții și să ții cont de reglementările și directivele lor atunci când investești sau utilizezi servicii financiare în aceste țări.

Agențiile de reglementare financiară pot furniza informații despre fundamentele și reglementările fondurilor de investiții.

Pentru fondurile din România, poți consulta Autoritatea de Supraveghere Financiară (ASF) care este organismul responsabil cu reglementarea și supravegherea piețelor de asigurări, pensii private, piața de capital și alte instituții financiare non-bancare.

În Statele Unite exista o multitudine de agenții de supraveghere, cea mai cunoscută fiind Securities and Exchange Commission (SEC), care este agenția de reglementare a pieței de capital. SEC supraveghează emitenții, bursele de valori, intermediarii și fondurile de investiții.

Tot în SUA mai putem numi: Consumer Financial Protection Bureau (CFPB) care protejează consumatorii în domeniul serviciilor financiare, supraveghind activitățile bancare, creditele ipotecare, cardurile de credit și altele, și Financial Industry Regulatory Authority (FINRA). Este organizația de auto-reglementare pentru industria de brokeraj din SUA, care supraveghează comportamentul brokerilor și firmelor de brokeraj.

2.2.Analiza financiară și interpretarea de date

Analiza situaţiilor financiare este arta de a analiza şi interpreta situaţiile financiare. Unul dintre obiectivele majore ale analizei situaţiilor financiare este acela de "a înţelege cifrele" sau de "a descifra sensul cifrelor" – adică de a angaja instrumentele de analiză financiară ca un ajutor în înţelegerea datelor financiare raportate şi de a folosi ulterior această putere de înţelegere pentru a conduce mai bine o afacere. Se pot dezvolta diverse măsuri analitice pentru a descrie relaţiile semnificative şi a extrage informaţia din situaţiile financiare.

Indiferent de utilizatorul informaţiei, fie persoana respectiva este un potential investitor, fie un potential creditor, sau unul dintre angajatii analisti ai corporatiei supuse analizei, obiectivul final este același: furnizarea / asigurarea unei baze care să ajute la luarea de decizii într-un mod rațional.

Decizii precum cea de a aproviziona sau de a lichida un stoc, a acorda sau nu un împumut sau a alege între a continua prin aceleaşi metode sau a trece la noi proceduri depind de rezultatele unei analize financiare competente. Tipul deciziei avute în vedere va fi principalul scop determinant al obiectului analizei.

Atât acționarii, cât si funcţionarii băncilor care acordă împrumuturi se folosesc de analiza situatiilor financiare în luarea deciziilor, dar scopul principal al analizelor lor va diferi.

Funcţtionarul băncii care acordă împrumutul ar putea fi mai preocupat de cantitatea de lichidități pe termen scurt și de valoarea suplimentaraă a disponibilităților, în timp ce acționarul potențial sau actual va fi mai preocupat de rentabilitatea pe termen lung și de sturctura capitalului. Cu toate acestea, în ambele situaţii, este comun scopul de folosire a analizei pentru luarea deciziilor.

Un alt obiectiv comun al analizei situațiior financiare este formarea unei baze rezonabile pentru a putea prognostica viitorul. Numeroase instrumente si tehnici ale analizei financiare pot fi utilizate pentru a realiza o apreciere corectă a condițiilor financiare viitoare ale firmei, bazată pe analiza condițiilor sale financiare prezente și din trecut si pe cea mai bună estimare posibilă a viitoarelor situații economice ce ar putea interveni.

În multe dintre cazuri, putem observa că o mare parte din analiza situației financiare constă într-o cercetare atentă a situaţiilor financiare raportate, într-o şi mai atentă citire a notelor şi o rearanjare/ retratare a datelor astfel încat acestea să sastisfacă necesităţile şi obiectivele analistului.

Analiza ratelor este un instrument frecvent utilizat în analiza situaţiilor financiare.

Ratele financiare pot fi folosite pentru a dezvolta o serie de statistici care să scoată la iveală caracteristici financiare – cheie ale unei companii. În aproape toate cazurile, ratele sunt utilizate în două modalitaţi.

În primul rând, ratele sunt comparate cu media ramurii de activitate din care firma face parte. Oricare ar fi sursa acestor rate, trebuie avută atentie, în sensul compararii companiei supuse analizei cu standardele definite pentru companii din aceeaşi categorie şi cu aproximativ aceeaşi valoare a profitului.

Un al doilea aspect în ceea ce priveşte utilizarea ratelor este analiza evolutiei în timp a unei companii anume. Spre exemplu, evolutia marjei de profit al unei companii poate fi evaluată pentru o perioada de cinci sau zece ani. Este util adesea să se urmarească ratele-cheie în decursul a una sau doua recesiuni anterioare pentru a se determina cât de bine poate compania respectivă să reziste financiar în perioadele dificile d.p.d.v. economic.

Ratele financiare cheie sunt grupate în 3 categorii majore, potrivit aspectului particular al condiţiilor financiare ale companiei sunt:

1. Rentabilitatea: indicatori concludenţi ce masoară puterea caştigului şi rentabilitatea record a companiei.

2. Lichiditatea: se referă la proprietatea elementelor patrimoniale de a se transforma în bani.

3. Structura capitalului:determinarea gradului de îndatorare al companiei. Fiecare categorie de indicatori este tratată în continuare, cu indendificarea principalilor indicatori din fiecare grupa.

Indicatori ai rentabilitatii

Cei mai des întalniţi 3 indicatori care masoară rentabilitatea sunt rata rentabilităţii comercială (ROS), rata rentabilităţii activelor totale (ROA) şi rata rentabilităţii capitalului propriu (ROE).

Rata rentabilităţii comercială (ROS) se determină prin împărţirea profitului obţinut după plata taxelor la vânzări, unde vânzarile reprezintă valoarea a vânzărilor fară nici un fel de retururi sau discounturi:

$$ROS = \frac{\text{Profit net}}{Vanzari}$$

Rata rentabilităţii activelor totale (ROA) se obţine prin împarţirea profitului obţinut în urma plaţii taxelor şi a impozitului la totalul activelor corporaţiei:

$$ROA = \frac{\text{Profit net}}{Total\ active}$$

Rata rentabilităţii capitalului propriu (ROE) împarte profitul la capitalul propriu. Capitalul propriu al acţionarilor exclude în mod normal efectul oricarui activ necorporal (goodwill, marca înregistrată, etc.) şi se determină prin scăderea tuturor obligaţiilor şi activelor necorporale din activele totale. Acestă rată se calculează astfel:

$$ROE = \frac{\text{Profit net}}{Capital\ propriu}$$

Rata rentabilităţii capitalului propriu este adesea considerată ca fiind cel mai important dintre indicatorii de rentabilitate, deoarece el **măsoară profitul ce rezultă din investiţia facută de acţionari**. Spre ex: un profit din capitalul propriu de cel putin 15% este un obiectiv rezonabil de a asigura capitalul propriu adecvat şi de a fonda o viitoare creştere aşteptată atunci când acest procent de 15% este aproximativ egal cu media ROE în industia mondială raportată anual în cercetarea anuală a afacerilor americane publicată în revista "Forbes".

Situațiile financiare procentuale

Situațiile financiare procentuale prezintă toate conturile din bilanț și contul de profit şi pierdere, ca procent din anumite cifre-cheie. În contul de profit şi pierdere, vânzarile nete sunt exprimate ca reprezentând 100% , iar toţi ceilalţi indicatori sunt exprimaţi ca procente din vânzari.

În bilant, totalul activelor este reprezentat de procentul de 100% în partea stângă, în timp ce totalul datoriilor si fondurilor (pasiv) reprezintă 100%, în partea dreaptă. Toate conturile de activ sunt exprimate ca procent din valoarea totală a activelor, iar toate conturile de datorii şi fonduri sunt exprimate ca procent din totalul datoriilor şi fondurilor.

Pregătirea acestui gen de situații facilitează analiza unor aspecte semnificative ale situaţiei şi operatiunilor financiare ale firmei. Aceste situaţii oferă un supliment informaţiei disponibile prin intermediul diverşilor indicatori discutaţi anterior. In bilant, efortul analitic se concentrează pe structura internă si pe alocarea resurselor financiare ale firmei. In partea de activ, rapoartele arată felul în care investitiile făcute în diverse categorii de resurse sunt distribuite în conturile de activ.

De un interes special în acest caz o reprezintă alegerea distribuţiei resurselor între activele curente şi cele imobilizate şi distribuţia activelor curente între diversele categorii de conturi de capital circulant – în principiu, distribuţia capitalului circulant investit între bani lichizi, conturile de clienti şi stocuri.

În partea de datorii şi fonduri, bilanţul arată procentajul distribuţiei finanţărilor pentru obligatiile curente, împrumuturile pe termen lung, şi capitalul social. De un interes deosebit aici este relația dintre împrumuturile pe termen lung şi capitalul social şi împarţirea în datorii curente şi surse de finantare a împrumuturilor pe termen lung furnizate de datorii şi capital social.

Referitor la exprimarea procentuală a contului de profit si pierdere, în mod similar se calculează proporţia diferitelor categorii de costuri și cheltuieli în totalul vânzarilor sau veniturilor.

Relaţiile trasate cu ajutorul rapoartelor bilanțiere nu pot fi considerate în mod izolat, individual acestea nu aduc informații folositoare. Pentru a se obține prin acest instrument de analiza un plus de informații este necesar a se examina trendul evoluției de la an la an al firmei şi trebuie făcute comparații cu standardele din industria respectivă.

Datele Financiare ale Companiilor: Structură, Analiză și Importanță

Datele financiare ale companiilor reprezintă baza pentru evaluarea performanței economice și financiare a acestora. Aceste date includ o varietate de informații, de la bilanțuri și conturi de profit și pierdere, până la fluxuri de numerar și note explicative.

Datele financiare sunt, în esență, organizate în trei **rapoarte principale**:

1. **Bilanțul Contabil**

- Active: Resursele deținute de companie, care includ active fixe (clădiri, echipamente), active curente (numerar, stocuri) și alte active (brevete, mărci comerciale).
- Pasive: Obligațiile companiei, cum ar fi datoriile pe termen scurt (credite comerciale, datorii către furnizori) și datoriile pe termen lung (credite bancare, obligațiuni).
- Capitaluri Proprii: Fondurile proprii ale acționarilor, reprezentând diferența dintre active și pasive.

2. Contul de Profit și Pierdere

- Venituri: Totalitatea sumelor încasate din vânzări de produse sau servicii.
- Cheltuieli: Totalitatea costurilor suportate pentru generarea veniturilor, inclusiv costurile operaționale (materii prime, salarii) și costurile neoperationale (dobânzi, taxe).
- Profit Net: Diferența dintre venituri și cheltuieli, reflectând profitabilitatea companiei.

3. Fluxul de Numerar

- Fluxuri de Numerar din Activități Operaționale: Numerarul generat din activitatea de bază a companiei.
- Fluxuri de Numerar din Activități de Investiții: Numerarul cheltuit sau generat din achiziția sau vânzarea de active pe termen lung.
- Fluxuri de Numerar din Activități de Finanțare: Numerarul primit sau plătit în urma finanțării externe, cum ar fi împrumuturile sau emisiunea de acțiuni.

Importanța Datelor Financiare

Datele financiare sunt vitale pentru diferite părți interesate:

- Investitori: Evaluează performanța financiară și riscul asociat investiției în companie.
- Creditori: Determină capacitatea companiei de a rambursa împrumuturile și de a-și onora obligațiile financiare.
- Manageri: Analizează performanța internă, identifică zonele care necesită îmbunătățiri și iau decizii strategice.
- Autorități Fiscale: Verifică conformitatea cu reglementările fiscale și asigură colectarea corectă a impozitelor.

Metode de Analiză a Datelor Financiare

1. Analiza Verticală și Orizontală

- Analiza Verticală: Evaluarea structurii financiare a unei companii la un anumit moment, prin raportarea fiecărui element financiar la un total relevant (de exemplu, active totale).

- Analiza Orizontală: Compararea datelor financiare pe mai mulți ani pentru a identifica tendințe și evoluții în timp.

2. **Analiza Indicatorilor Financiari**

- Rata de Lichiditate: Evaluează capacitatea companiei de a-și acoperi datoriile pe termen scurt.
- Rata de Profitabilitate: Măsoară capacitatea companiei de a genera profituri (de exemplu, marja de profit net).
- Rata de Îndatorare: Analizează structura capitalului și nivelul de îndatorare în raport cu capitalurile proprii.

3. **Analiza Fluxurilor de Numerar**

- Permite evaluarea sănătății financiare pe termen scurt, identificând sursele și utilizările numerarului.

Impactul Datelor Financiare asupra Deciziilor de Afaceri

- Planificarea Strategică: Datele financiare ajută la formularea și ajustarea strategiilor de afaceri, precum diversificarea produselor, extinderea pe noi piețe sau retragerea din segmente neprofitabile.
- Gestionarea Riscurilor: Analiza datelor financiare permite identificarea și gestionarea riscurilor financiare și operaționale.
- Evaluarea Performanței: Monitorizarea continuă a performanței financiare ajută la evaluarea eficienței operaționale și la luarea deciziilor corective.

Datele financiare sunt esențiale pentru înțelegerea și gestionarea performanței unei companii. O analiză detaliată și complexă a acestor date oferă informații valoroase pentru investitori, creditori și manageri, facilitând decizii informate și strategii eficiente. Într-o economie globalizată și competitivă, accesul la date financiare precise și capacitatea de a le interpreta corect reprezintă avantaje competitive semnificative pentru orice organizație.

2.3 Bursa de valori

Bursa de valori este o piață în care brokeri și comercianți pot cumpăra și vinde titluri de valoare precum acțiuni, obligațiuni sau alte instrumente financiare. Bursele de valori oferă, de asemenea, facilități pentru eliberarea și răscumpărarea de astfel de titluri de valoare, precum și pentru plata de venituri și dividende. Valorile (sau bunurile) tranzacționate pe o bursă de valori includ acțiuni emise de societățile

cotate la bursă, instrumente financiare derivate, obligațiuni, precum și produse financiare agregate de la mai mulți investitori. Bursele de valori funcționează ca o "licitație continuă", în care cumpărătorii și vânzătorii efectuează tranzacții într-o locație centrală.

Înainte de a putea fi tranzacționate pe bursă, instrumentele financiare trebuie întâi listate pe acea bursă. În trecut exista o locație centrală în care se ținea evidența valorilor, dar în bursele moderne evidența se ține în mod electronic, ceea ce oferă avantaje precum viteză sporită și cost redus de tranzacții. Schimbul comercial la bursă este permis numai brokerilor, care sunt membri ai bursei. Recent, o parte din tranzacțiile de pe bursele tradiționale s-a mutat către diverse alte medii precum rețele de comunicații electronice, burse private (denumite și "dark pools" datorită lipsei transparenței) sau sisteme alternative de tranzacționare.

Ofertele publice inițiale, ce reprezintă listarea unei companii pe bursă, se face întâi prin emiterea de acțiuni și obligațiuni de la companie către investitori (piața primară). Ulterior, aceste obligațiuni se tranzacționează între investitori (piața secundară). Bursa de valori este de multe ori cea mai importantă componentă a pieței de valori. Cererea și oferta pe piețele bursiere sunt determinate de diverși factori care, la fel ca în toate piețele libere, afectează prețul acțiunilor.

În general nu există obligația ca acțiunile sau obligațiunile să fie emise prin bursa de valori în sine, și nici ca acestea să fie ulterior tranzacționate pe bursă. Tranzacționarea acestora se poate face și offline în alte medii. Bursele de valori au devenit în ultimii ani parte a pieței globale de active. Bursele de valori servesc, de asemenea, o funcție importantă, prin furnizarea de lichiditate pentru acționari - există oricând cumpărători sau vânzători dispuși să facă schimburi comerciale.

Rolul burselor de valori

- Creșterea de capital pentru întreprinderi

Bursa de valori oferă companiilor posibilitatea de a strânge capital (e.g. bani) pentru extindere prin vânzarea de acțiuni la publicul larg.

În afară de posibilitatea de împrumut a unui individ sau firmă prin sistemul bancar, sub formă de credit sau împrumut, există patru forme comune de majorare de capital: listarea publica, parteneriate limitate, capital de risc sau parteneriat corporativ. Cele mai multe dintre aceste opțiuni pot fi realizate, direct sau indirect, printr-o bursa de valori.

- Listare publică a companiilor

Anumite companii, în special cele de înaltă tehnologie, trebuie să ridice volume mari de capital în stadii incipiente. Pentru acest motiv, piața publică oferită de bursele de valori a fost una dintre cele mai

importante surse de finanțare pentru multe startup-uri consumatoare de capital. După ciclurile economice din anii 1990 și de la începutul anilor 2000, a devenit mult mai greu pentru antreprenorii hi-tech să listeze public compania lui/ei, cu excepția cazului în care compania are deja produse pe piață și generează vânzări și venituri, sau dacă compania a finalizat deja studii clinice promițătoare, a generat brevete cu potențial de profit sau a realizat o cercetare de piață care a demonstrat foarte rezultate pozitive. Acest lucru este destul de diferit de situația din anii 1990 și înainte de anii 2000, perioadă în care o serie de companii (în special companii de Internet și biotehnologie) au fost listate public la cele mai importante burse de valori din întreaga lume, în absența totală a vânzărilor, veniturilor sau a unor rezultate promițătoare. Cu toate acestea, în fiecare an, un număr de companii necunoscute, extrem de speculative și imprevizibile din punct de vedere financiar, sunt listate pentru prima dată pe marile burse de valori – există chiar piețe de intrare specializare pentru aceste tipuri de companii, precum și indici bursieri de urmărire a performanței lor (exemple includ Alternext, CAC Mici, SDAX, TecDAX).

Parteneriate limitate

Un număr de companii au ridicat, de asemenea, cantități semnificative de capital prin parteneriate limitate de cercetare și dezvoltare (eng. R&D). Modificările legislației fiscale care au fost adoptate în 1987 în Statele Unite ale Americii au schimbat deductibilitatea fiscală a investițiilor în cercetare și dezvoltare. Pentru ca un parteneriat să fie de interes pentru investitorii de astăzi, proporția de profituri la banii investiți trebuie să fie suficient de mare pentru a atrage investitori.

Capital de risc

A treia metodă de ridicare de capital pentru startup-uri este capital de risc. Această sursă rămâne în mare parte disponibilă și astăzi, dar suma maximă pe care un start-up o poate strânge nu este nelimitată.

Parteneriat corporativ

O a patra sursă de ridicare de capital pentru o companie privată este un parteneriat corporativ cu o altă companie, în general o companie multinațională stabilă, care furnizează capitalul la schimb pentru drepturi de comercializare, drepturi de brevet sau acțiuni. Parteneriatele corporative au fost folosite cu succes într-un număr mare de cazuri.

Mobilizarea economiilor pentru investiții

Când oamenii își folosesc economiile proprii ca să investească în acțiuni, acest aspect duce la alocarea rațională a resurselor, deoarece fondurile care ar fi fost altfel păstrate în repaus sau consumate (adică depozitele bancare), sunt mobilizate si redirectionate pentru a ajuta să finanțeze companiile. Acest lucru promovează afacerile, și are beneficii nu numai pentru comaniile finanțate, cât și pentru multe

alte sectoare economice precum agricultura, comerț și industrie, rezultând într-o creștere economică mai puternică și niveluri mai mari de productivitate în firme.

Facilitarea creșterii companiei

Achiziția de acțiuni în companii poate fi facută și de alte companii, aceasta fiind o oportunitate în a-și extinde liniile de produse, creșterea canalelor de distribuție, limitare a volatilității și riscului, creșterea cotei de piață, sau pentru dobândirea unor active dorite. O ofertă de preluare a companiei sau un acord de fuziune prin piața de capital este una dintre cele mai simple și cele mai comune modalități pentru o companie să crească prin absorbția sau fuziunea cu altă companie.

Împărțirea profitului

Atât investitorii amatori cât și cei de profesie, de la investitorii instituționali până la familii, pot câștiga de pe urma profitului companiei prin dividende sau prin creșterea prețului acțiunilor, care poate duce la câștiguri de capital. Întreprinderile neprofitabile sau cele cu probleme pot duce la pierderi de capital pentru acționari.

Guvernanța corporativă

Având o gamă largă și variată de proprietari, companiile au tendința de a îmbunătăți standardele de management și eficiență pentru a satisface cerințele acestor acționari, precum și cerințele mai stricte impuse corporațiilor publice de bursele de valori și de guvern. În consecință, se presupune că societățile publice, ale căror acționarii care sunt membri ai publicului larg și ale căror acțiuni sunt tranzacționate la bursă, tind să aibă o gestionare mai bună decât societățile private, care nu sunt cotate la bursă, și de multe ori sunt deținute de către fondatorii companiei, familiile lor, moștenitori, sau în caz contrar de către un mic grup de investitori.

În ciuda acestei afirmații, există unele cazuri bine-documentate în care guvernanța corporativă a fost slabă în cazul unor companii publice. De exemplu, bula dot-com de la sfârșitul anilor 1990, și criza creditelor ipotecare subprime din 2007-08, sunt exemple clasice de management corporativ defectuos. Exemple includ companii precum Pets.com (2000), Enron (2001), One.Tel (2001), Sunbeam (2001), Webvan (2001), Adelphia (2002), MCI WorldCom (2002), Parmalat (2003), American International Group (2008), Bear Stearns (2008), Lehman Brothers (2008), General Motors (2009) și Satyam Computer Services (2009).

Cu toate acestea, atunci când rapoarte financiare, etice sau manageriale sunt cunoscute de către investitori, acțiunile și compania au tendința să-și piardă valoarea, ceea ce se reflectă la bursă prin

scăderea prețurilor. În plus, datorită scaderii prețurilor acțiunilor, acționarii de multe ori schimbă managementul incompetent.

Posibilitarea de investiție pentru investitorii mici

Spre deosebire de alte moduri de investiție care necesită capital mare, precum investițiile în imobiliare, investițiile în acțiuni sunt accesibile atât investitorilor mari cât și mici, pentru că o persoană poate cumpăra numărul de acțiuni pe care și le permite. Prin urmare, bursa oferă posibilitatea micilor investitori să dețină acțiuni ale aceleiași companii la care investesc și investitorii mari.

Strângerea de fonduri guvernamentale pentru proiecte de dezvoltare

Guvernul unei țări poate de asemenea să împrumute bani de la bursă pentru a finanța proiecte de infrastructură, cum ar fi construcția de rețele de canalizare și tratare a apei, sau autostrăzi, prin licitarea la bursă a unor obligațiuni, adică un împrumut cu mai mulți deținători ce poate fi tranzacționat la bursă. Aceste obligațiuni pot fi tranzacționate pe bursa de valori inclusiv de membrii publicului, care pot să le cumpere, astfel împrumutând bani guvernului. Emiterea de astfel de obligațiuni poate evita, pe termen scurt, impozitarea directă a cetățenilor pentru a finanța un proiect de dezvoltare, prin încrederea oferită în acel guvern, în loc de a oferii garanții reale. Cu toate acestea, guvernul trebuie în cele din urmă să taxeze cetățenii sau să strângă fonduri suplimentare pentru a plăti obligațiunea.

Barometru al economiei

La bursă, prețul acțiunilor crește și scade în funcție de forțele economice. Cota prețurilor tinde să crească sau să rămână stabilă atunci când companiile și economia arată semne de stabilitate și de creștere. O recesiune economică, depresie, sau criză financiară, ar putea duce la o prăbușire a prețurilor acțiunilor. Prin urmare, mișcarea prețurilor acțiunilor și, în general, a indicilor bursieri, care însumează mai multe acțiuni laolaltă, pot fi un indicator al tendinței generale în economie.

3. CERCETAREA CALITATIVĂ A INFORMAȚIILOR FINANCIARE

Într-un mediu concurențial puternic, care presupune o continuă transformare, menținerea pe piață și dezvoltarea activităților entităților economice este posibilă numai prin atingerea unui anumit grad de competitivitate. Pentru a fi competitive, entitățile economice trebuie să se adapteze noilor condiții impuse de piața globală prin luarea deciziilor necesare care se bazează pe informații financiar contabile. Utilitatea deciziilor pentru creșterea competitivității depinde de calitatea informațiilor financiare.

Dacă aceste informații nu sunt conforme cu tranzacțiile economice și financiare care le-au generat sau sunt prelucrate greșit, atunci rezultatele obținute nu sunt cele așteptate. Calitatea informațiilor financiare este determinată de îndeplinirea caracteristicilor calitative, respectiv relevanță, comparabilitate, fiabilitate și inteligibilitate, generate de tranzacțiile economice și financiare implicate în procesul de obținere a acestor informații.

Apariția conceptului de calitate totală înseamnă abordarea conceptuală și practică a acelor elemente care mențin acest concept, inclusiv informația financiară,

Având rolul de indicator calitativ al activității economice desfășurate, profitul se obține într-o anumită atmosferă economică în care costurile de producție sunt calculate corect și care includ absolut toate cheltuielile ocazionate de obținerea produselor, inclusiv cheltuielile generate de menținerea și îmbunătățirea continuă a calității acestor produse.

Un aspect esențial al situațiilor financiare anuale constă în faptul că acestea trebuie să ofere informații financiar contabile comparabile cu cele ale entităților economice din alte țări, motiv pentru care în ultimii ani s-a armonizat legislația la nivel european în vederea realizării unor norme și reguli comune pentru întocmirea situațiilor financiare, astfel încât fiecare utilizator de informații financiar contabile să ia decizii economice asemănătoare cu ale altor utilizatori în situații economice asemănătoare.

3.1.Analiza evoluţiilor macroeconomice: evoluţia PIB, rata inflaţiei, piaţa muncii

Evoluția economică a oricărei țări se caracterizează prin indicatorii de rezultate obținuți. Economia are nevoie de macrostabilitate, care înseamnă asigurarea unor proporții corespunzătoare între domeniile de activitate. Imdicatorii macroeconomici de rezultate (produsul intern brut, produsul intern pe locuitor, produsul național brut, valoarea adăugată brută, salariile, veniturile, cheltuielile) evidențiază evoluția economică a unei țări. În articolul de față, autorii s-au ocupat de prezentarea principalelor evoluții în domeniile (ramurile) economiei naționale, încercând să evidențieze și tendința de evoluție viitoare. Se prezintă unele aspecte în legătură cu industria, agricultura, serviciile, transporturile, construcțiile, activitatea comercială internațională, investițiile străine directe etc cu scopul de a desprinde modul în care acestea evoluează. Menținerea proporționalității evoluțiilor macroeconomice asigură și stabilitatea economică. Apar din când în când, disfuncționalități care trebuie remediate prin programe de investiții, de intervenție pentru a putea sprijini acele domenii de interes național și de a încerca să se înlăture elementele negative care se manifestă la nivelul economiei naționale. Proporțiile și corelațiile macroeconomice trebuie să stea întotdeauna în atenția celor care fac analize

macroeconomice, care prognozează evoluția economiei românești și mai ales a acelora care trebuie să asigure implementarea măsurilor preconizate, așa încât corelațiile macroeconomice să nu fie destabilizate, perturbate, iar rezultatele macroeconomice să aibă efect asupra creșterii calității vieții.

Studiul efectuat asupra evoluțiilor macroeconomice din România, arată că economia României este pe un drum pozitiv. Există însă unele neajunsuri sau necorelări ale unor măsuri întreprinse la nivelul Uniunii Europene, conclusiv, este vorba de ritmul de creștere sau rata de creștere a produsului intern brut. De aici se desprinde concluzia că investițiilor trebuie să li se acorde o importanță mai mare în sensul că acestea asigură o dezvoltare durabilă prin creearea de noi locuri de muncă, prin absorbția pe această cale a șomajului, prin creșterea productivității muncii, prin îmbunătățirea calității mediului economic și mediului înconjurător corelate, așa încât pe baza acestora să putem vorbi și de o creștere economică constantă, adică de o așezare a economiei pe fundamentele creșterii durabile.

Consecințele economice cauzate de războiul din Ucraina sunt resimțite la nivel global prin afectarea comerțului, în special al celui de mărfuri, Rusia fiind un furnizor major la nivel mondial de petrol, gaze și metale și, împreună cu Ucraina, de grâu și porumb, astfel că scăderea ofertei acestor mărfuri a avut un impact semnificativ asupra prețurilor. Presiunile mari și mai persistente ale prețurilor au condus, de asemenea, la o înăsprire a politicii monetare în multe țări.

Se observă astfel că actuala situație la nivel macroeconomic a condus către o deteriorare a indicelui de încredere a populației, dar fără să aibă deocamdată impact asupra creșterii economice.

Potrivit celor mai recente evaluări realizate de către ASF, situația economico-financiară vulnerabilă împreună cu factorii de risc aferenți mențin mai multe riscuri la nivel ridicat, noi șocuri putând determina amplificarea tensiunilor și corecții semnificative pe pieţele financiare internaționale și locale: riscul macroeconomic și riscul de piață, în contextul menținerii decuplării valorii activelor de fundamentele economice, pe fondul creșterii contagiunii, precum și riscul operațional, atacurile cibernetice intensificându-se la scară largă. În continuare, ASF evaluează ca fiind la un nivel mediu spre ridicat riscul de credit, riscul de lichiditate, riscul de solvabilitate și riscul de profitabilitate.

Produsul intern brut

Produsul Intern Brut (PIB) reprezintă valoarea totală de piață a producției finale de pe un teritoriu definit (țară, grup de țări, regiune, unitate administrativă etc.) într-o anumită perioadă. Indicatorul descrie producția economică, activitatea și nivelul de trai al populației țării în cauză pentru perioada considerată. Mai mult, servește ca un indicator care definește dimensiunea, creșterea sau declinul unei economii sau al unui sector economic.

Calculul său periodic permite statelor, companiilor, investitorilor și altor factori de decizie să evalueze, să prognozeze și să planifice deciziile economice viitoare. Se iau în considerare doar produsele și serviciile finite, excluzând cheltuielile de procesare și operare ale acestora. Valoarea poate fi exprimată în moneda națională sau în echivalent valutar, pe baza unor factori de conversie.

Raportul dintre valoarea PIB și populația totală ale teritoriului analizat reprezintă produsul intern brut per locuitor, indicator care poate aproxima nivelul de trai mediu al populației respective. În timp ce indicatorul PIB nominal este util la compararea economiilor naționale de pe piața internațională, acesta nu reflectă decalajele dintre costul vieții[a] și ratele inflației, prin urmare utilizarea PIB per locuitor la paritatea puterii de cumpărare (PPC) este preferabilă atunci când se compară nivelul de trai între țări. Valoarea totală a PIB poate fi defalcată, pentru a reflecta contribuția fiecărei ramuri industriale sau sector economic.

Calculul PIB presupune includerea tuturor produselor finite, adică bunurile aflate în etapa de utilizare finală, care sunt înregistrate ca producție economică. Mărfurile depozitate, care nu sunt utilizate direct, sunt luate în considerare la calculul stocurilor.

Spre deosebire de venitul național brut, la calcularea valorii PIB a unei țări sunt luate în considerare doar bunurile produse și serviciile prestate în interiorul granițelor naționale, veniturile obținute de rezidenți în străinătate și cele transferate internațional de cetățenii străini nefiind incluse.

PIB-ul este adesea folosit pentru comparații internaționale, precum și ca măsură generală a progresului economic. Este adesea considerat a fi cel mai puternic indicator statistic al dezvoltării și progresului țărilor lumii. Cu toate acestea, criticii imperativului de creștere economică susțin adesea că determinarea PIB-ului nu au fost niciodată menită să măsoare progresul și omite alte externalități-cheie, precum extracția resurselor, impactul asupra mediului și munca neremunerată (voluntariat, muncă în gospodărie etc.). Conceptele economice alternative, cum ar fi modelul economic inelar folosesc alți indicatori, precum indicele dezvoltării umane, ca abordare mai eficientă de măsurare a efectului economiei asupra dezvoltării umane și bunăstării personale.

În Uniunea Europeană, conform Eurostat, „produsul intern brut este o măsură de bază a dimensiunii totale a economiei unei țări. Ca măsură agregată a producției, PIB-ul este egal cu suma valorii adăugate brute a tuturor unităților instituționale rezidente implicate în producție, plus orice taxe pe produse și minus orice subvenții pentru produse. Valoarea adăugată brută este diferența dintre producție și consumul intermediar. PIB-ul este, de asemenea, egal cu:

- suma utilizărilor finale ale bunurilor și serviciilor (toate utilizările cu excepția consumului intermediar) măsurate în prețurile de cumpărare, minus valoarea importurilor de bunuri și servicii,
- suma veniturilor primare distribuite de unitățile producătoare rezidente.

PIB-ul este unul dintre principalii indicatori ai sistemului european de conturi naționale și regionale. Conform Fondului Monetar Internațional, „PIB-ul măsoară valoarea monetară a bunurilor și serviciilor finale – adică a celor care sunt achiziționate de utilizatorul final – produse într-o țară într-o anumită perioadă de timp (de exemplu un trimestru sau un an). Acesta reprezintă toată producția generată în interiorul granițelor unei țări. PIB-ul este compus din producția de bunuri și servicii destinate pieței și include, de asemenea, unele producții non-piață, cum ar fi serviciile de apărare sau educație furnizate de guvern".

Conform Organizației pentru Cooperare și Dezvoltare Economică, „PIB-ul măsoară venitul obținut din producția de bunuri și servicii dintr-o țară într-o anumită perioadă. Acest indicator se bazează pe PIB nominal (exprimat în valori curente), prin urmare este mai puțin potrivit pentru comparații în timp, deoarece evoluțiile nu sunt cauzate doar de creșterea economică reală, ci și de modificările prețurilor și diferențele de curs valutar".

Calculul produsului intern brut (PIB)

Produsul intern brut este reprezentativ pentru producția și venitul total dintr-o economie, valoarea sa fiind de obicei calculată de fiecare agenție națională de statistică, care compilează informațiile provenite dintr-un număr mare de surse. La efectuarea calculelor, majoritatea țărilor respectă standardele internaționale stabilite prin Standardul internațional de măsurare a PIB-ului care este cuprins în Sistemul de Conturi Naționale elaborat în 1993 și actualizat în 2008 de Fondul Monetar Internațional, Comisia Europeană, Organizația pentru Cooperare și Dezvoltare Economică, Națiunile Unite și Banca Mondială.

Sistemul de Conturi Naționale (The System of National Accounts - SNA) prevede trei moduri de estimare a valorii PIB:

- abordare a producției, care calculează valoarea adăugată brută,
- o abordare a cheltuielilor și
- o abordare bazată pe venit.

În teorie, toate aceste metode trebuie să conducă spre același rezultat.

Cea mai directă dintre cele trei metode este abordarea producției, care însumează rezultatele fiecărui sector economic. Abordarea cheltuielilor funcționează pe principiul că toate produsele trebuie să fie achiziționate de cineva, prin urmare valoarea produsului finit trebuie să fie egală cu cheltuielile totale pentru cumpărarea bunurilor. Abordarea veniturilor funcționează pe principiul că veniturile factorilor productivi („producători") trebuie să fie egale cu valoarea produsului lor finit, valoarea PIB fiind calculată prin însumarea tuturor veniturilor producătorilor.

Abordarea producției

PIB(p) = produs – consum intermediar + taxe pe produs – subvenții pe produs

Conform Băncii Mondiale, „abordarea producției estimează mai întâi valoarea brută a producției interne din sectoarele de activitate, agricultură, industrie și servicii. Apoi determină valoarea intermediară a materialelor, bunurilor și serviciilor utilizate („consumul intermediar") pentru a produce acea ieșire. Valoarea adăugată brută este valoarea brută a producției minus consumul intermediar. În mod oficial, valoarea PIB calculată în funcție de producție reprezintă suma valorii adăugate brute de către toți producătorii rezidenți din economie plus orice taxe pe produs (mai puțin subvențiile) care nu sunt incluse în evaluarea producției".

Conform Fondului Monetar Internațional, „abordarea producției însumează valorile care reprezintă „valoarea adăugată" în fiecare etapă a producției, unde valoarea adăugată este definită ca vânzări totale minus valoarea intrărilor intermediare în procesul de producție. De exemplu, făina ar fi un input intermediar, iar pâinea ar fi produsul finit, sau serviciile unui arhitect ar fi o intrare intermediară, iar construcția ar fi produsul finit".

Abordarea cheltuielilor

PIB(c) = cheltuieli cu consumul final al gospodăriilor + cheltuieli cu consumul final ale instituțiilor non-profit care deservesc gospodăriile + cheltuieli publice generale cu consumul final + formarea brută de capital + exporturi – importuri

Conform Băncii Mondiale, „abordarea cheltuielilor însumează următoarele componente: cheltuieli private pentru consumul de bunuri și servicii durabile și nedurabile, investiții în active noi sau echipamente nefinanciare, cum ar fi noi locuințe, utilaje sau software, cheltuielile guvernamentale pentru bunuri și servicii finale, inclusiv salariile angajaților publici și exporturile brute minus importurile brute (deoarece acestea din urmă sunt incluse în altă parte). În mod oficial, valoarea PIB calculată în funcție de cheltuieli reprezintă suma cheltuielilor de consum final ale gospodăriilor,

guvernului și instituțiilor nonprofit care deservesc gospodăriile, formarea brută de capital și exporturile nete (exporturi minus importuri) de bunuri și servicii".

Conform Fondului Monetar Internațional, „abordarea cheltuielilor calculează valoarea achizițiilor efectuate de utilizatorii finali (de exemplu consumul de alimente, televizoare și servicii medicale de către gospodării), investițiile în utilaje ale companiilor și achizițiile de bunuri și servicii de către guvern și rezidenți străini".

Abordarea veniturilor

PIB(v) = cheltuieli totale cu forța de muncă + excedent brut din exploatare + venit mixt + impozite pe producție și produse – subvenții pe producție și produse

Conform Fondului Monetar Internațional, „abordarea veniturilor însumează veniturile generate de producție, de exemplu compensațiile pe care le primesc angajații (salarii, prime, contribuții la pensie și asigurări sociale) și beneficiul din exploatare al companiilor (vânzările brute minus costurile)".

Conform HM Treasury din Regatul Unit, „abordarea veniturilor însumează veniturile factorilor economici dintr-o economie. Aceasta ar putea fi descrisă și ca suma veniturilor generate direct de activitatea productivă. Compensarea angajaților reprezintă toate veniturile din muncă, inclusiv contribuția angajatorului la pensii și contribuții sociale. Excedentul din exploatare este alcătuit în principal din profituri comerciale și venituri din chirii, în timp ce venitul mixt reprezintă venitul lucrătorilor independenți".

Comparație între PIB și VNB

În timp ce produsul intern brut (PIB) măsoară valoarea de piață a tuturor bunurilor și serviciilor finale produse într-o țară, venitul național brut (VNB) măsoară veniturile generate de cetățenii acelei țări, indiferent de locația geografică unde se obține venitul. În cazul a numeroase țări, cele două valori sunt apropiate, deoarece diferența dintre veniturile primite de țară și plățile efectuate către restul lumii nu este semnificativă. De exemplu, potrivit Băncii Mondiale, valoarea VNB din Statele Unite în 2023, de 26.895 miliarde USD a fost cu 1,7% mai mare decât valoarea PIB, de 27.361 miliarde USD. În cazul țărilor în curs de dezvoltare, pe de altă parte, diferența ar putea fi mai semnificativă, din cauza volumelor mari de ajutoare externe și a intrărilor de capital, întrucât, spre deosebire de PIB, valoarea VNB include salariile și veniturile din proprietăți ale rezidenților țării obținute în străinătate.

Compararea VNB cu PIB într-o țară arată în ce măsură produsul intern brut al acelei țări este afectat de activitatea financiară internă și internațională. VNB a înlocuit treptat PNB (produsul național brut)

în statisticile internaționale și chiar dacă este conceptual identic, este calculat diferit. Diferența față de PNB constă în includerea tuturor taxelor pe produs (mai puțin subvențiile) care nu sunt incluse în evaluarea producției. Banca Mondială utilizează metoda Atlas[d] pentru a corecta variațiile cursului valutar.

Rata de creștere a PIB

Valorile succesive ale produsului intern brut pot fi utilizate pentru a calcula rata de creștere a PIB-ului, care indică cât de mult a crescut producția unei țări (sau cât a scăzut, dacă rata de creștere este negativă) în comparație cu perioada anterioară, rezultatul fiind exprimat de obicei ca procent.

Pentru un teritoriu definit, creșterea economică poate fi evaluată utilizând rata de creștere a PIB-ului sau rata de creștere a PIB-ului per locuitor.

Produsul intern brut per locuitor

Produsul intern brut per locuitor al unei țări reprezintă valoarea tuturor bunurilor și serviciilor finale produse în acea țară, într-un anumit an (sau semestru), împărțită la populația medie din acea țară în perioada respectivă, valoarea obținută exprimând producția medie a unei persoane din acea țară. Produsul intern brut per locuitor poate fi exprimat ca valoare nominală sau ca valoare armonizată cu paritatea puterii de cumpărare.

Evaluarea nivelului de trai

Indicatorul PIB per locuitor este adesea folosit pentru evaluarea nivelului de trai.

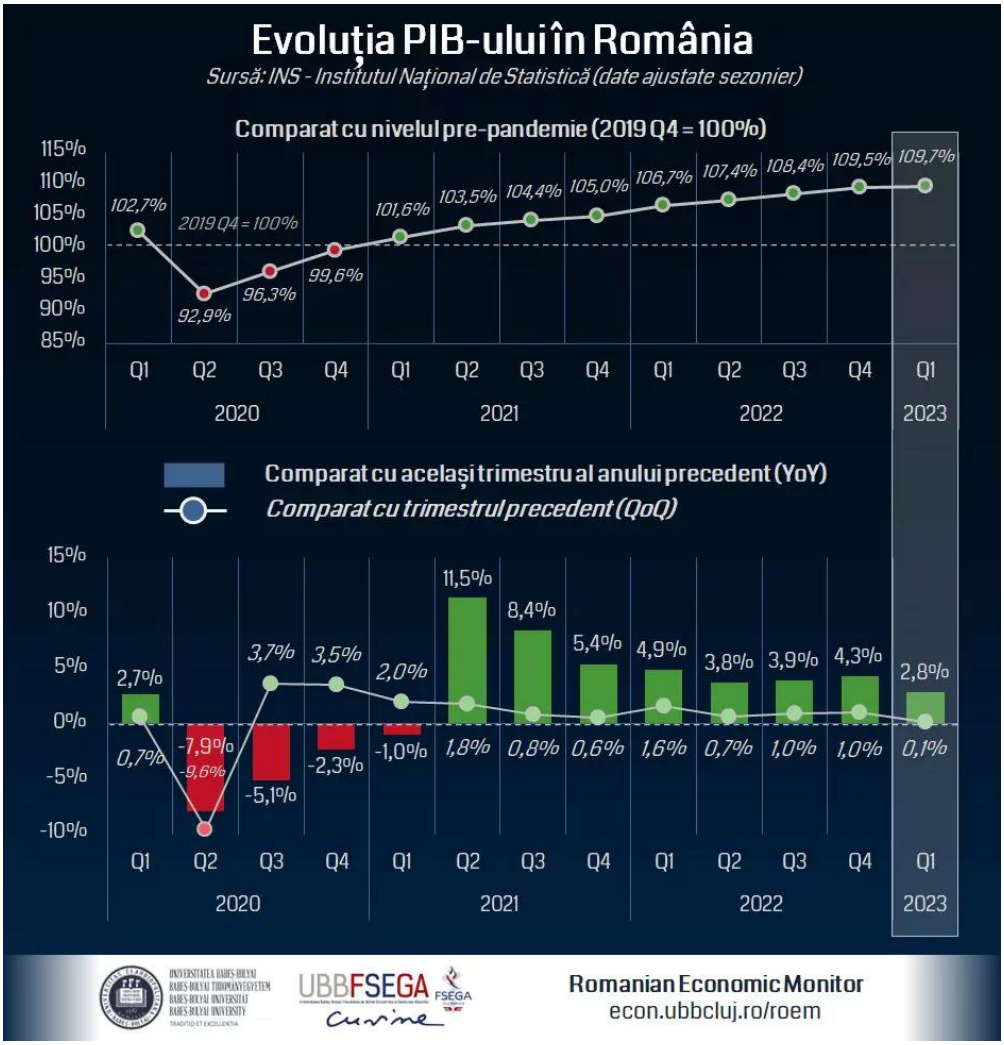
Avantajul major al PIB-ului per locuitor ca indicator al nivelului de trai este că este măsurat frecvent, pe scară largă și consecvent. Se consideră că este măsurat frecvent datorită faptului că majoritatea țărilor publică informații despre PIB în fiecare trimestru, permițând observarea rapidă a tendințelor. Se consideră că este măsurat pe scară largă prin faptul că o măsură a PIB-ului este disponibilă pentru aproape fiecare țară din lume, permițând comparații între țări. Se consideră că este măsurat în mod consecvent prin faptul că definiția tehnică a PIB-ului este relativ similară între țări. Totuși, PIB-ul nu include mai mulți factori care influențează nivelul de trai, printre care:

- externalități – creșterea economică poate implica o creștere a externalităților negative care nu sunt măsurate direct în PIB. Creșterea producției industriale ar putea conduce la o creștere a valorii PIB, dar nu este luată în considerare nicio formă de poluare,
- tranzacții non-piață – valoarea PIB nu include activitățile care nu sunt furnizate prin intermediul pieței, precum producția casnică, trocul de bunuri și servicii și serviciile voluntare sau neplătite

- economie non-monetară – în economiile în care nu este evidențiată o mare parte a tranzacțiilor financiare, se obțin valori ale PIB inexacte sau anormal de scăzute. De exemplu, în țările în care tranzacțiile comerciale majore au loc informal, părți ale economiei locale nu sunt ușor de înregistrat. În aceste țări, barterul poate fi considerat mai important decât utilizarea banilor, extinzându-se chiar și la servicii,
- îmbunătățirea calității și introducerea de produse noi – prin neajustarea completă cu privire la îmbunătățirea calității și introducerea de produse noi, PIB-ul subestimează adevărata creștere economică. De exemplu, deși computerele de astăzi sunt mai puțin costisitoare și mai puternice decât computerele din trecut, PIB le tratează ca produse similare, luând în considerare doar valoarea lor monetară. Introducerea de produse noi este, de asemenea, dificil de măsurat cu precizie și nu se reflectă în PIB, deși poate crește nivelul de trai. De exemplu, chiar și cea mai bogată persoană din 1900 nu putea achiziționa produse precum antibiotice și telefoane mobile, pe care orice consumator le poate cumpăra în prezent, deoarece astfel de facilități moderne nu existau atunci,
- sustenabilitatea creșterii – PIB-ul este o măsură a istoricului activității economice și nu o proiecție a acesteia,
- distribuția veniturilor – PIB-ul nu ține cont de variațiile distribuției veniturilor între diferite grupuri demografice.

Se poate argumenta că PIB-ul per locuitor ca indicator al nivelului de trai este corelat cu acești factori, evidențiindu-i indirect. În consecință, PIB-ul per locuitor poate fi utilizat ca indicator al nivelului de trai, deoarece majoritatea oamenilor au o idee destul de exactă despre ceea ce reprezintă și știu că este dificilă măsurarea cantitativă a unor concepte precum fericirea, calitatea vieții și bunăstarea. Din perspectiva măsurilor de mediu, sociale și de guvernanță (environmental, social and governance - ESG), tendințele PIB-ului per locuitor pot fi influențate de factori precum egalitatea de gen și elemente de calitate a reglementărilor. De exemplu, în Filipine, o țară în curs de dezvoltare cu o economie mixtă din 2008 până în 2021, elemente precum produsul intern brut per locuitor și rata șomajului au un efect semnificativ asupra numărului de IMM-uri.

Evoluția PIB-ului de dinainte de pandemie până la cele mai recente date:



Rata inflaţiei

Rata inflaţiei în expresie relativă - Este raportul între excedentul sau surplusul de monedă (respectiv, de cerere) și oferta reală de bunuri și servicii, în economie, căruia îi corespunde o anumită majorare a prețurilor.

Rata medie lunară a inflaţiei - media creşterilor lunare ale preţurilor. Se calculează ca o medie geometrică a indicilor lunari ai preţurilor de consum cu baza în lanţ din care se scade baza de comparaţie egală cu 100.

Rata medie anuală a inflaţiei - creşterea preţurilor de consum într-un an faţă de anul precedent.

Această rată se calculează ca un raport, exprimat procentual, între indicele mediu al preţurilor dintr-un an şi cel al anului precedent, din care se scade 100. La rândul lor, indicii medii ai preţurilor din cei doi

ani se determină ca medii aritmetice simple ale indicilor lunari din fiecare an, calculaţi faţă de aceeaşi bază (octombrie 1990 = 100).

Rata anuală a inflaţiei - creşterea preţurilor de consum într-o lună din anul curent, faţă de aceeaşi lună a anului precedent. Această rată se calculează ca un raport, exprimat procentual, între indicele preţurilor dintr-o lună din anul curent şi indicele din luna corespunzatoare a anului precedent, calculaţi faţă de aceeaşi bază, din care se scade 100.

Piaţa muncii

Piaţa muncii reprezintă ansamblul actelor de vânzare - cumpărare a forţei de muncă, al relaţiilor specifice acestora, ce au loc într-un spaţiu economic; ea relevă întâlnirea dintre cererea de muncă (care provine de la firme) cu oferta de muncă (care provine de la populaţie), stabilirea pe această bază a condiţiilor pentru angajarea salariaţilor, negocierea şi fixarea salariilor în funcţie de performanţele lucrătorilor, realizarea mobilităţii salariilor şi forţei de muncă pe locuri de muncă, firme, zone, etc.

Teoria autentică a pieţei muncii actuale trebuie să ţină seama de faptul că nemunca duce la sărăcie pe termen lung. Istoria economică relevă că raţionamentul fundamental al pieţei muncii trebuie să rezulte din relaţia directă dintre munca permanentă caracterizată prin profesionalism şi moralitate, pe de o parte, şi eficienţa sistemică, dezvoltarea economică, bunăstarea şi echitatea, pe de altă parte.

Piaţa muncii s-a format şi funcţionează în corelaţie cu rolul determinant al muncii şi cu exigenţele generale ale teoriei pieţei şi profitului. Experienţa istorică arată că, în esenţă, piaţa muncii implică întotdeauna stabilirea de raporturi între purtătorii ofertei şi cei ai cererii de muncă.

Conform parametrilor de performanţă, se pot delimita:

- piaţa principală a muncii este reflectată printr-un nivel ridicat de stabilitate a locului de muncă şi de şcolarizare;
- piaţa secundară a muncii caracterizată prin parametri specifici activităţii economice, respectiv instabilitate accentuată, salarizare modestă.

Piaţa muncii se mai poate delimita astfel:

- la nivel macroeconomic există piaţa muncii care contribuie la formarea condiţiilor de angajare a salariaţilor, a principiilor de stabilire a ierarhiei şi dimensiunii salariilor;
- la nivel microeconomic există piaţa muncii unde sunt stabilite condiţiile de muncă precizate prin oferta de angajare, încheindu-se contracte de muncă individuale între angajat şi angajator.

Piaţa muncii reprezintă locul abstract în care se întâlneşte cererea de muncă cu ofertade muncă. Piaţa muncii nu poate fi considerată o piaţă „obişnuită", deoarece lucrătorii nu sunt identici şi pot decide unde şi în ce condiţii să muncească.

Firmele oferă locuri de muncă şi cer în schimb forţă de muncă, în timp ce populaţia activă oferă forţa de muncă şi cere, la rândul ei, locuri de muncă:

- oferta de muncă este reprezentată de populaţia activă;
- cererea de muncă provine de la întreprinderi şi administraţii.

Oferta de muncă poate fi studiată atât la nivel individual, cât şi la nivel total (oferta agregată de muncă). Aceasta exprimă numărul de ore de muncă efectuate de un individ în funcţie de salariul primit.

Oferta agregată de muncă este formată din populaţia activă (PA), care la rândul ei se compune din populaţia ocupată (PO) şi populaţia neocupată (PN)

PA = PO + PN

Populaţia activă depinde de doi parametri:

- populaţia în vârstă de muncă (>16 ani)
- rata de activitate globală (RA), care arată probabilitatea că o anumită persoană, de o anumită vârstă, să facă parte din forţa de muncă.

PA = (RA x PAT) x 100

unde PAT – reprezintă populaţia aptă totală

Populaţia aptă de muncă depinde de următorii factori:

1. factori demografici:

- creşterea naturală, dacă este pozitivă, antrenează o creştere a populaţiei active (număr naşteri > număr decese);
- soldul migraţiei, dacă este pozitiv, determină o creştere a populaţiei active (numărul populaţiei care intră în ţară > număr populaţie care iese din ţară).

2. vârsta la care se intră pe piaţa muncii şi la care se iese de pe piaţa muncii - dacă vârsta de intrare de piaţa muncii este ridicată (ani de studiu), populaţia activă va cunoaşte un declin.

Rata de activitate globală depinde de următorii factori:

- conjuncturaeconomică - dacă se îmbunătăţeşte, şomerii descurajaţi îşi vor găsi un loc de muncă şi se vor număra printre persoanele active iar rata de activitate va creşte; dacă se înrăutăţeşte

persoanele aflate în şomaj vor renunţa să mai caute un loc de muncă, crescând numărul persoanelor inactive;

- factori de natură sociologică – dorinţa persoanelor de sex feminin de a accede la un statut social conduce la creşterea ratei de activitate a acestora.

Cererea şi oferta de muncă sunt, prin conţinut şi formă de manifestare, categorii economice şi mărimi economice dinamice, aşa cum sunt şi valorile de aşteptare ale indivizilor şi societăţilor. Ele se modifică de la o generaţie la alta, sub incidenţa progresului cultural şi instituţional dobândit de fiecare sistem, precum şi ca urmare a rangului de prioritate pe care aceasta este în măsură să îl atribuie nevoii de educaţie în cadrul ierarhiei nevoilor sociale.

Caracteristicile pieţei muncii sunt:

- arată conexiunile reciproce dintre situaţiile demografice reale care stabileşte oferta de muncă, şi cele ale dezvoltării economico-sociale, care influenţează cererea de muncă;
- presupune dialogul permanent între angajator şi angajat, din punct de vedere cantitativ, calitativ şi structural. Ea facilitează întâlnirea între locurile de muncă disponibile şi lucrătorii disponibili, fiind principalul model de parteneri între patron şi angajat;
- este reglementată în cel mai înalt grad şi înregistrează cele mai multe influenţe din partea multor factori. Această trăsătură este dată de specificul muncii, dar şi de cerinţa de a i se asigura salariatului protecţie, şi de a controla competiţia loială cu ajutorul organizaţiilor sindicale. Piaţa muncii trebuie să prezinte reglementări structurate flexibil, care să conducă la o mai bună competitivitate, influenţând favorabil creşterea economică.
- arată modul prin care se asigură resursele de muncă pe niveluri de calificare, pe ramuri, sectoare şi profesii. Acest lucru se realizează prin intermediul tendinţei de egalizare a costurilor şi a veniturilor factorilor de producţie necesari activităţilor economice.

Oferta de muncă reprezintă resursele de muncă de care dispune societatea la un moment dat şi care se delimitează pe baza următoarelor criterii:

- salarizarea;
- posesia aptitudinilor fizice şi intelectuale necesare pentru o muncă;
- căutarea susţinută a unui loc de muncă;
- disponibilitatea unei persoane de a ocupa imediat un loc de muncă, de a presta un serviciu.

Cererea de muncă reprezintă "nevoia de muncă salarială ce se formează într-o economie de piaţă concurenţială la un moment dat sau pe o anumită perioadă, exprimată prin numărul locurilor de

muncă". Prin utilizarea disponibilităţilor de muncă existente în societate (populaţia aptă de muncă) se realizează satisfacerea nevoilor de muncă.

Pornind de la caracterul derivat al pieţei muncii, ameliorarea situaţiei din domeniul ocupării forţei de muncă poate fi soluţionată pe următoarele căi:

- **Stimularea creării a unor noi pieţe de bunuri şi servicii,** prin susţinerea reală a businessului mic şi mijlociu. Aceasta necesită un efort intelectual şi de ingeniozitate enorm din partea întreprinzătorilor, investiţii enorme, un mediu de afaceri favorabil, un management performant, precum şi o înţelegere corectă a problemei în cauză de către autorităţile în competenţa cărora se află politicile de ocupare a forţei de muncă.
- **Implementarea cercetărilor de marketing pe piaţa muncii,** în corelaţie cu consolidarea sistemului de orientare şi pregătire profesională. Cercetările de marketing pe piaţa muncii pot contribui esenţial la prevenirea unor schimbări pe piaţa muncii, astfel încât consecinţele negative ale acestora să fie minime.
- **Revitalizarea infrastructurii sociale şi diversificarea spectrului de ocupaţii din mediul rural.** Aceasta ar contribui la creşterea nivelului ocupării şi reducerea şomajului în mediul rural prin creşterea atractivităţii a înseşi localităţilor rurale. O asemenea sarcină poate fi realizată doar prin asigurarea unui mecanism viabil de atragere a investiţiilor publice şi private, interne şi externe în localităţile rurale, necesare pentru modernizarea infrastructurii sociale, crearea unor întreprinderi mic flexibile şi competitive şi, prin urmare, a unor locuri de muncă mai atractive.

3.2. Analiza şi dinamica macroeconomică

Macroeconomia studiază economia naţională, economia unei regiuni sau economiile unui grup de țări, de exemplu Zona Euro, în ansamblul său, în timp ce microeconomia studiază comportamentul agenţilor economici – consumatorii și producătorii – modul în care aceştia iau decizii, precum și modul în care interacționează pe diverse piețe.

Macroeconomia abordează economia naţională, economia unei zone, sau al unui grup de țări ca un sistem cibernetic complex în cadrul căruia se formează numeroase conexiuni directe şi inverse (en. feed-back). Conexiunile ce se formează în cadrul sistemului economic sunt generate de următoarele categorii de fluxuri:

- fluxuri de forță de muncă,

- fluxuri materiale,
- fluxuri financiare,
- fluxuri informaționale.

La fel ca şi în alte domenii ale cunoașterii şi practicii umane, macroeconomia face o distincție clară între variabilele (indicatorii) de tip flux şi cei de tip stoc. De exemplu, volumul investițiilor reprezintă o variabilă de tip flux, în timp ce capitalul fizic reprezintă o variabilă de tip stoc, alimentată de fluxul de investiții. De asemenea, PIB reprezintă o variabilă de tip flux, în timp ce avuţia naţională reprezintă o variabilă de tip stoc. Alte variabile de tip stoc sunt: populația totală, populația activă, capitalul uman, resursele naturale de diverse tipuri etc.

Majoritatea specialiștilor în domeniul macroeconomiei încep studiul unei economii cu analiza a trei indicatori fundamentali:

- mărimea PIB (outputul) şi ritmul său de creștere;
- rata şomajului;
- rata inflaţiei.

Analiza economică utilizează ca punct de plecare **date şi modele economice**.

Prin noţiunea de model vom înţelege un mod de reprezentare a realităţii prin care se efectuează o serie de ipoteze simplificatoare despre fenomenele şi procesele reale studiate şi prin care se descrie modul în care se înţelege fenomenul sau procesul respectiv.

Această reprezentare simplificată a realităţii – modelul – trebuie să surprindă însă elementele esenţiale ale fenomenului sau procesului analizat, pe de o parte, iar pe de altă parte, să nu fie prea complicat, astfel încât să permită o analiză coerentă şi eficientă.

Datele ce vor fi introduse în modele permit, pe de o parte, cuantificarea proceselor şi fenomenelor studiate, iar pe de altă parte, sunt utile în procesul testării modelelor elaborate. Din mulţimea datelor înregistrate este necesară extragerea şi determinarea datelor relevante pentru descrierea fenomenului şi includerea în modele doar a acestora, renunţându-se la cele nesemnificative.

Un model trebuie să aibă următoarele caracteristici:

- consistenţă logică: relaţiile dintre elementele modelului trebuie să surprindă aspectele esenţiale, fiind logice şi determinante în explicarea comportamentului sistemului real.
- validitate: va indica modul în care modelul surprinde realitatea. Un model care nu surprinde realitatea în mod corespunzător nu poate fi folosit în analize.
- simplitate: în cazul în care trebuie să se decidă între două modele care descriu realitatea

- în mod asemănător, criteriul după care se va alege unul dintre modele pentru analize este
- simplitatea acestuia.

Pentru a verifica validitatea modelelor elaborate este necesară utilizarea datelor economice, precum şi evidenţierea celor mai importante influenţe.

Economia nu este o ştiinţă experimentală, deoarece fenomenele economice nu pot fi separate din context, din viaţa reală, pentru a se analiza separat reacţiile la diverşi stimuli. În acest context este posibil să urmărim şi să înregistrăm variaţia variabilelor economice implicate în model fără a interveni în mod decisiv în evoluţia acestora sau să păstrăm constante anumite variabile.

Dintre **problemele macroeconomice**, cele mai importante sunt:

- asigurarea echilibrului între cererea globală (agregată) şi oferta globală (agregată);
- problema ocupării depline a resurselor de muncă – aceasta presupune asigurarea manifestării dintre cererea şi oferta de muncă şi acordării unei importanţe deosebite factorului muncă;
- asigurarea economiei naţionale cu monedă, în cantităţile şi structurile cerute de mersul normal al fluxurilor economice reale (moneda este prin definiţie naţională, iar funcţionarea ei este în interesul tuturor participanţilor la viaţa economică);
- orice politică economică guvernamentală are componentele sale bugetare şi fiscale, prin această politică realizându-se totalitatea funcţiilor economice ale statului;
- asigurarea pe termen mediu a unei balanţe comerciale şi a unei balanţe de plăţi echilibrate, acest lucru reflectând participarea la fluxurile economice externe;
- integrarea problemelor macroeconomice în strategii globale de creştere şi dezvoltareț

Dinamica indicilor macroeconomici se realizează pentru a stabili proporțiile și corelațiile care există între aceștia, dar și modul în care evoluează și perspectiva de a se menține macrostabilitatea sau de a se produce o alunecare într-o direcție sau alta.

Analiza în dinamică se face pentru indicatorii macroeconomici în întregul lor, dar și analiza elementelor structurale, pentru a se constata modul în care acestea contribuie, de la o perioadă de timp la alta, la menținerea macrostabilității.

Totodată, analiza economică are în vedere, efectuarea de comparații în spațiu, deci între diferite economii naționale. Deși este vorba, în esență, de a efectua comparații internaționale ale nivelului de producție și ale venitului în termeni de volum, nivelul prețului prezintă, de asemenea, interes.

Diferențele de valori observate între agregatele economice ale unui grup de țări trebuie astfel descompuse, încât să permită separarea diferențelor de volum și de preț.

Toate comparațiile de fl uxuri sau de stocuri în timp impun atribuirea unei importanțe egale, unei măsuri adecvate evoluției prețurilor și evoluției în volum. Pe termen scurt, mai ales în condiții de infl ație moderată, observarea variațiilor de preț prezintă un interes mai scăzut decât măsurarea volumului cererii și ofertei. Pe termen lung, studiile de dezvoltare economică nu pot face abstracție de evoluția prețurilor referitoare la diferite categorii de bunuri și servicii.

Studiile în dinamică sunt necesare pentru a putea aprecia trendul de evoluție viitoare pe baza modului în care agregatele din structura indicatorilor macroeconomici de rezultate au evoluat, precum și a modului în care apar unele modifi cări ale unor agregate datorită altor elemente de infl uență și pot să aibă un efect negativ asupra destructurării economiei și în special asupra afectării macrostabilității.

3.3. Analize privind evoluţia economiei

Noţiunea de creştere economică a fost introdusă după anul 1939, iar primele încercări de întocmire a unui sistem teoretic încep în anii '30, când criza economică a deplasat preocupările economiştilor de la analiza microeconomică spre analiza problemelor macroeconomice, pentru a găsi factorii creşterii economice pe termen lung şi, totodată, soluţii pentru politicile economice ale
ţărilor cu economie de piaţă.

Pentru a exista creştere, nu trebuie doar ca producţia să crească, ci şi ca mişcarea ascendentă să fie durabilă şi nu întâmplătoare. Creşterea economică desemnează un fenomen pe termen lung, o mişcare ascendentă a unor mărimi macroeconomice (creşterea PIB, a venitului naţional etc.) pe o perioadă îndelungată. Scăderea temporară a producţiei nu înseamnă oprirea creşterii; în special recesiunile sunt deci parte integrantă a creşterii economice. Prin urmare,
creşterea economică include atât expansiunea, cât şi recesiunea din mai multe cicluri economice succesive.

În sens restrâns, creşterea economică constă în sporirea cantitativă a activităţilor şi rezultatelor acestora pe ansamblul economiei şi pe diferitele ei subsisteme, în strânsă legătură cu factorii ce contribuie la această sporire.

Indicatorii de exprimare a creşterii economice indică rezultatele economice (în principal PIB şi PNB). Economiştii măsoară creşterea producţiei sau a producţiei pe cap de locuitor dintr-o ţară pe o perioadă de 10 sau 20 de ani. Astfel se elimină oscilaţiile temporare reprezentate de recesiuni şi perioadele de

expansiune economică, ceea ce ajută la formarea unei imagini mai bune asupra evoluţiei pe termen lung.

Factorul timp implică relevarea a cel puţin două aspecte referitoare la creşterea economică: pe de-o parte durata perioadei în care se realizează creşterea economică şi, pe de altă parte, evoluţia indicatoriilor macroeconomici şi populaţia totală în cadrul orizontului de timp luat în considerare.

După criteriul sensului în care evoluează producţia reală pe locuitor şi finalitatea acesteia, în decursul unei perioade, creşterea economică poate fi:

- negativă sau descreştere economică, dacă producţia pe locuitor, în expresie fizică sau reală scade, înrăutăţind bunăstarea;
- staţionară când producţia reală pe locuitor nu se modifică (se mai numeşte creştere economică zero);
- echilibrată (sănătoasă sau reală) când producţia fizică de bunuri pe locuitor se măreşte potrivit nevoii, contribuind la bunăstarea generală;
- dezvoltare economică durabilă presupune creşterea economică pozitivă (nu negativă sau zero), în consonanţă cu cerinţele echilibrului ecologic şi cu întreaga dezvoltare umană, avându-se în vedere toate aspectele ce ţin de domeniul uman: cultură, ştiinţă, civilizaţie etc.

Economia dezvoltării este o ramură a economiei care analizează aspectele economice ale țărilor în curs de dezvoltare din punct de vedere al veniturilor. Acest tip de economie se concentrează nu numai pe metodele de promovare a dezvoltării economice, a creșterii economice și schimbărilor structurale, dar și pe creșterea potențialului pentru întreaga populație (de exemplu, prin servicii de sănătate, educație și condiții la locul de muncă, prin mijloace publice sau private).

Economia dezvoltării implică crearea teoriilor și metodelor care ajută la crearea politicilor și practicilor care pot fi implementate atât la nivel național, cât și internațional. Aceasta poate implica restructurarea stimulentelor pieței sau utilizarea metodelor matematice, cum ar fi optimizarea intertemporală în scopul analizei proiectelor, sau poate implica o multitudine de metode cantitative și calitative. Subiectele comune includ teoria creșterii, sărăcia și inegalitatea, capitalul uman și instituțiile.

Spre deosebire de multe alte ramuri ale economiei, abordările din economia dezvoltării pot include factori sociali și politici pentru a concepe planuri specifice. De asemenea, comparativ cu alte ramuri, nu există un consens cu privire la ceea ce ar trebui să știe cercetătorii. Diferite abordări pot lua în considerare factorii care contribuie la convergența sau neconvergența economică între gospodării, regiuni și țări.

3.4. Analize privind sectoarele economice

Sectoarele economice reprezintă o clasificare clasică a activității economice ale unui stat (sau teritoriu) care împarte economia în trei sectoare:

- Sectorul primar: se ocupă cu extragerea și producția de materii prime, precum porumbul, cărbunele, lemnul sau fierul. Minerii, agricultorii și pescarii sunt lucrători în sectorul primar.
- Sectorul secundar: se ocupă cu transformarea materiilor prime și intermediare în produse finite, de exemplu, oțelul în automobile sau textilele în îmbrăcăminte. Constructorii și croitorii își desfășoară activitatea în sectorul secundar.
- Sectorul terțiar: se ocupă cu furnizarea de servicii către consumatori și afaceri, cum ar fi servicii de îngrijire a copiilor, cinematografe sau servicii bancare. Comercianții și contabilii activează în sectorul terțiar.

În secolul al XXI-lea, începe a se face distingerea că, dintre acele servicii clasificate inițial ca terțiare, unele pot fi disjunse ca parte a unui nou sector; cuaternar (de exemplu, activitățile legate de cercetare). În unele studii făcute asupra acestui subiect se menționează chiar și un al cincilea sector (quinario), dar definiția oscilează între aceea de al considera ca servicii ale sectoarelor celor mai concentrate ale economiei și cele de administrare (de management de nivel înalt, de exemplu) și, pe de altă parte, conectându-l cu economia domestică și cu reproducerea forței de muncă.

Astfel, în ultimii ani, avându-se în vedere și faptul că prin activitatea sa nu are doar incidență politică, ci, că de asemenea provoacă o creștere a volumului economic, câștigă relevanță acea parte a celui de-al treilea sector, care este formată din ansamblul întregesutelor entități asociative (organizații non-guvernamentale).

Sectoare de ocupare a forței de muncă

Sectoarele cele mai strict economice se sub-divid în funcție de diverse criterii: Cele patru sectoare de producție care sunt, de asemenea, numite sectoare de ocupare (a forțelor de muncă), care, la rândul lor, pot fi subdivizate în sectoare parțiale, pe domenii de activitate:

Sectorul primar: cel care obține produse direct din natură, materii prime, creații, etc

- sectorul zootehnic
- sectorul de pescuit (de râuri sau maritim)
- sectorul minier (minele și exploatările de suprafață)
- sectorul forestier

Sectorul secundar: transformarea materiilor prime în produse finite sau semi-finite.

- sectorul industrial
- sectorul energetic
- sectorul minier (de asemenea, considerat ca făcând parte din sectorul secundar, deoarece din domeniul mineritului se pot crea diferite produse).
- sectorul de construcții.

Sectorul terțiar este considerat ca sectorul de servicii, deoarece nu produce bunuri concrete, ci servicii.

- sectorul de transport
- sectorul comunicațiilor
- sectorul comercial
- sectorul turismului
- sectorul de sănătate
- sectorul educației
- sectorul financiar
- sectorul administrației

Sectorul cuaternar, produce servicii de înaltă calitate intelectuală, cum ar fi cercetare, dezvoltare, inovare, informare.

Cele trei sectoare care fac referință la proprietatea asupra mijloacelor de producție:

1. sectorul privat (proprietate privată)
2. sectorul public (proprietate mixtă)
3. sectorul terțiar, cunoscut de asemenea sub numele de economia socială sau de sector cooperativist.
4. sectorul cuaternar este o parte a economiei care se bazează pe cunoaștere (pe știință) și care cuprinde servicii imposibil de mecanizat (precum generarea și inter-schimbarea de informație, tehnologia informației, consultanta, planificarea financiara, educația, cercetarea si dezvoltarea, etc.
5. sectorul chinar, un termen mai puțin cunoscut, dar care se referă la serviciile culturale și de recreere.

Un sector este împărțit în sub-sectoare

Un sub-sector este împărțit în ramuri de activitate

Într-o ramura de activitate există diverse activități

Exemplu: MĂCELARIE

Sector: comercial

Sub-sector: comerț cu amănuntul

Ramura de activitate: comerț cu amănuntul de produse perisabile.

Activitate: vânzare de produse de măcelărie

Interdependența sectoarelor

Într-o economie complexă și globalizată, sectoarele nu funcționează în izolare. Ele sunt strâns legate și interdependente, fiecare având un impact asupra celorlalte. Asemenea unui ceas bine construit, fiecare piesă (sau sector) joacă un rol esențial în funcționarea corectă a întregului mecanism, după cum urmează:

- **Materii Prime și Producție**: Sectorul primar, care se ocupă de extragerea resurselor naturale, furnizează materiile prime necesare sectorului secundar. Fără agricultură, de exemplu, industria alimentară nu ar avea resursele necesare pentru producție.
- **Produse și Servicii**: Odată ce produsele sunt fabricate în sectorul secundar, acestea sunt adesea distribuite, vândute sau reparate prin intermediul sectorului terțiar. De exemplu, un telefon mobil produs (sector secundar) va fi vândut printr-un magazin de retail (sector terțiar).
- **Inovație și Cercetare**: Sectorul cuaternar, axat pe cunoaștere și informație, adesea alimentează inovația în alte sectoare. Cercetările din domeniul tehnologic pot duce la dezvoltarea de noi mașinării pentru sectorul primar sau secundar.
- **Cultura și Recreere**: Sectorul chinar joacă un rol esențial în promovarea și conservarea identității culturale a unei națiuni. Acesta poate influența turismul (sector terțiar) sau poate inspira designul produselor (sector secundar).

Efectul de domino în perioade de criză economică

Dacă un sector se confruntă cu o criză, efectele pot fi resimțite în toate celelalte sectoare. De exemplu, o secetă severă (afectând sectorul primar) poate duce la creșterea prețurilor alimentelor (influentând sectorul secundar) și poate reduce cheltuielile de consum (afectând sectorul terțiar).

Așa cum rotițele unui ceas lucrează împreună pentru a menține timpul corect, sectoarele economice sunt interconectate într-un proces complex de cerere și ofertă, inovație și producție.

Întelegerea acestei interdependențe este esențialaă pentru a anticipa schimbările economice și pentru a naviga cu succes în lumea investițiilor sectoriale.

Într-o lume economică care se dezvoltă într-un flux continuu, întelegerea sectoarelor economice este vitală. Aceste instrumente ne oferă o perspectivă clară asupra pieței, facilitând decizii informate și strategii adaptate. Ele constituie un compas esențial pentru orice investitor în economia globală.

3.5. Indicatori macroeconomici

Indicatorii economici reprezintă expresia numerică a laturii cantitative a fenomenelor și a proceselor economice în anumite condiții de spațiu și timp și permite evidențierea acestor fenomene și procese sub aspect cantitativ, structural și calitativ, ca și interdependențele dintre anumite subsisteme ale economiei naționale.

Activitățatile economice ce se desfășoară în cadrul unei economii naționale se concretizează într-o gamă variată de bunuri și servicii. Evaluarea acestora sub aspect fizic sau valoric se realizează cu ajutorul indicatorilor economici.

Principalii indicatori de rezultate macroeconomice sunt:

- Produsul Global Brut (PGB),
- Produsul Intern Brut (PIB),
- Produsul Intern Net (PIN)
- Produsul Național Brut (PNB),
- Produsul Naţional Net (PNN),
- Venitul Național (VN).

Aceste mărimi sunt totodată și mărimi sintetice, care, măsurând rezultatele integrale ale activității economice, ne formează o imagine de ansamblu privind locul pe care îl ocupa economia la un moment dat.

Produsul global brut (PGB), exprimă valoarea totală a bunurilor şi serviciilor obţinute, de obicei, într-un an. PGB cuprinde înregistrări repetate, deoarece include consumul intermediar (CI) dat de valoarea bunurilor şi serviciilor comerciale altele decât bunurile de capital fix, consumate în procesele curente de producţie şi care intră în componenţa noilor bunuri economice.

Produsul intern brut (PIB), exprimă mărimea valorii adăugate brute a bunurilor materiale şi serviciilor produse într-un an, în economia naţională de către agenţii economici autohtoni şi străini, şi aflate în ultimul stadiu al circuitului economic. PIB secalculează prin aplicarea celor trei metode care să ducă rezultate identice.

a. Metoda valorii adăugate brute, când PIB se determină fie ca diferenţă între valoarea globală a bunurilor şi serviciilor produse într-un an şi consumul intermediar, fie ca sumă a valorii adăugate brute obţinute în fiecare sector:

   PIB = PGB – CI

   PIB = ∑ VAB

b. Metoda cheltuielilor, când PIB se calculează ca sumă a valorii tuturor cheltuielilor efectuate într-un an, conform relaţiei:

   PIB = CF + FBCF ± ΔS ± (E - I) unde

   CF = consumul final (privat şi guvernamental);

   E- I = exportul net;

   FBCF = formarea brută a capitalului fix;

   ΔS = variaţia stocurilor,

   E = exporturi;

   I = importuri

c. Metoda repartiţiei veniturilor, când PIB se calculează ca sumă a salariului, dobânzii, rentei, profitului, amortizării şi taxelor indirecte.

   PIB = S + D + R + PR + A + Ti

Produsul intern net (PIN), reflectă mărimea valorii adăugate nete a bunurilor economice destinate consumului final, produse în interiorul unei ţări de către agenţii economici autohtoni şi străini într-un an şi se calculează ca diferenţă între PIB şi amortizare (A).

PIN = PIB – A

Produsul naţional brut (PNB), exprimă veniturile obţinute într-un an de agenţii economici nationali care acţionează în interiorul ţării şi în afara acesteia şi care revine rezidenţilor. Este cel mai cuprinzător indicator de măsurare a producţiei totale de bunuri şi servicii şi se calculează:

- ca sumă valorică a consumului final de bunuri şi servicii determinată la preţul pieţei, revenit rezidenţilor;
- ca sumă a tuturor câştigurilor brute obţinute prin utilizarea factorilor de producţie (salariu, dobândă, rentă şi profit) şi reprezintă costul intrărilor necesare obţinerii produselor finale;
- prin corectarea PIB, calculat la preţurile pieţei cu soldul (±) valorii adăugate brute realizate de agenţii economici naţionali în străinătate şi cea obţinută de agenţii economici străini din ţară, exprimată în preţurile pieţei (SVABpp), folosind relaţia:

PNBpp= PIBpp ± SVABpp

PNB exprimă rezultatele activităţii agenţilor economici ai unei ţări, indiferent dacă aceştia îşi desfăşoară activitatea în graniţele teritoriului naţional sau în afara acestora.

La calcularea PNB nu se iau în considerare bunurile intermediare produse, necesare pentru realizarea altor bunuri (producţia neterminată).

Atunci când calculul se face pe baza preţurilor curente anuale se determină PNB nominal (PNBn), iar când se face pe baza preţurilor comparabile faţă de un an, se determină PNB real (PNBr).

Raportul dintre PNB nominal şi PNB real este denumit deflatorul PNB (d), prin care se măsoară modificările survenite în nivelul preţurilor sau în puterea de cumpărare a banilor, calculat conform relaţiei:

d=PNBn/PNBr

Produsul naţional net (PNN), exprimă mărimea valorii adăugate nete a bunurilor şi serviciilor finale obţinute de agenţii economici autohtoni, care activează în interiorul ţării şi în afara acesteia; se calculează anual, ca diferenţă între PNB şi amortizare.

PNN=PNB-A

Venitul naţional (VN), reprezintă PNB exprimat în preţurile factorilor de producţie. PNB evaluat la preţurile factorilor de producţie, mai poartă denumirea de venit naţional brut (VNb) şi se determină conform relaţiilor:

VN= PNBpf= PNNpp – A – Iin

Impozitele indirecte nete se calculează astfel:

Iin= Iib - Se unde:

Se - subvenţii de exploatare;

A – amortizarea; Iin - impozite indirecte nete;

Iib - impozite indirecte brute.

3.6. Inflația: cauze, evoluție, impact în previziuni şi factori de actualizare

Ce este inflația?

Inflația este un dezechilibru major prezent în economia oricărei țări, reprezentat de o creștere generalizată a prețurilor și de scăderea simultană a puterii de cumpărare a monedei naționale.

Într-o economie de piață, prețurile bunurilor și serviciilor se pot modifica oricând. Unele prețuri cresc, altele scad. Inflația se manifestă atunci când se înregistrează o creștere generalizată a prețurilor

bunurilor și serviciilor, nu doar ale unor articole specifice, ceea ce înseamnă că astăzi poți cumpăra cu un euro mai puțin decât ai putut cumpăra ieri. Cu alte cuvinte, inflația reduce valoarea monedei în timp.

La calcularea creșterii medii a prețurilor, se alocă o pondere mai mare prețurilor produselor pentru care cheltuim mai mult, cum ar fi electricitatea, decât celor ale produselor pentru care cheltuim mai puțin, cum ar fi zahărul sau timbrele poștale.

Principalele cauze ale inflației sunt:

- inflație prin monedă - emisiunea excesivă de monedă peste oferta reală de bunuri și servicii;
- inflație prin cerere - excedentul de cerere agregată peste oferta agregată;
- inflație prin costuri - creșterea costurilor de producție, independent de cererea agregată;
- inflația importată;
- inflația prin structuri.

Formele inflației sunt:

- inflația târâtoare (sau liniștită), se referă la creșterea treptată și continuă a prețurilor de până la 3%. Termenul a fost propus de către Franklyn Holzman, profesor la universitatea Tufts, în 1959;
- inflația moderată, reprezintă creșterea anuală a prețurilor cu 15-30%. Definiția inflației moderate a fost propusă de către Rudiger Dornbusch, profesor la MIT și Stanley Fischer, primul vice-director executiv al FMI, în 1993;
- criza inflaționistă, reprezintă acea perioadă de timp, de cel puțin doi ani, pe parcursul căreia rata anuală a inflației depășește 40%. Definiția crizei inflaționiste a fost propusă de către Michael Bruno și William Easterly, economiști la Banca Mondială, în 1998;
- inflația rapidă, când ritmul anual de creștere a prețurilor se apropie de 10%;
- inflația galopantă, când creșterea prețurilor depășește 10% anual;
- hiperinflația, reprezintă creșterea prețurilor de peste 50% pe lună. Definiția hiperinflației a fost formulată pentru prima dată de către Phillip Cagan, profesor la Universitatea Columbia, în 1956. Hiperinflația începe în luna în care creșterea prețurilor depășește 50% și se termină, dacă rata creșterii prețurilor scade sub 50% și timp de un an se menține sub acest nivel. După alți autori, hiperinflația presupune o rată medie anuală de 1.000% și peste acest nivel.

Măsurarea inflației

- **În mărime absolută**. Excedentul de masă monetară peste oferta reală de mărfuri, care dă naștere la un surplus de cerere absolută nominală ce se traduce prin majorări ale prețurilor efective;
- **În expresie relativă**. Este raportul între excedentul sau surplusul de monedă (respectiv, de cerere)și oferta reală de bunuri și servicii, în economie, căruia îi corespunde o anumită majorare a prețurilor.
    - Indicele general al prețurilor IGP;
    - Indicele prețurilor de consum;
    - Indicele puterii de cumpărare a banilor IPCB.

Calculul inflație

La calcularea inflației, sunt luate în considerare toate bunurile și serviciile care intră în consumul gospodăriilor populației, inclusiv:

- articole zilnice (precum alimentele, ziarele și benzina);
- bunuri de folosință îndelungată (de exemplu, îmbrăcămintea, calculatoarele personale și mașinile de spălat);
- servicii (cum ar fi coaforul, asigurările și închirierea de locuințe).

Toate bunurile și serviciile consumate de gospodăriile populației pe parcursul anului sunt reprezentate într-un „coș" de produse. Fiecare produs din acest coș are un preț, care poate varia în timp. Rata anuală a inflației este dată de prețul coșului integral într-o anumită lună comparat cu prețul acestuia în aceeași lună a anului precedent.

Calculul indicelui inflaţiei de bază

Calculul acestui indicator permite o cunoaştere mai bună a proceselor inflaţioniste din economia naţională şi contribuie la perceperea şi urmărirea acţiunilor de politică monetară.

Indicele inflaţiei de bază este măsura ce reflectă sursele persistente ale presiunilor inflaţioniste care permite de a percepe trendul inflaţiei în cazul când efectele influenţelor temporare şi tranzitorii sunt eliminate. Calculul acestui indice se efectuează prin diferite metode, însă în contextul metodologiei date, la momentul de faţă, vom examina doar indicele inflaţiei de bază obţinut prin eliminarea din inflaţia totală (în cazul nostru indicele preţurilor de consum) a efectelor unor şocuri tranzitorii de genul modificărilor intervenite în urma schimbării preţurilor şi tarifelor la bunuri şi servicii cu preţuri reglementate, a condiţiilor climaterice nefavorabile care au afectat oferta de produse alimentare, modificărilor de preţ la unele produse sezoniere şi a variaţiilor preţurilor internaţionale la combustibili.

Acest indicator va fi calculat prin metoda excluderii (ajustare prin excludere), ceea ce implică schimbarea componenţei de produse şi servicii din Indicele Preţurilor de Consum prin eliminarea unor categorii de bunuri şi servicii din coşul IPC, preţurile cărora sunt evident volatile. Prin excluderea acestor bunuri şi servicii indicele modificat ar trebui să fie mai puţin variabil decât indicele IPC total. Deşi metoda în cauză prezintă mai multe lacune şi dezavantaje (precum incapacitatea de a reflecta schimbarea tehnologiilor şi tendinţelor pe pieţele internaţionale, reduce reprezentanţa bunurilor şi serviciilor incluse în comparaţie cu IPC, etc.) ea este mai uşor de înţeles de către publicul larg şi relativ simplă de realizat.

Noţiuni utilizate

- Inflaţia, creşterea nivelului general al preţurilor, măsurată de regulă prin intermediul IPC.
- Indicele preţurilor de consum (IPC), este un indicator de evaluare, care caracterizează şi furnizează o estimare a evoluţiei de ansamblu a preţurilor la mărfurile cumpărate şi a tarifelor la serviciile utilizate de către populaţie pentru satisfacerea necesităţilor de trai într-o anumită perioadă (denumită perioadă curentă) faţă de o perioadă fixă (denumită perioadă de bază).

Calculul IPC se efectuează de către Biroul Naţional de Statistică, în baza datelor cercetării preţurilor la mărfuri şi servicii, precum şi a structurii cheltuielilor gospodăriilor populaţiei. În calculul acestui indice se iau în considerare numai elementele care intră în consumul populaţiei (excluzând autoconsumul de bunuri şi servicii din producţia proprie a gospodăriei familiale; cheltuielile în formă de impozite, taxe, amenzi, dobânzi plătite la credite, rate de asigurare şi altele).

Nomenclatorul produselor alimentare, nealimentare şi al serviciilor, pentru care se înregistrează preţurile şi tarifele, include mărfurile şi serviciile cu cea mai mare pondere în cheltuielile de consum ale populaţiei, astfel încât schimbarea preţurilor acestora să reflecte evoluţia preţurilor grupei din care ele fac parte.

- Preţuri la produse alimentare şi băuturi, preţuri la produse alimentare şi băuturi nealcoolice şi alcoolice.
- Preţuri reglementate, preţuri la produse şi serviciile care în mod direct sau indirect sunt reglementate de autorităţile administraţiei publice centrale şi locale.

Aceste preţuri se stabilesc şi se ajustează cu avizul autorităţilor competente.

- Preţuri la combustibili, preţuri la combustibili, inclusiv: gaz, cărbune de pământ, carburanţi, sunt reglementate de autorităţile competente din fiecare țară.

- Total IPC exclusiv produse alimentare şi băuturi, măsură a indicelui inflaţiei de bază care exclude produsele alimentare şi băuturi. Indicatorul se obţine eliminând din IPC preţurile la produsele alimentare şi băuturi.
- Total IPC exclusiv produse şi servicii cu preţuri reglementate, măsură a indicelui inflaţiei de bază care exclude bunurile şi serviciile cu preţuri reglementate.Indicatorul se obţine eliminând din IPC bunurile şi serviciile cu preţurile reglementate.
- Total IPC exclusiv combustibili, măsură a indicelui inflaţiei de bază care exclude preţurile la combustibili. Indicatorul se obţine eliminând din IPC preţurile la combustibili conform.
- Total IPC exclusiv produse alimentare şi băuturi, combustibili, produse şi servicii cu preţuri reglementate, măsură a indicelui inflaţiei de bază care exclude bunurile şi serviciile cu preţuri volatile. Indicatorul se obţine eliminând din IPC preţurile bunurilor şi serviciilor incluse în anexele stabilite de autoritățile competente.
- Metoda excluderii, constă în excluderea din IPC a unor categorii sau a unui grup întreg de mărfuri şi servicii, preţul cărora tradiţional este foarte sensibil la diferite şocuri.

Indicele inflaţiei de bază este calculat utilizând metoda excluderii cu media ponderată, conform ecuaţiei următoare:

$$IIB = \frac{\sum_{i=1}^{n} p_i * ip_i - \sum_{j=1}^{m} p_j^{ex} * ip_j^{ex}}{\sum_{i=1}^{n} p_i - \sum_{j=1}^{m} p_j^{ex}}$$

unde:

IIB- indicele inflaţiei de bază;

pi- ponderea unui bun sau serviciu din coşul IPC;

ipi- indicele preţului unui bun sau serviciu din coşul IPC;

pexj- ponderea unui bun sau serviciu exclus din coşul IPC;

ipexj- indicele preţului unui bun sau serviciu exclus din coşul IPC;

i- bunurile şi serviciile care intră în coşul IPC;

j- bunurile şi serviciile care se exclud din coşul IPC la calculul IIB;

n- numărul bunurilor şi serviciilor care intră în coşul IPC;

m- numărul bunurilor şi serviciilor care se exclud din coşul IPC la calculul

Inflaţia de bază este calculată conform ecuaţiei următoare:

IB = IIB*100-100

unde:

IB – inflaţia de bază;

IIB – indicele inflaţiei de bază;Măsuri de prevenire a inflației

Măsuri de prevenire a inflației

Măsuri de reducere a excesului de cerere agregată:

- politică monetară riguroasă, de natură să evite excedentul de monedă în economie;
- politica bugetară a statului, orientată spre reducerea deficitului bugetar, spre menținerea la un nivel a cheltuielilor publice, în perioada respectivă, și spre ridicarea, în anumite limite, a nivelului impozitelor și taxelor, care să frâneze creșterea cererii și a prețurilor;
- politica dobânzilor la creditele acordate, prin care să nu se ajungă la o micșorare artificială a ratei dobânzii și la ieftinirea creditului;

Măsuri de stimulare a creșterii ofertei:

- politică de salarizare corelată cu rezultatele economice obținute prin muncă, prin care să se evite creșterea costurilor medii;
- creșterea capacității de adaptare a aparatului de producție la cerințele pieței;
- stimularea extinderii potențialului de producție, prin investiții de capital în mijloacele de producție performante, prin forța de muncă într-o structură de calificare nouă, inovații, prin creșterea productivității factorilor de producție.

Consecințele inflației:

- scăderea puterii de cumpărare a populației;
- redistribuirea veniturilor și avuției;
- stimularea înclinației spre consum și descurajarea înclinației spre economisire;
- avantajarea debitorilor (în moneda națională);
- rata inflației care influențează rata dobânzii.

Consecințele inflației pe care le suportă populația, viața social-economică în ansamblul ei sunt cunoscute sub denumirea de cost al inflației.

Inflația este un fenomen prin care cantitatea de bunuri și servicii achiziționate cu aceeași unitate monetară scade. Inflația este resimțită în mod diferit de fiecare individ, având efecte care variază în funcție de tip și intensitate, precum și de felul în care guvernul controlează situația.

Inflatia este prezentă în economia fiecărei țări. Având în vedere faptul ca este un aspect imposibil de neglijat, e necesar să fie identificate aspectele pozitive ale acesteia și modalitățile prin care pot fi generate rezultate pozitive. În afară de faptul că putem crea un scut de protecție impotriva inflației, putem să ne și folosim de ea într-un mod constructiv.

Din punct de vedere investițional, poate fi privită ca o taxă, pe care chiar dacă nu o plătim propriu-zis, ea ne erodează randamentul real al investițiilor. Fiind imposibil de evitat, este important să înțelegem ce înseamnă și ce strategie investițională trebuie urmată în perioadele inflaționiste.

Oportunități în vreme de inflație

Inflația poate fi privită ca pe o oportunitate de creștere, pentru investitori. Companiile care au puterea de a transfera costul de producție în prețul final al produselor vândute, sunt cele care beneficiază de pe urma mediului inflaționist. În fond, investiţtiile sunt o modalitate de a te proteja în fața inflației.

Ce efect are inflația asupra investițiilor

Creșterea prețurilor bunurilor de pe piață este o oportunitate de investiție. Investițiile în acțiuni pe pieţele financiare ajută investorii să beneficieze de pe urma creţsterilor prețurilor. Anumite companii pot percepe prețuri mai mari, în acest fel, crescându-și marjele de profit. Creșterea prețului trebuie să fie direct proporționala cu creșterea costului de producție sau mai rapidă decât acesta, pentru a evita expunerea companiei în fața unui risc financiar major.

De ce e bine sa investim pentru a ne proteja de inflație?

În elaborarea strategiilor de acțiune, investitorii iau în calcul inflația și efectele sale. Efectele negative pot fi mai mult sau mai puțin dăunatoare, totul depinzând de abilitatea companiei de a transfera efectul negativ al creșterii costului de producție în prețul final.

Deși inflația poate fi văzută ca pe o amenințare de către unii investitori, cu puțină atenție și strategie, te poți proteja de efectele sale. Portofoliile investitorilor își schimbă componența în funcție de evoluția economică, în perioadele inflaționiste fiind observate investiții în companii cu expunere preponderent în mărfuri și imobiliare.(ex: OMV Petrom (SNP), Alro (ALR), One United Properties (ONE) , Impact Developer & Contractor (IMP) sau în aur.)

Bursa înregistrează fluctuații, iar lipsa de experiență poate duce la pierderi. De aceea, este recomandat să apelezi la serviciile unui specialist care cunoaște piața și care dispune de timpul necesar pentru a-i urmări evoluția și a lua decizii la momentul potrivit.

3.7. Ciclurile economice/de afaceri

Ciclul de afaceri, cunoscut și ca ciclul economic sau ciclul comercial, este mișcarea descendentă și ascendentă a produsului intern brut (PIB) în jurul tendinței sale de creștere pe termen lung.

Ciclul economic este perioada cuprinsă între alternanța succesivă a fazelor de diminuare și de creștere a activității economice. Activitățile economice nu evoluează uniform, lunar, ci cunosc anumite fluctuații.

Fluctuațiile activității economice sunt:

- sezoniere: datorate unor cauze naturale, previzibile (ex. în agricultură)
- accidentale: datorate unor factori aleatorii (ex. cataclisme, inundații, cutremure, razboaie)
- ciclice: datorate unor factori interni proprii activității economice și care se repetă la anumite intervale de timp fară a putea fi încadrate în niște termene exacte, riguroase.

Raportarea în timp util și analiza meticuloasă a acestor cicluri servesc drept piatră de temelie pentru luarea deciziilor de către factorii de decizie politică. De asemenea, acestea înarmează investitorii cu informații importante în ceea ce privește sănătatea economică a unei națiuni.

Etapele ciclurilor economice

Conform statisticilor istorice, economiile urmează adesea un tipar previzibil, marcat de rate de creștere variabile și recesiuni sporadice.

Expansiunea, vârful, recesiunea și depresiunea sunt cele patru etape diferite ale ciclului economic.

Expansiunea, faza de expansiune a unui ciclu economic este o perioadă de vigoare și vitalitate economică. PIB-ul înregistrează o creștere robustă care se aliniază armonios cu inflația, ceea ce indică un peisaj economic înfloritor. În timpul acestei faze, afacerile prosperă, rata șomajului se prăbușește, iar încrederea consumatorilor crește vertiginos.

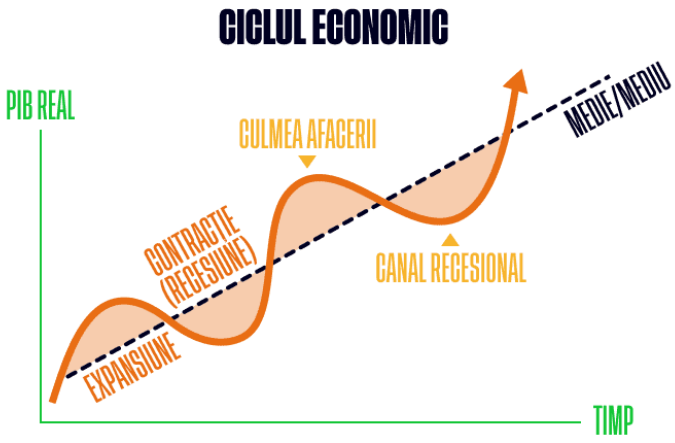
Vârful, pe măsură ce ciclul economic atinge apogeul, apar semnele de supraîncălzire. Creșterea PIB-ului încetinește, în timp ce ratele inflației urcă, determinând băncile centrale să înăspreasca politica monetară. Această etapă prezintă oportunități, însă profilul de risc sporit îndeamnă investitorii să acționeze cu prudență.

Recesiunea marchează faza descendentă a ciclului, în care contracția economică este caracterizată de o creștere negativă a PIB-ului. Reducerea forței de muncă și diminuarea cheltuielilor de consum devin predominante, ceea ce duce la diminuarea profitabilității corporative. În acest climat, investițiile se confruntă cu dificultăți.

Depresiunea este punctul cel mai de jos al ciclului economic și marchează ieșirea din adâncurile recesiunii. Creșterea PIB-ului începe o ascensiune treptată, iar încrederea consumatorilor și a întreprinderilor începe să se reaprindă. Este o perioadă de convalescență pentru economie, lăsând să se întrevadă potențialul viitor de creștere.

În general, două trimestre consecutive de creștere a PIB-ului tind să anunțe începutul fazei de expansiune. De asemenea, două trimestre consecutive de scădere a PIB-ului anunță începutul unei recesiuni.

Ciclurile de piață înglobează modelele ritmice observate pe piețele financiare, în special în ceea ce privește prețurile acțiunilor. Deși au puncte comune cu ciclurile economice, ciclurile de piață își restrâng atenția, concentrându-se pe oscilațiile prețurilor activelor.



Care sunt etapele ciclurilor de piață?

O înțelegere profundă a etapelor ciclurilor de piață este esențială pentru investitorii care doresc să navigheze în ape riscante. Studiind meticulos aceste modele, investitorii pot învăța să le identifice, să prezică schimbările de tendință și să profite de oportunitățile din timpul fazelor de tranziție.

Acumulare

În faza de acumulare, investitorii adună active înainte ca prețurile să cunoască o apreciere semnificativă. Ei execută cu pricepere această strategie fără a declanșa creșteri substanțiale ale prețurilor, menținând echilibrul dintre cerere și ofertă.

Majorare

Faza de majorare anunță o tendință de creștere a prețurilor activelor. Investitorii de retail intră frecvent pe piață în această fază, ceea ce urcă și mai mult prețurile. În această etapă există posibilitatea obținerii unor câștiguri semnificative, atrăgând atenția investitorilor care caută să profite de această tendință.

Distribuție

Pe măsură ce se derulează faza de distribuție, investitorii experimentați pot începe să culeagă eventualele profituri. Aceștia renunță la anumite active pentru a evita scăderile abrupte ale prețurilor, ceea ce duce adesea la o consolidare a prețurilor într-un interval de tranzacționare laterală.

Declin

Faza de declin semnifică începutul unei tendințe descendente a prețurilor activelor. Aceasta poate fi denumită și faza de scădere a cotațiilor, marcată de o presiune crescândă a vânzărilor, deoarece investitorii reacționează la deteriorarea condițiilor de piață.

O înțelegere profundă a interacțiunii complexe dintre ciclurile economice și cele ale pieței este indispensabilă pentru investitori. În timp ce fluctuațiile pe termen scurt sunt invariabil influențate de condițiile economice de bază, capacitatea de a discerne poziția actuală în cadrul ciclului economic este primordială.

Prin exercitarea acestor cunoștințe și prin faptul că dețin o înțelegere profundă a ciclului de piață predominant, investitorii pot elabora strategii care să se alinieze perfect cu dinamica pieței în continuă evoluție.

Cum funcționează unele sectoare de acțiuni pe parcursul ciclului economic?

Un ciclu economic reflectă situația economiei pe durata a patru etape: expansiune, punct de maxim, contracție și punct de minim. În esență, tendințele sau schimbările ciclului pot fi determinate prin analizarea unor indicatori economici precum PIB-ul, rata dobânzii, gradul de ocupare a forței de muncă și rata inflației.

Fiecare etapă a ciclului economic are un anumit impact asupra acțiunilor și obligațiunilor, precum și asupra rezultatelor înregistrate de companii. Așadar, identificarea acestor perioade îi poate ajuta pe investitori să decidă când să investească sau să-și retragă capitalul și pentru ce categorie de active să opteze.

Sectoarele defensive

Activele defensive dau dovadă de stabilitate și tind să înregistreze rezultate bune indiferent de condițiile existente pe piață, fiind influențate într-o mică măsură de schimbările care au loc în cadrul unui ciclu economic. Includerea unor astfel de instrumente în portofoliu oferă acestuia stabilitate în perioadele de volatilitate.

Utilitățile, bunurile de consum și asistența medicală sunt încadrate în categoria sectoarelor defensive. Acestea oferă bunuri și servicii esențiale, pentru care cererea se menține la un nivel relativ constant indiferent de schimbările economice care au loc pe piață.

Așadar, se consideră că acțiunile companiilor care fac parte din sectoare defensive, cum ar fi Johnson & Johnson, Philip Morris International, Coca-Cola au risc mai mic decât alte acțiuni. Acestea ar putea ajuta la protejarea capitalului în timpul perioadelor de instabilitate ale pieței.

Sectoarele ciclice

Acțiunile ciclice sunt acțiuni al căror preț este influențat de schimbările macroeconomice sau sistematice ale economiei. Faptul că se află în strânsă legătură cu evoluția economiei, le face să fie mult mai volatile comparativ cu alte categorii de acțiuni, cum ar fi cele defensive, de exemplu.

Sectorul ciclic include acțiuni ale companiilor de consum discreționar precum Starbucks, Booking Holdings, Burberry Group. Când situația economiei nu este tocmai bună, cheltuielile pentru produsele și serviciile acestora sunt printre primele pe care consumatorii le reduc sau le exclud din buget.

Sectorul de tehnologie, include companii implicate în cercetarea, dezvoltarea, producția și distribuția de produse și servicii bazate pe tehnologie. Performanța acestora depinde, în mare parte, de capacitatea lor de a lansa pe piață produse sau servicii inovatoare în domenii precum software, hardware sau telecomunicații.

Acțiunile din sectorul de tehnologie sunt foarte sensibile la mișcările pieței, condițiile economice și tendințele industriei. De asemenea, evoluția lor este puternic influențată de previziunile privind veniturile și de potențialul de creștere al companiilor.

Sentimentul și tendințele consumatorilor sunt alți factori care influențează acțiunile de tehnologie. Capacitatea companiilor de a-și alinia produsele și serviciile cu preferințele consumatorilor și nivelul de adoptare al tehnologiei își pun amprenta asupra performanței pe care o înregistrează acest tip de acțiuni.

Ciclurile economice marchează, prin etapele lor, anumite repere pe care investitorii le pot folosi pentru a-și calibra strategia în funcție de contextul economic.

În perioadele de recesiune, valoarea acțiunilor tinde să scadă. Anumiți factori precum reducerea cheltuielilor de consum discreționar și diminuarea câștigurilor corporative, i-ar putea determina pe analiști să scadă previziunile privind câștigurile. Mai mult decât atât, este posibil ca incertitudinea care planează asupra pieței să se amplifice.

Pe de altă parte, în fazele de expansiune ale ciclului economic se întâmplă contrariul. Optimismul cu privire la câștigurile viitoare și perspectivele de creștere alimentează tendințele de mărire ale prețurilor acțiunilor.

Când o economie este în creștere, companiile măresc dividendele deoarece înregistrează rezultate mai bune. În schimb, în perioadele de recesiune sau de instabilitate economică, este posibil ca majoritatea companiilor să reducă sau chiar să suspende aceste plăți pentru a-și păstra rezerve de capital.

Decizia privind plata dividendelor aparține consiliului de administrație al unei companii, care evaluează stabilitatea financiară și fluxul de numerar al acesteia. Dividendele sunt o sursă de venit pentru mulți investitori, oferind o rentabilitate pentru investițiile pe care le dețin.

Ciclurile economice joacă un rol esențial în dinamica pieței de valori, dar durata fiecărei faze a acestora poate fi incertă și greu de estimat. Așadar, atunci când construiesc un portofoliu, investitorii trebuie să țină cont de obiectivele financiare, orizontul investițional necesar atingerii acestora și de toleranța la risc.

Companiile și investitorii trebuie să-și adapteze strategia pe parcursul ciclurilor economice, nu atât pentru a le controla, ci pentru a le face față și poate pentru a le valorifica. În acest sens, investitorii trebuie să își diversifice portofoliul, să rămână flexibili și să rețină că în lumea investițiilor nimic nu este sigur sau garantat.

3.8. Analiza mediului de afaceri ale diferitelor sectoare economice (diverse industrii, servicii, agricultura, construcţii etc.)

Mediul de afaceri se referă la condițiile în care firmele operează, implicând un număr mare de forțe ce acționează în acest mediu, și în baza cărora companiile își elaborează și dezvoltă strategiile, tacticile și activitățile de zi cu zi.

Analiza mediului de afaceri în care firmele își desfășoară activitatea începe cu investigarea factorilor ce influențează capacitatea acesteia de a se poziționa pe piață.

Tendințele politice, economice, tehnologice și socio-culturale influențează în mare măsură orice afacere. Deși unii antreprenori își concentrează atenția mai mult asupra mediului intern al companiei

și micromediului reprezentat de furnizorii externi, clienții sau concurența, macromediul joacă și el un rol important în succesul unui business. Managerii responsabili trebuie să cunoască foarte bine piața pe care își desfășoară activitatea ca să se adapteze și să implementeze strategii care să crească profitabilitatea firmei.

Factorii politici fac referire la intervenția guvernului în economie și influența acestuia asupra mediului de afaceri. De pildă, impactul taxelor percepute, al legislației în vigoare sau gradul de stabilitate politică au o importanță extraordinară pentru prosperitatea unei afaceri.

Orice exemplu de analiză investighează impozitele, legislația muncii, prețurile, legile de mediu, subvențiile pentru anumite domenii de activitate, relaxarea fiscală sau austeritatea. Mai pot fi luați în calcul și alți factori politici, precum reducerile de taxe, accizele din anumite sectoare, birocrația, restricțiile de comerț, schimbarea guvernării pe termen scurt, programele electorale, politicile legate de brevete, obligațiile agenților economici, corupția sau chiar regulamentul GDPR.

În anumite cazuri, factorii politici sunt esențiali atunci când o companie își analizează intrarea pe o piață dintr-o altă țară, pentru că trebuie să țină cont de stabilitatea politică a statului respectiv înainte să-și înceapă activitatea.

Criteriul economic vizează factorii economici permanenți, temporari la nivel național și temporari la nivel internațional. În prima categorie putem include factorii stabili în timp, ale căror modificări sunt minime, de exemplu rata de creștere a populației, disponibilitatea materiilor prime, nivelul salariilor sau dezvoltarea economică a regiunii.

Dacă vorbim de factorii temporari la nivel de țară, se va concentra asupra elementelor ce țin de situația statului în raport cu activitatea sa economică, precum ar fi situația balanței de plăți, PIB-ul, șomajul, inflația ori ratele dobânzilor prezente pe piață. În cazul factorilor temporari la nivel național, analiza mediului de marketing va ține seama de concurența dintre companiile din alte regiuni și nivelul protecționismului de piață.

Situația economică mondială poate afecta economia unei țări și, implicit, activitatea afacerilor din acea țară.

În categoria factorilor socio-culturali includem nivelul educațional, sănătatea oamenilor, gusturile, preferințele, valorile și credințele consumatorilor, stilul de viață, vârsta medie dintr-o zonă vizată, migrația sau noile forme de structură familială. Orice întreprindere va reuși doar dacă încearcă să-și adapteze produsele și serviciile în funcție de societate și schimbările care au loc în cadrul societății.

Noile tehnologii sunt relevante pentru orice afacere, întrucât oferă posibilități de proiectare a produselor, cu costuri minime. Tehnologia reprezintă cheia succesului pentru o afacere din zilele noastre, de aceea este important ca o analiză să țină cont de domeniul său de activitate, accesul la inovațiile tehnologice, cercetarea dintr-un anumit sector, automatizarea ori comunicațiile globale.
Schimbările tehnologice influențează costurile, calitatea și eficiența produselor sau serviciilor, iar cei care nu țin pasul cu ele sunt rapid depășiți de alții care reușesc să se adapteze la noile modele.
Trebuie să fie făcută distincția între factorii politici și cei **legislativi** (legali). Acest criteriu face referire la analiza juridică, la legile care pot afecta dezvoltarea activității economice. Pot fi analizați factori precum legile antidiscriminare ori alte bariere de intrare pe piață, cum ar fi legile antitrust.
Factorii de mediu sau ecologici afectează și ei dezvoltarea unei societăți. Spre exemplu, turismul ori companiile de asigurări depind direct de starea mediului înconjurător. Așadar, firmele din anumite sectoare trebuie să analizeze și factori precum politicile adoptate de agențiile guvernamentale, legile de mediu sau preocupările legate de schimbările climatice.
O firmă îşi formulează o strategie pentru lupta într-o competiţie a cărei mizăo reprezintă un segment de piaţă. Competiţia se desfăşoară în interiorul uneiindustrii, definită ca fiind un grup de firme ce realizează produse similare ce se potsubstitui reciproc. Produsul ce defineşte o industrie poate fi automobilul,calculatorul tip PC sau un tip de băutură răcoritoare.

Definirea termenului „industrie" a creat numeroase controverse generate deobservaţia că substituţia şi similaritatea produselor nu marchează clar limiteleentităţii de definit. Definirea prea îngustă a industriei prin asocierea cu un produs, proces sau tip de consumator, utilă în primă fază, ar putea crea confuzii şi de aceeatrebuie adăugate elemente suplimentare. Definirea industriei devine mai clară dacăse marchează „graniţele" industriei, se identifică regulile „jocului" şi se recunoscceilalţi „jucători" ce-i sunt caracteristici.

Jocul constituie crearea unui dezechilibru între preţul acceptat deconsumator şi valoarea percepută ca fiind încorporată în produs, valoare ce implicăun lanţ de costuri corespunzătoare activităţilor din sistemul afacerii.

Interesul pentru o activitate este diferit de la o întreprindere la alta. O activitate poate părea fără viitor pentru un concurent ce deţine un sector de piaţă insuficient, în timp ce acesta demarează foarte interesant pentru firma dominantă.

Pentru firme este foarte important să-şi cunoască concurenţii. Identificareaconcurenţilor constă în alcătuirea unei liste cu concurenţi pentru ai putea determina pe cei mai puternici. Informaţiile nu sunt greu de obţinut ele pot proveni din observare directă.

Metodele şi tehniciile folosite pentru a obţine informaţii trebuie să fie în concordanţă cu etică în afaceri. Identificarea concurenţilor este dificil de realizat pentru că în multe cazuri firmele nu au numai o afacere ci desfăşoară simultan ma multe afaceri.

Poziţia concurenţială a firmei este o poziţie care, la un moment dat poate fi măsurată pe baza unor criterii obiective: factorii cheie de succes şi competenţele cerute, identificate de analiza fiecărui domeniu.

Concurența i-a creat pe oameni. Ființele umane au reușit să supraetuiască pentru că și-au dovedit superioritatea, în mediul ostil în care evoluau toate speciile. Aceleași legi guvernează acum și lumea afacerilor, creată de oameni. Procesele însă diferă: evoluția umană a fost inconștientă; lumea afacerilor speră însă să o poată modela pe a sa.

Analiza concurentei face parte dintre practicile manageriale strategice de evaluare a mediului extern. Analiza concurenței are un rol fundamental, alături de componentele mediului în care operează firma. O firmă nu se mai poate margini doar la a-și analiza clienții. Pentru a supraviețui, ea trebuie să devină mai puternică decât concurenții săi. Atitudinea concurențială a devenit, alături de segmentarea pieței și obținerea unui avantaj diferențial, nucleul strategiei de marketing și anume depistarea unui grup-țintă de clienți în raport cu care compania deține un avantaj diferențial față de concurență.

Preocuparea de bază a întreprinderii este îndreptată spre găsirea modalităţilor de creştere şi dezvoltare a activităţii, după ce aceasta s-a asigurat că„starea de supravieţuire este atinsă".

Firma are tangența cu piața atât în calitate de ofertant (vânzător) cât și în calitate de cumpărător, poziția sa pe piață putând fi precizată în funcție de locul pe care aceasta îl ocupă în cadrul pieței globale. Prin oferta sa, firma se poate adresa unei categorii distincte de agenți economici: consumatori individuali, producători de bunuri, intermediari, instituții și organisme publice, agenți economici din alte țări. Ca urmare, piața firmei reprezintă spatiul economico-geografic în care aceasta este reprezentată prin produsele și serviciile sale, dobândind astfel o anumită influență și prestigiu.

A măsura poziţia concurenţială, presupune definirea unei liste de criterii ce are la bază factorii cheie de succes într-un domeniu de activitate dat. Cu toate că fiecare domeniu de activitate se caracterizează prin combinarea factorilor cheie de succes specifici, se disting cinci mari categorii de criterii:

- exprimarea poziţiei pe piaţă prin segmentul de piaţă şi evoluţia sa (creşteresau descreştere);

- poziţia firmei în materie de costuri de aprovizionare, de producţia sau de desfacere;
- imaginea şi implantarea comercială;
- competenţele tehnice şi stăpânirea tehnologică;
- rentabilitatea şi puterea financiară.

Poziţia concurenţială în sine presupune un raţionament relativ. Evaluarea relativă nu trebuie să se limiteze la concurenţii existenţi. Concurenţii cei mai periculoşi nu sunt cei prezenţi în domeniul de activitate analizat, ci nou-sosiţii şi produsele de substituire.

A evalua poziţia concurenţială într-o manieră absolută luând drept criteriu profilul ideal stabilit pe seama analizei obiective a mediului şi activităţii este cel mai bun mijloc de a evita această lacună strategică.

Astfel, performanţa şi dezvoltarea întreprinderii sunt dependente de factori structurali de mediu, precum: numărul şi mărimea coparticipanţilor la mediu, omogenitatea produselor, nivelul barierelor de intrare şi ieşire din sector, etc.

Este important de menţionat că poziţia firmei poate fi total bulversată sub un dublu efect: pe de o parte, factorii-cheie de succes ce evoluează, iar pe de altă parte, competenţele actuale ale firmei, care pot deveni inoperante. În aceste condiţii, poziţia concurenţială a firmei poate slăbi.

Este esenţial să se evalueze corect soliditatea poziţiei concurenţiale actuale. Aceasta permite identificarea avantajelor pe care firma este susceptibilă să le valorifice.

Un avantaj concurenţial corespunde unei mai bune stăpâniri de către firmă a unui factor-cheie de succes, iar poziţia sa concurenţială trebuie analizată ca o sumă a avantajelor şi dezavantajelor.

Într-o lume economică care se dezvolta într-un flux continuu, înțelegerea sectoarelor economice, fie prin clasificare tradițională sau prin GICS (Global Industry Classification Standard), standardul global de clasificare sectoriala, in strategiile de investitii, este vitala. Aceste instrumente ne oferă o perspectivă clara asupra pieței, facilitând decizii informate și strategii adaptate. Ele constituie un compas esențial pentru orice investitor în economia globală.

Ce este un Sector Economic?

Un sector economic, pe scurt, este o parte a economiei unei tari care se ocupa de un anumit tip de activitate. Gandeste-te la el ca la un compartiment intr-un dulap imens, in care fiecare compartiment are rolul sau unic. Exista mai multe sectoare economice, fiecare avand caracteristicile sale:

- Sectorul primar: Acesta se refera la activitatile de baza, cum ar fi agricultura si mineritul.

- Sectorul secundar: Aici intra productia si constructiile.
- Sectorul tertiar: Este vorba despre servicii, de la vanzari la educatie.
- Sectorul cuaternar: Acesta se ocupa de servicii informationale, cum ar fi IT-ul.
- Sectorul chinar: Un termen mai putin cunoscut, dar care se refera la serviciile culturale si de recreere.

În Romania, sectorul terțiar a cunoscut o creștere semnificativă în ultimele decenii. Prin analiza evoluției sectoarelor de activitate, putem înțelege cauze și relații între sectoare diferite de activitate.

Tehnologia și Digitalizarea: Prin introducerea de facilități fiscale atractive, multe companii din domeniul IT și comunicării s-au stabilit sau s-au extins în Romania, atrase de forța de muncă calificată și costuri competitive.

Turismul: Datorită diversității sale geografice și culturale, Romania a atras un număr tot mai mare de turiști, stimulând astfel sectorul serviciilor legate de turism.

Serviciile Financiare: Creșterea clasei de mijloc a dus la o cerere mai mare de servicii bancare, asigurări și alte servicii financiare.

Educația: Universitățile românești au început să atragă un număr mai mare de studenți străini, consolidând astfel poziția țării ca centru educațional în regiune.

Interdependența sectoarelor

Într-o economie complexă și globalizată, sectoarele nu funcționează în izolare. Ele sunt strâns legate și interdependente, fiecare având un impact asupra celorlalte. Asemenea unui ceas bine construit, fiecare piesă (sau sector) joacă un rol esențial în funcționarea corectă a întregului mecanism, după cum urmează:

- **Materii Prime și Producție:** Sectorul primar, care se ocupă de extragerea resurselor naturale, furnizează materiile prime necesare sectorului secundar. Fără agricultura, de exemplu, industria alimentară nu ar avea resursele necesare pentru producție.
- **Produse și Servicii:** Odată ce produsele sunt fabricate în sectorul secundar, acestea sunt adesea distribuite, vândute sau reparate prin intermediul sectorului terțiar. De exemplu, un telefon mobil produs (sector secundar) va fi vândut printr-un magazin de retail (sector terțiar).
- **Inovație și Cercetare:** Sectorul cuaternar, axat pe cunoaștere și informație, adesea alimentează inovația în alte sectoare. Cercetările din domeniul tehnologic pot duce la dezvoltarea de noi mașinării pentru sectorul primar sau secundar.

- **Cultura si Recreere**: Sectorul chinar joacă un rol esențial în promovarea și conservarea identității culturale a unei națiuni. Acesta poate influența turismul (sector terțiar) sau poate inspira designul produselor (sector secundar).

Efectul de domino în perioade de criză economică

Dacă un sector se confruntă cu o criză, efectele pot fi resimțite în toate celelalte sectoare. De exemplu, o secetă severă (afectaând sectorul primar) poate duce la creșterea prețurilor alimentelor (influențând sectorul secundar) și poate reduce cheltuielile de consum (afectând sectorul terțiar).

Așa cum rotițtele unui ceas lucrează împreună pentru a menține timpul corect, sectoarele economice sunt interconectate într-un proces complex de cerere și ofertă, inovație și producție. Întelegerea acestei interdependente este esențială pentru a anticipa schimbările economice și pentru a naviga cu succes în lumea investițiilor sectoriale.

Principalele sectoare ale economiei României și contribuțiile lor la economia națională și la societate în general.

Agricultura a rămas un sector vital al economiei românești, datorită solului său fertil și a condițiilor climatice favorabile, a fost unul dintre principalii producători agricoli din Uniunea Europeană.

Cultivarea cerealelor, în special grâul și porumbul, alături de producția de legume, fructe și vinuri, a constituit baza acestui sector. Agricultura nu numai că a contribuit semnificativ la PIB-ul țării, dar a și fost o sursă majoră de exporturi, consolidând poziția României pe piața agricolă europeană.

Industria, cu o atenție specială acordată tehnologiei și inovației. Sectoarele de vârf includ industria auto, tehnologia informației și comunicațiilor (TIC), precum și producția de echipamente și mașini.

Companiile auto, atât locale, cât și internaționale, au contribuit semnificativ la exporturi și la crearea de locuri de muncă. De asemenea, sectorul IT a continuat să crească, atrăgând investiții străine și promovând România ca un centru tehnologic emergent în Europa.

Sectorul serviciilor, turismul în special, a înflorit, profitând de pe urma peisajelor pitorești ale țării, a patrimoniului cultural bogat și a turismului balnear. În plus, sectorul financiar și cel al serviciilor profesionale (consultanță, drept, contabilitate) au contribuit la diversificarea și modernizarea economiei.

Sectorul energetic românesc a fost marcat de un echilibru între resursele tradiționale (petrol, gaze naturale) și investițiile în energii regenerabile.

România, având un potențial semnificativ în domeniul energiei eoliene și solare, a investit în proiecte de dezvoltare a acestor surse alternative, încercând să își îmbunătățească independența energetică și să contribuie la obiectivele de sustenabilitate la nivel european.

Sectorul construcțiilor a înregistrat o creștere constantă, stimulată atât de dezvoltările infrastructurale, cât și de cererea crescută pentru locuințe și spații comerciale. Modernizarea infrastructurii de transport, inclusiv drumuri, autostrăzi și rețele feroviare, a fost un punct cheie al dezvoltării economice.

De asemenea, sectorul imobiliar a cunoscut o expansiune, cu un accent deosebit pe dezvoltarea urbană durabilă și construcția de locuințe ecologice.

Comerțul exterior a continuat să joace un rol crucial în economia României. Exporturile de produse agricole, automobile, echipamente tehnologice și servicii IT au crescut, contribuind la echilibrul balanței comerciale.

Importurile au fost de asemenea semnificative, reflectând nevoile interne pentru produse și tehnologii avansate. Relațiile comerciale ale României cu Uniunea Europeană, alături de parteneriatele cu alte țări, au fost esențiale în susținerea creșterii economice.

Educația și cercetarea au fost recunoscute ca piloni esențiali pentru dezvoltarea economică pe termen lung. În 2023, România a continuat să investească în sistemul său educațional și în cercetare, cu scopul de a stimula inovația și de a îmbunătăți calitatea forței de muncă.

Colaborările între universități, institute de cercetare și companii private au fost încurajate, generând progrese în diverse domenii, de la biotehnologie la inginerie.

Provocări și Perspective

În ciuda acestor realizări, economia României se confruntă cu provocări, inclusiv disparitățile regionale în dezvoltare, necesitatea de a îmbunătăți infrastructura și de a combate corupția.

De asemenea, integrarea mai eficientă a economiei românești în lanțurile globale de valoare rămâne o prioritate. Perspectivele pe termen lung sunt încurajatoare, dar depind de capacitatea țării de a naviga într-un peisaj economic global în continuă schimbare și de a adresa nevoile interne într-un mod sustenabil și echitabil.

Sectoarele-cheie, precum agricultura, industria, serviciile, energia și construcțiile, au contribuit la creșterea economică și la stabilizarea poziției țării pe scena europeană și globală.

Pentru a menține acest ritm de creștere și pentru a face față provocărilor, România va trebui să se concentreze pe îmbunătățirea infrastructurii, educației și cercetării, să promoveze inovația și să

integreze mai eficient economia în lanțurile de valoare globale. Abordarea acestor aspecte va fi crucială pentru asigurarea unui viitor prosper și durabil pentru economia românească.

3.9. Examinarea informaţiilor disponibile despre industrie/sector (şi sub-sectoare de activitate dacă este cazul) şi identificarea factorilor cheie ale acesteia (acestora)

Într-o lume a afacerilor unde singura constantă este schimbarea, succesul unei companii nu mai poate fi lăsat la voia întâmplării. Mulți antreprenori și manageri se confruntă cu provocarea de a naviga prin apele adesea tulburi ale pieței, unde deciziile greșite pot avea consecințe dezastruoase. Identificarea și implementarea factorilor cheie de succes devin, astfel, imperative pentru orice organizație care aspiră la creștere și dezvoltare durabilă. Aceasta necesită o examinare atentă a informaţiilor disponibile, înțelegere profundă a obiectivelor strategice, o analiză meticuloasă a mediului intern și extern, precum și o adaptare continuă la noile tendințe și cerințe ale pieței.

Conţinutul termenului „informaţie economică" poate fi conturat în două accepţiuni. Pornind de la faptul că orice organizaţie este o unitate economică, orice informaţie care este tratată în cadrul ei poate fi considerată drept economică, deoarece, direct sau indirect, contribuie la realizarea obiectivelor preconizate.

Într-o accepţiune mai restrânsă, informaţiile economice sunt cele folosite nemijlocit în procesele economice ale organizaţiei.

Din examinarea multiplelor şi variatelor caracteristici pe care le prezintă informaţia economică, putem desprinde anumite elemente importante din punct de vedere managerial şi organizaţional.

Astfel, informaţia este o materie primă implicată în toate activităţile organizaţiei. Orice proces de muncă, indiferent de natura sa, se bazează pe informaţii. În acest context, informaţia economică se prezintă ca unul dintre subsistemele de bază ale informaţiei social-economice.

În cadrul sferelor de activitate economică, informaţia economică se diferenţiază după: conţinut; funcţia de management; caracterul de influenţă asupra consumatorilor; rolul în economia naţională; raportul ştiinţei economice cu ciclul „ştiinţă-tehnologie-producţie". O altă distincţie este cea care repartizează informaţia economică după conţinut: faze şi procese ale reproducţiei (informaţia privind producţia, distribuirea, schimbul şi consumul); elemente şi factori ale reproducţiei (informaţia privind populaţia, resurse umane şi resurse naturale, produse şi servicii, resurse fi nanciare etc.); unităţi structurale (informaţia privind ramura economiei, raioane sau zone economice, întreprinderi, organizaţii etc.).

Această repartiţie permite concretizarea celor trei categorii de informaţii:

- Informaţie conceptuală,
- informaţie metodică,
- informaţie factografică.

Ca informaţie de ramură, informaţia economică poate fi diferenţiată în:

- documentară,
- factografică,
- bibliografică.

O trăsătură fundamentală a societăţii informaţionale este accesul liber la informaţie, inclusiv la informaţia economică, de afaceri, fapt ce asigură integritatea pieţei, precum şi reglementarea preţurilor la mărfuri şi servicii. Personificarea consumului este o trăsătură importantă a economiei în epoca informaţională. Principala resursă a societăţii postindustriale, potrivit lui G. Bell, este capitalul uman. Informaţia devine pe zi ce trece un factor de importanţă decisivă în asigurarea desfăşurării unor procese economice stabile şi eficiente. Cunoştinţele, informaţia capătă valoare excepţională, dacă sunt solicitate.

Comerţul cu informaţii tinde să crească în contextul economiei mondiale; studiile în domeniul strategiilor comunicaţionale devin tot mai importante.

Informaţia economică, specifică activităţilor economice, poate fi definită ca o comunicare, ştire sau mesaj, care conţine elemente noi de cunoaştere a unor stări, situaţii, condiţii de manifestare a anumitor fenomene sau procese economice.

La nivelul agentului economic, informaţiile economice, sub forma datelor specifice în care se constituie, se obţin din anumite surse interne sau externe şi servesc comunicării în interiorul organizaţiei către anumiţi destinatari. Drumul parcurs de informaţie de la obţinere şi până la valorificarea sa trece prin mai multe etape: culegere - prelucrare - transmitere - primire - utilizare.

Totalitatea, metodelor, tehnicilor şi instrumentelor folosite pentru culegerea, înregistrarea, transmiterea, circulaţia, prelucrarea şi valorificarea informaţiilor într-un sistem reprezintă **sistemul informaţional.**

Activităţile informaţionale pot fi descrise ca ansamblul acţiunilor care privesc producţia şi utilizarea informaţiei.

Sensul cuvântului informaţie nu poate fi explicat decât în relaţie cu alţi doi termeni: date şi cunoştinţe. O dată este un semn, un simbol, care rezultă direct din observarea faptelor. Este o materie primă care,

prin tratare, va fi transformată în informaţii. O informaţie rezultă din tratarea datelor astfel, încât să răspundă nevoilor unui utilizator, într-un context care îi este propriu.

Analiştii financiari preiau informaţia brută şi o transformă într-un alt tip de informaţie, care reflectă capacitatea lor de a înţelege, sintetiza şi interpreta informaţia în calitatea ei de materie primă. În mod concret, ei realizează trei tipuri de activităţi referitoare la informaţie:

- căutarea de informaţii private, care nu sunt disponibile publicului;
- analiza, procesarea şi interpretarea informaţiilor în scopul previziunii (analiza predictivă);
- analiza performanţelor trecute (analiza retrospectivă);

astfel, observăm că relaţia lor cu informaţia contabilă nu este una simplă. Pe de o parte, informaţia contabilă reprezintă un factor de producţie pentru analişti iar, pe de altă parte, aceeaşi informaţie reprezintă, pe piaţă, un produs competitiv pentru rapoartele de analiză.

Un sistem informaţional economic constituie un ansamblu organizat de informaţii complexe, care se obţin prin prelucrarea datelor furnizate de anumite surse şi care sunt necesare pentru organizarea, conducerea şi desfăşurarea activităţii economice. Importanţa unui astfel de

sistem derivă din aceea că el asigură cunoaşterea în orice moment a stării şi funcţionării întreprinderii oferind informaţii despre modul în care se utilizează resursele, despre existenţa unor

deficienţe şi a necesităţii examinării acestora, etc.

Informaţia, îndeosebi informaţia economică este astăzi prezentă în toate domeniile de activitate, fiind un element indispensabil progresului. Realităţile societăţii moderne arată că odată cu dezvoltarea economiei de piaţă şi sporirea gradului de complexitate a acesteia trebuie să se dezvolte corespunzător – ca arie, conţinut şi operativitate – informaţia economică pentru ca ea să poată:

- furniza exact elementele necesare luării deciziilor;
- furniza exact situaţia patrimonială a întreprinderilor;
- furniza rezultatele activităţii economico-financiare.

Informarea economică, care în condiţiile actuale ale economiei de piaţă se dezvoltă sub influenţa constituirii pieţei produselor şi serviciilor informaţionale, formării unei noi infrastructuri informaţionale, implementării noilor tehnologii de transmitere şi recepţionare a informaţiei, constituie un element important în sistemul de comunicaţii sociale. Informaţia economică se prezintă ca unul din subsistemele de bază ale informaţiei social-economice, apare în urma activităţii economice, având menirea de a influenţa dezvoltarea ştiinţei economice, practicii economice, instruirii economice prin satisfacerea necesităţilor informaţionale ale consumatorilor.

Factori cheie de succes- identificarea și implementarea factorilor decisivi pentru succesul companiei

Stabilirea obiectivelor strategice este un pas crucial în direcționarea eforturilor întregii echipe spre creșterea sustenabilă a afacerii. Aceste obiective trebuie să fie bine definite, măsurabile, realizabile, relevante și limitate în timp (principiul SMART). Un avantaj major al acestei abordări este că oferă o viziune clară și un sens de direcție, facilitând alinierea resurselor și a eforturilor. Pe de altă parte, un dezavantaj poate fi rigiditatea pe care o impun astfel de obiective, limitând astfel capacitatea companiei de a se adapta rapid la schimbările din piață.

Implementarea eficientă a obiectivelor strategice necesită un sistem robust de monitorizare și evaluare, care să permită ajustări în timp real. Flexibilitatea în abordare și capacitatea de a inova sunt esențiale pentru a rămâne competitivi. Un pro este că acest proces poate evidenția oportunități noi, neexplorate anterior, deschizând calea către noi piețe sau produse. Contra este că, fără o comunicare eficientă și o implicare activă a tuturor membrilor echipei, există riscul ca obiectivele să devină irelevante sau decuplate de realitățile operaționale ale companiei.

Utilizarea eficientă a analizei SWOT se dovedește a fi un pilon central în planificarea strategică a oricărei companii. Această metodologie permite identificarea clară a punctelor forte, punctelor slabe, oportunităților și amenințărilor care influențează direct capacitatea unei organizații de a atinge succesul. Prin concentrarea pe aceste aspecte, liderii de afaceri pot elabora strategii mai informate, care să le permită să exploateze la maximum potențialul intern și să navigheze cu mai mare precauție în mediul extern volatil.

Pe de o parte, principalul avantaj al aplicării analizei SWOT constă în flexibilitatea și simplitatea sa, făcând-o accesibilă pentru o gamă largă de utilizatori, indiferent de mărimea companiei sau de sectorul de activitate. Pe de altă parte, un dezavantaj semnificativ este că această analiză poate deveni superficială dacă nu este efectuată cu o înțelegere profundă a contextului de afaceri și fără o actualizare periodică. Astfel, pentru a asigura relevanța și eficacitatea sa, este crucial ca analiza SWOT să fie integrată într-un proces continuu de evaluare și adaptare strategică.

Inovarea- Motorul Dezvoltării Durabile a Companiei

Adoptarea unei culturi a inovării se dovedește a fi un pilon central în asigurarea succesului pe termen lung al oricărei companii. Aceasta implică nu doar generarea de idei noi, ci și capacitatea de a le implementa eficient, transformându-le în valoare adăugată pentru clienți și pentru organizație. Printre factorii cheie care contribuie la promovarea inovării se numără:

- Angajamentul conducerii: Susținerea inovării de către liderii companiei este esențială pentru a inspira și motiva întreaga echipă.
- Colaborarea interdepartamentală: Crearea unui mediu în care schimbul de idei este încurajat poate duce la soluții inovatoare care să răspundă nevoilor complexe ale pieței.
- Investiția în cercetare și dezvoltare (C&D): Alocarea resurselor pentru C&D este vitală pentru a menține compania în fruntea inovației tehnologice și a dezvoltării de produse sau servicii noi.
- Adaptabilitatea la schimbare: Capacitatea de a se adapta rapid la schimbările din piață și de a adopta tehnologii emergente poate fi un avantaj competitiv major.

Crearea unei culturi organizaționale puternice este esențială pentru a asigura un mediu de lucru în care angajații se simt valorizați și motivați. Aceasta servește drept liant între membrii echipei, facilitând comunicarea eficientă și colaborarea. O cultură organizațională bine definită și aliniată la valorile companiei poate transforma modul în care angajații percep munca lor, ducând la o creștere semnificativă a productivității și a angajamentului.

În procesul de dezvoltare a unei culturi organizaționale solide, este crucial să se pună accent pe recunoașterea și aprecierea eforturilor fiecărui membru al echipei. Acest lucru nu doar că îmbunătățește moralul, dar și încurajează un sentiment de apartenență și loialitate față de companie. Prin implementarea unor programe de recunoaștere și recompensare, organizațiile pot stimula o cultură a performanței, unde succesul individual contribuie la succesul colectiv.

Pe lângă recunoașterea meritelor, este esențial să se ofere angajaților oportunități de dezvoltare profesională și personală. Investiția în formarea și dezvoltarea angajaților nu doar că sporește competențele acestora, dar demonstrează și angajamentul companiei față de creșterea și evoluția lor. O cultură organizațională care pune accent pe învățare și dezvoltare contribuie la crearea unui mediu de lucru dinamic, unde inovația și creativitatea sunt încurajate și valorizate.

Transformarea digitală a devenit un pilon central în dezvoltarea și expansiunea afacerilor în era modernă. Integrarea tehnologiilor avansate nu doar că eficientizează procesele interne, dar oferă și oportunitatea de a răspunde rapid și eficient la cerințele în continuă schimbare ale pieței. Aceasta presupune o înțelegere profundă a nevoilor clienților și adaptarea serviciilor sau produselor oferite pentru a întâmpina aceste cerințe.

Un aspect esențial în acest proces este analiza datelor. Colectarea și interpretarea datelor ajută companiile să înțeleagă tendințele pieței, comportamentul consumatorilor și să identifice noi oportunități de creștere. Utilizarea inteligentă a datelor poate transforma modul în care o companie se

poziționează pe piață, permițându-i să fie mereu cu un pas înaintea concurenței. Prin urmare, investiția în tehnologii care permit o analiză detaliată a datelor devine crucială pentru succesul pe termen lung.

În concluzie, adaptarea la tehnologie și digitalizare este indispensabilă pentru orice afacere care aspiră la succes în peisajul economic actual. Aceasta nu numai că optimizează operațiunile interne, dar deschide și uși către noi piețe și segmente de clienți. Implementarea cu succes a acestor tehnologii, împreună cu o strategie bine gândită de analiză a datelor, poate propulsa o companie în avangarda industriei sale. Astfel, este esențial ca liderii de afaceri să recunoască importanța adaptării la cerințele pieței moderne și să investească în resursele necesare pentru a rămâne relevanți și competitivi.

Maximizarea prezenței online prin o**ptimizarea motoarelor de căutare (SEO) și marketingul pe rețelele sociale** reprezintă pietrele de temelie ale unei strategii de marketing eficient. Aceste abordări nu doar că sporesc vizibilitatea companiei în mediul digital, dar facilitează și interacțiunea directă cu potențialii clienți. Este crucial să înțelegem că succesul pe termen lung depinde de capacitatea de a rămâne relevant într-un peisaj digital în continuă schimbare.

Implementarea unei strategii de conținut de calitate care să răspundă nevoilor și întrebărilor publicului țintă este esențială pentru a construi o relație solidă cu clienții. Conținutul valoros nu doar că atrage vizitatori noi, dar îi și încurajează pe cei existenți să revină. Acesta trebuie să fie informativ, ușor de înțeles și, mai ales, să ofere soluții la problemele întâmpinate de clienți. Prin aceasta, se poate crește gradul de încredere și loialitate față de brand.

Pentru a asigura succesul pe termen lung al unei companii, este esențial să se pună accent pe **monitorizarea performanței și pe colectarea feedback-ului.** Aceste două elemente permit identificarea rapidă a domeniilor care necesită îmbunătățiri și facilitarea procesului de adaptare la schimbările pieței.

- Implementarea unor sisteme de monitorizare a performanței în timp real poate oferi o imagine clară asupra progresului îndeplinirii obiectivelor.
- Colectarea feedback-ului de la clienți și angajați este crucială pentru a înțelege experiențele și percepțiile lor, ceea ce poate ghida îmbunătățirile produselor sau serviciilor.
- Analiza periodică a datelor colectate ajută la identificarea tendințelor și la anticiparea nevoilor pieței, permițând companiei să rămână competitivă.

Prin urmare, este vital să se acorde o atenție deosebită acestor aspecte pentru a stimula creșterea continuă și sustenabilitatea afacerii.

3.10. Analiza cererii şi a ofertei caracteristice acestei legi, istoric, tendințe, previziuni şi prognoze de evoluție

Cererea și oferta este un model economic din teoria economică dezvoltat de Antoine Augustin Cournot, publicat în 1838. În 1868 Alfred Marshall a încercat să utilizeze acest model pentru a explica economiile competitive și a face predicții asupra prețului și a cantității de bunuri produse.

Teoria cererii și a ofertei descrie modul în care prețurile variază ca rezultat al echilibrului dintre disponibilitatea produsului la un anumit preț (al ofertei) și dorințele celor cu putere de cumpărare la un anumit preț (al cererii).

Cererea reprezintă nevoile de bunuri si servicii care se satisfac prin intermediul pietei, adică prin vânzare-cumpărare. Cererea are drept suport puterea de cumpărare a oamenilor; de aceea, ea exprimă , în același timp, cantitatea de bunuri si servicii cerute, la un moment dar, la prețurile existente, considerând date veniturile și preferințele cumpărătorilor. Cererea poate fi:

- individuală, adică din partea unui singur cumpărător la un bun economic sau la altul;
- totală, adică din partea tuturor cumpărătorilor la bunul sau serviciul respectiv;
- agregată sau globală care exprimă ansamblul cererii din partea tuturor cumpărătorilor și la toate bunurile și serviciile existente; aceasta se exprimă în forma bănească, fiind astfel posibile măsurarea și compararea.

Cererea, ca volum, structura și nivel al cerințelor de consum, se schimbă de la o perioadă sau alta, având, deci, un caracter dinamic. Principalii factori de care depinde dinamica cererii sunt: nevoile, venitul si prețul.

Relația dintre cheltuielile de consum și venit a fost analizată în sec al XIX-lea pentru prima dată, de către E.Engel și poartă denumirea de "curba lui Engel". Cercetând bugetele de familie din mai multe țări, acesta a desprins concluzia potrivit căreia importanța relativă a diferitelor cheltuieli de consum în raport cu venitul se modifică diferit. Astfel, s-a observat, că atunci când venitul crește, ponderea cheltuielilor pentru alimente scade, ponderea cheltuielilor pentru îmbrăcăminte și locuință este relativ constantă, iar ponderea cheltuielilor pentru servicii (educație, cultură etc.) crește. Cererea se află în raport invers proporțional fata de preț: când prețul crește, cererea scade, deoarece la un venit dat posibilitatea de cumpărare se micșorează; când prețul scade, cererea crește.

Legea cererii exprimă relația dintre cerere și preț, în cadrul căreia cererea evoluează în sens invers față de preț.

Oferta reprezintă cantitatea de bunuri sau servicii pe care un agent economic este dispus să o ofere spre vânzare într-o anumită perioadă de timp. Oferta ca și cererea se referă la un preț anume, și poate fi privită ca ofertă a unui bun, a unei industrii, a unei firme și ca ofertă totală de piață. Desigur, în funcție de nivelul cererii, cantitatea care se vinde efectiv poate să difere de cantitatea oferită.

Oferta se poate manifesta ca ofertă:

- Individuală (Totalăa) – cantitatea de bunuri și servicii oferităa de către un producător sau a unui agent economic, în funcție de nivelul mediu al prețului, într-o anumită perioadă de timp;
- De Piață (Globală) – toate cantitățile de bunuri și servicii oferite de către toti producătorii sau agenții economici specializați, destinate pieței, în toată diversitatea și cantitatea lor, într-o anumită perioadă de timp.

Factorii care influentează oferta sunt:

- prețul resurselor (a factorilor de producție) , între acestea și ofertă vorbim de un raport direct proporțional, și anume, oferta se măreste când prețul resurselor cresc și se micșorează, atunci când prețul resurselor scade;
- tehnologia, utilizarea unei tehnologii mai performante duce la productivitatea muncii, la creșterea eficienței utilizării resurselor disponibile și implicit, reducerea costului de producție. Descreșterea productivității muncii, duce la creșterea costurilor de producție și evident efectul va fi negativ asupra ofertei;
- numărul de ofertanți, cu cât numărul firmelor dintr-o anumită ramura este mai mare, cu atât oferta este mai mare și prețul mai competitiv;
- costul producției, dacă costul producției scade, oferta pentru bunurile respective va crește și invers, creșterea costului va aduce la scaderea ofertei. Specialiștii consideră că evoluția costului reprezintă unul din factorii principali care acționează asupra ofertei;
- taxele și subsidiile, firmele plătesc taxe asupra profitului obținut. Dacă taxele pe profit se majorează, atunci apare tendința de reducere a ofertei. Invers, dacăa se înregistrează o reducere a taxelor pe profit, se va înregistra o creștere a ofertei. Statul poate interveni să susțină unele firme sau o industrie sau alta. Acest lucru se poate realiza cu alocații de la bugetul statului, respectiv cu subsidii. În aceasta situatie, oferta va creste;
- evenimente naturale și social-politice, reprezinta un factor important care, în multe ramuri, influentează mărimea ofertei. De asemenea, anumite evenimente naturale întâmplătoare actionează, de regulă, în direcția reducerii ofertei. Condițiile social-politice îți pun și ele

amprenta asupra întregii activități economice. Dacăa acestea sunt favorabile (stabilitate politică, cadru juridic adecvat etc.) atunci oferta va crește. Daca nu, oferta va înregistra o reducere.

Legea cererii și ofertei a fost elaborată de reprezentanții școlii clasice. Prin intermediul acestei legi, ei au încercat să explice de ce prețurile sunt așa cum sunt. În acest sens, legea cererii și ofertei face o treabă excelentă. Dar ea nu explică și alte fenomene.

Printre acestea se află diferența de prețuri între bunurile individuale, inclusiv cele de primă necesitate și cele de lux. Exemplul clasic compară apa și aurul. Evident, apa este mult mai necesară pentru supraviețuire, dar are, în general, o valoare de piață semnificativ mai mică decât prețul aurului.

În economie, acest lucru se numește „paradoxul valorii". Reprezentanții clasicului și neoclasicului nu au reușit să îl rezolve, întâmpinând ulterior probleme teoretice semnificative.

Cel mai important lucru de reținut din legea cererii și ofertei este modul în care relaționează prețurile și cererea, precum și faptul că restricționarea producției sau a altor politici are un impact direct asupra prețului. Include două legi de bază care ne ajută să înțelegem multe alte efecte – atât teoretic, cât și în viața reală.

Există multe exemple în acest sens – nu numai atunci când aflăm despre schimbările în activitatea rafinăriilor și a minelor cu privire la prețul aurului. Dar știm deja la ce să ne așteptăm când auzim că recolta este slabă sau că există o penurie de produse pe piețe.

Aşa cum a reieşit din subcapitolele anterioare, in cadrul pieţelor concurenţiale, preţurile sunt determinate de forţele care acţionează asupra cererii şi ofertei. Relaţiile economice sunt determinate de reacţia cumpărătorilor şi a ofertanţilor la modificarea posibilităţilor de caştig pe piaţă precum şi de influenţa preţului asupra egalării cantităţii cerute cu cantitatea oferită pe piaţă.

Analiza cererii şi ofertei se poate aplica la toate resursele care intră pe piaţă in procesul de schimb. Prin inţelegerea mecanismelor de modificare a cererii şi ofertei, vă veţi putea forma o imagine clară asupra factorilor care contribuie la evoluţia salariilor, dobanzilor, chiriilor etc. In acest subcapitol vom explica in ce mod poate fi utilizată analiza cererii şi ofertei, şi care este importanţa ei in domeniul economic, politic şi social.

Resursele reprezintă totalitatea mijloacelor disponibile şi posibil de a fi valorificate in producerea de bunuri materiale şi servicii. Acele resurse productive atrase şi utilizate in activitatea economică se numesc factori de producţie. In cadrul activităţilor productive, sunt folosiţi simultan mai mulţi factori de producţie. Aceştia pot fi clasificaţi după mai multe criterii.

Conform celei mai cunoscute clasificări, factorii de producţie sunt:

- pământul
- munca
- capitalul

Pământul sau factorul natural al producţiei reprezintă totalitatea resurselor naturale, care pot fi folosite la producerea bunurilor şi serviciilor.

Pământul este punctul de plecare al intregii activităţi economice. El constituie atât substanţa şi condiţiile materiale primare ale producţiei (minerale, petrol, apă), cat şi forţa motrice necesară pentru dezvoltarea producţiei de bunuri materiale şi servicii (resurse primare de energie). Pământul este arareori utilizat in starea lui naturală. Pentru a putea fi utilizat, pământul trebuie de cele mai multe ori curăţat, nivelat, drenat. Investiţiile făcute in scopul amenajării solului duc la creşterea valorii economice a acestuia, transformandu-l in pământul capital.

Munca- factorul primar de producţie- reprezintă activitatea intelectuală şi/sau fizică desfăşurată in scopul realizării bunurilor necesare satisfacerii unor trebuinţe imediate şi de perspectivă.

Munca este factorul de producţie activ şi determinant, prin intermediul căruia sunt antrenaţi ceilalţi factori de producţie, realizandu-se combinarea şi utilizarea lor eficientă. Factorul muncă este supus in prezent unor modificări importante, cum ar fi reducerea relativă a timpului de muncă, substituirea accelerată a muncii cu capital, accentuarea efortului intelectual şi fructificarea acestuia prin inlocuirea activităţilor manuale cu procesele automatizate şi robotizate. Factorul muncă poate fi analizat din punct de vedere cantitativ, calitativ şi structural.

Din punct de vedere cantitativ, factorul muncă trebuie analizat in legătură cu dimensiunile populaţiei. Populaţia aptă de muncă a unei ţări reprezintă potenţialul de muncă. Totalitatea membrilor apţi de muncă ai societăţii, avand varsta cuprinsă în limitele legale de muncă, reprezintă populaţia activă.

În Romania, limitele de vârstă ale populaţiei active sunt încă 16-63 ani pentru femei şi 16-65 ani pentru bărbaţi. Totalitatea persoanelor care au un loc de muncă formează populaţia ocupată.

Şomajul reprezintă diferenţa dintre populaţia activă şi populaţia ocupată. Din punct de vedere calitativ, factorul muncă depinde atat de nivelul de cultură generală şi instruire profesională, cat şi de nivelul de dezvoltare economică a ţării.

Creşterea ponderii muncii complexe, superior calificate, care inlocuieşte treptat şi continuu munca simplă, necalificată, au transformat educaţia şi formarea profesională intr-o problemă esenţială a

dezvoltării oricărei economii. Perfecţionarea permanentă a pregătirii populaţiei ocupate este impusă şi de accelerarea procesului de depreciere a stocului de cunoştinţe acumulate.

Capitalul poate fi definit ca totalitatea bunurilor a căror utilizare face posibilă desfăşurarea producţiei şi utilizarea factorilor primari-munca şi pământul.

În realitate, pe piaţă se produc simultan o mulţime de schimbări. Curbele cererii şi ofertei sunt intr-o continuă deplasare. Poate cel mai bun exemplu il reprezintă bursa de valori unde condiţiile se modifică rapid, determinand o schimbare continuă şi anarhică a preţului acţiunilor. (Preţul acţiunilor este determinat de o serie de factori specifici. Cel mai important este potenţialul acestora de a contribui la creşterea veniturilor deţinătorilor, in comparaţie cu alte valori pe care aceştia şi le-ar putea cumpăra cu aceeaşi sumă de bani: obligaţiuni, bunuri imobile etc.).

Pentru a înţelege mai bine relaţiile dintre preţ şi determinanţi, este indicat să studiaţi diferitele influenţe pe rând, pentru a înţelege importanţa relativă a fiecăreia în comparaţie cu celelalte şi a putea face o estimare corectă a evoluţiei viitoare a echilibrului pieţei, ca rezultat al influenţelor agregate.

Luarea unor decizii bune în afaceri poate face diferența dintre profit și pierdere. Între a supraviețui și a prospera. Pentru a avea cele mai bune șanse de a lua deciziile corecte, o prognoză eficientă a cererii este cel mai bun instrument pe care îl puteți avea în arsenal.

Indiferent dacă vă uitați la nivelurile stocurilor sau la sfera mai largă a întregii dvs. afaceri, previziunile privind cererea sunt esențiale. Previziunile privind cererea stau la baza a orice, de la stabilirea bugetelor anuale până la planificarea fiscală.

Principalul obiectiv al prognozei cererii de produse este obținerea unei imagini solide a cererii viitoare. Acest lucru este simplu.

Dar diferența de rezultate între cei care au previziuni exacte și cei care nu au previziuni este uriașă.

Cercetările sugerează că întreprinderile cu previziuni precise înregistrează îmbunătățiri semnificative ale performanței în comparație cu cele care se străduiesc să anticipeze ceea ce se află la orizont.

Previziunile pot însemna lucruri diferite pentru echipe diferite.

Pentru a crea o prognoză precisă a cererii, va trebui să analizați datele istorice, tendințele pieței și orice alt indicator pe care îl aveți la dispoziție pentru a face previziunile cât mai bine informate.

Scopul acestor previziuni este de a lua decizii mai bune. Decizii privind cantitățile comandate, producția, prețurile și marketingul. Cu toate acestea, lista ar putea continua…

Nu are rost să ghiciți că veți avea nevoie de "o mulțime" de produs A. Aveți nevoie de o estimare cât mai apropiată de numărul real posibil.

În acest fel, veți putea evita stocarea excesivă, epuizarea stocurilor și programările de producție necorespunzătoare.

Și, într-o lume în care clientul tău este numărul unu, dacă nu reușești să îți aliniezi eforturile interne la cererea acestuia, este o afacere riscantă.

Pentru a crea un proces de previzionare a cererii fără întreruperi și de succes, trebuie să luați în considerare următorii pași:

- Definiți-vă obiectivul. Care este scopul previziunilor dumneavoastră?

Va fi folosit pentru planificarea financiară? Pentru gestionarea stocurilor? Planificarea vânzărilor? Activitatea de marketing? Sau o combinație a tuturor celor de mai sus?

- Gândiți-vă cine va folosi prognoza. Directorii executivi au nevoie, prin natura lor, de informații la nivel înalt. Ei au nevoie de o analiză de ansamblu pentru a lua decizii cu privire la afaceri pentru următoarele 12-18 luni. Acest lucru înseamnă că au nevoie de o prognoză a cererii care să cuprindă un grup mai larg de produse, o divizie de afaceri sau un orizont de timp. Cu toate acestea, echipa de planificare a cererii trebuie să analizeze o prognoză în detalii microscopice. Aceștia au nevoie de suficiente informații pentru a lua decizii pe termen scurt privind reaprovizionarea, cantitățile comandate și alocarea stocurilor.
- Definiți caracteristicile previziunilor dumneavoastră

Odată ce știți cine vă va utiliza prognoza, veți avea o capacitate sporită de a o defini.

Pentru a o face cât mai utilă posibil, asigurați-vă că vă uitați la:

- Linii de timp
- Ierarhia de prognoză
- Tipurile de produse
- Diferitele locații și canale de vânzare pe care trebuie să le planificați
- Unități de măsură, cum ar fi cifra de afaceri, volumul sau liniile de comandă.

- Selectați cel mai bun sistem de prognoză pentru dumneavoastră

Există o serie de modalități diferite de a prognoza cererea. Le vom analiza pe toate în detaliu mai târziu, dar luați în considerare:

- Disponibilitatea datelor
- Orizontul de planificare
- Complexitatea cererii
- Nivelul de precizie necesar

- Cunoștințele, expertiza și resursele pe care le aveți la dispoziție
- Timpul necesar pentru a crea prognoza

- Capturați toate datele pe care le puteți

După ce ați finalizat pașii de mai sus, vă puteți gândi la date.

Fie că vă uitați în interior (intern, nu existențial), extern sau de pe piață, cu cât aveți mai multe date, cu atât veți fi mai bine pregătiți. Dar trebuie să știți, de asemenea, ce date să luați în considerare și pe care să le ignorați.

Vânzările istorice, comportamentul clienților, tendințele pieței, sezonalitatea, previziunile furnizorilor, sursele de date mari, toate sunt utile. Dar unele pot fi mai utile decât altele.

Colectați datele corecte și veți avea mai multe șanse să obțineți profituri mai mari și să vă învingeți concurența.

3.11 Analiza parametrilor semnificativi ai sectorului de activitate

Analiza atractivităţilor unui sector de activitate

Studiul atractivităţii unei companii se bazează pe cercetare a două aspecte şi anume:

- structura industriei (face referire la dimensiunea industriei, sfera de extindere, respectiv local, naţional, internaţional, global, la numărul vânzătorilor şi cumpărătorilor ş.a),
- factori ce ajută la clasificarea sectoarelor analizate în mai multe categorii.

Un alt aspect este reprezentat de **forţele motrice ale industriei** (structura cumpărătorilor, inovarea produsului, inovările tehnologice, costurile și eficienţa activităţii, intrările şi ieşirile concurenţilor de pe piaţă, toate acestea duc la modificarea structurii sectorului, ritmul de creştere a unei ramuri economice, influenţează investitorii de a aborda sau abandona un anumit sector şi **factorii politici** care limitează acţiunile diferitelor organizaţii) ce permite agentului economic identificarea modului de evoluţie a ramurii economice, analiză ce permite la rândul ei stabilirea ciclului de viaţă propriu al unei industrii.

Evaluarea atractivităţii unui sector de activitate începe cu o prognoză globală a conditiilor economice, sociale, politice, tehnologice pentru acele sectoare de activitate care interesează firma.

A doua etapă constă în analiza gradului de influenţă a evenimentelor întâmplătoare asupra sectorului respectiv.

Al treilea pas este constituit de către extrapolarea tendinţelor precedente ale creşterii şi rentabilităţii economice.

Analiza combinată a perspectivelor de creştere a cererii, a rentabilităţii şi a nivelului posibil de instabilitate dă posibilitatea obţinerii unei evaluari generale asupra atractivităţii viitoare a domeniului de activitate (o companie este bine să aibă două evaluări independete: pe termen lung şi pe termen scurt).

Pentru ca un sector de activitate să fie atractiv trebuie să îndeplinească mai multe cerinţe, cum ar fi:

- rată ridicată a rentabilităţiilor investite,
- o rata medie a creşterii cifrei de afaceri relativ ridicată,
- bariere reduse de ieşire din sector,
- inexistenţa produselor de substituţie,
- puterea de negociere a furnizorilor/ cumpărătorilor redusa etc.

Analiza sectorului economic în care acţionează o întreprindere

Prima analiză: cele cinci forţe identificate de Michael Porter presupune faptul că niciun sector economic nu seamănă în mod real cu un altul; fiecare sector are propria sa structură fiind condus de legi proprii. Cele cinci forţe ale acestei analize sunt: rivalitatea între firmele existente (creşterea înceată a pieţei, în condiţiile în care unele întreprinderi vor încerca cu orice preţ să-şi mărească cota de piaţă), puterea de negociere a furnizorilor (adică întreprinderile situate în amonte, chiar dacă nu sunt furnizori direcţi), puterea de negociere a clienţilor (şi a tuturor participanţilor din cadrul întreprinderii), riscul noilor intraţi (este accentuat de existenţa barierelor slabe de intrare) şi riscul produselor sau serviciilor de substituţie (există în toate sectoarele şi constă în interesul pe care piaţa îl poate găsi în aceste produse sau servicii de substituţie).

A doua analiză: "Filiera" cuprinde ansamblul actorilor care permit punerea la dispoziţia utilizatorilor sau consumatorilor a unui produs sau serviciu, aşadar descrie procesul ca pe o succesiune de activităţi care face posibilă evidenţierea meseriilor şi chiar a tehnologiilor. În interiorul filierei există câteva surse de putere cum ar fi: importanţa mărimii întreprinderilor, controlul tehnologiilor utilizate, controlul asupra clientului final etc.

A treia analiză: maturitatea sectorului. Sectoarele economice au o curba de viaţă la fel ca şi produsele.

A patra analiză:"Tendiţele majore": ameninţări şi oportunităţi O altă formă de analiză a mediului o constituie examinarea evolutiei marilor tendinţe ale industriei căreia îi aparţine întreprinderea. Pornind de la rezultatele acestei analize urmează încercarea de descriere a ameninţărilor sau oportunităţilor pe care le rezervă fiecare tendinţă majoră pentru întreprinderile aflate în concurenţă.

Utilizarea metodei celor 5 forţe reprezintă o primă modalitate de a determina ameninţările şi oportunităţile unui sector. Fiecare din cele patru analize are, în mod firesc, propriile limite. Însă este posibil ca, parţial, acest inconvenient să fie înlăturat. Pentru acest scop este suficient să nu uităm faptulcă analizele sunt complementare şi pot fi utilizate toate, de o manieră iterativă.

Conținutul procesului de analiză economică poate fi structurat în:

- Definirea/ delimitarea obiectului analizei, care presupune identificarea faptelor fenomenelor sau rezultatelor care se vor concentra analiza această delimitare se va face în timp și spațiu, cantitativ și calitativ.
- Determinarea elementelor factorilor și cauzelor fenomenului studiat. Descompunerea în elemente presupune o analiză structurată. Factorii se stabilesc în mod succesiv trecând de la cei cu acțiune directă, la cei cu acțiune indirectă, până la stabilirea cauzelor finale pe principiul descompunerii în trepte.

Clasificarea factorilor care influenențează activitatea economică:

- După natura conținutului: tehnici, economici, biologici, culturali, naturali, organizatorici, social-politici, demografici, psihologici
- După caracterul acestora: factori calitativi, care sunt decaeiași natură cu progresul analizat, însă se deosebește de fenomene prin gradul de cuprindere (ex: productivitatea muncii=producția), factori cantitativi, exprimă nivelul cantitativ și sunt purtătorii materialelor concrete ai factorilor calitativi.
- După felul în care acționează asupra procesului economic analizat: factori cu acțiune directă care acționează și exercită directinfluența asupra fenomenelor supuse analizei, factor cu acțiune indirectă, care manifestă influență asupra procesului analizât în mod indirect prin factorilor directi.
- După izvorul acțiunilor: factori endogeni (interni), (ex: productivitatea, rentabilitatea, cifra deafaceri etc.), factori exogeni, (factori din exteriorul întreprinderii), (ex: inflația, varietatea schimbului valuatar).
- După natura circuitului economic: factori specifici activitati deproducție, factori specifici vânzării, factori specifici activităților de aprovizionare.
- După gradul de influență a acțiunilor: factorii principali, sunt hătărâtori, dominanți și factorii secundare, de mai mică importanță.

Odată cu stabilirea factorilor are loc și determinarea corelației dintre fiecare factor și fenomenul economic analizat, cât și a corelației dintre aceștia. Prin corelație se înțelege o relație de tip cauză-efect care generează raporturi de condiționare.

Analiza dinamicii pe baza indicatorilor valorici.

Pentru caracterizarea activității de producție și comercializare se folosesc următorii indicatorii valorici:

Pentru caracterizarea activitatii de productie si comercializare se utilizeaza **un sistem de indicatori valorici**, fiecare continuând o anumită informație economică.

Primul indicator valoric, **cifra de afaceri CA** = suma veniturilor obtinute din activitati comericale curente, intr-o anumita perioada de timp.

Al doilea, **producție marfă fabricată Qf** = exprima valoarea productiei facute, si a semifabricatelor destinate vanzarii

Al treilea, **producția exercițiului Qc** = reflecat volumul total al productiei obtinute si destinate vanzarii, mai exact cuprinde pe Qf si valoarea lucrarilor executate si serviciilor prestate.

Al patrulea, **valoarea adaugată Qa** = plusul de valoare obținut în urma activității firmei într-o anumită perioadă de timp.

Valoarea totala netă, este diferența dintre valoarea adaugată netă și amortizare Qa – A = Qau

Pentru a caracteriza situația generală a firmei pe baza indicatorilor valorici ai producției și comercializării se pot folosi următoarele modalități de analiză:

1. Cu ajutorul indicilor indicatorilor valorici. In acest caz situatia firmelor se apreciaza comparand corelatiile dintre indicii indicatorilor valorici efectivi (perioada 1) cu corelatiile normale care trebuie sa existe in cadrul unei firme.

Situații normale

ICA ≥ IQf => ca situatia aceasta este determinata de modificarea stocurilor de produse finite.

- daca este mai mare are loc reducerea stocurilor de produse finite
- daca este egal este o evolutie direct proportionala intre vanzari si stocurile de produse finite
- daca este mai mic cresc stocurile, nu este normal.

IQf › IQe

Aceasta inegalitate este determinata de reducerea stocurilor de produse in curs de executie, dar pana la limita sestramarii normale a activitatii de productie.

IQa› IQe

Aceasta inegalitate este rezultatul diminuarii ponderii cheltuielilor cu mat.

Qau› Qa (= nu exista cheltuieli cu mat) (‹ cresc chelt cu mat). Aceasta inegalitate este rezultatul reducerii ponderii amortizarii si cresterii valorii celorlalte elemente care comoun valoarea adaugata (= nu exista amortizare; ‹ cresc cheltuielile cu amortizarea si scad celelalte)

2. Raportul static intre principalii indicatori valorici. Acest raport se determina pe baza marimilor absolute ale indicatorilor valorici si reflecta evolutia elementelor care diferentieaza cei doi termeni ai raportului.

Situații normale

Acest raport reflecta modificarea stocurilor de produse finite si a altor evnituri exclusiv cele financiare si exceptionale

Acest raport reflecta evolutia stocurilor de productie neterminata

Elementul care diferentieaza termenii raportului este M

Daca › M scade = M- nu exista ‹ M – creste

In acest caz elementul care face diferentierea este Amortizarea, A.

3. Raportul dinamic dintre principalii indicatori valorici

- se stabileste pe baza indicilor indicatorilor valorici si caracterizeaza evolutia comparativa in marimi relative a elementelor care diferentieaza cei doi termeni luati in calcul fata de perioada precedenta.
- caracterizeaza evolutia livrarilor comparativ cu productia fabricata
- caracterizeaza evolutia comparativa a dinamicii finalizarii prod. cu dinamica volumului de activitate.
- caracterizeaza evolutia gradului de prelucrare a resurselor intrate din afara intreprinderii (M)
- caracterizeaza evolutia comparativa a A si a celorlalte componente ale valorii adaugate.

3.12 Analiza competiției în cadrul sectorului

Analiza concurenței este un proces care presupune colectarea datelor despre concurenți, analizarea acestora și tragerea de concluzii pentru a crea cea mai eficientă strategie de marketing. Include analiza modelului de afaceri, grupului țintă, ofertei, activităților de marketing, strategiilor de vânzare și planurilor de comunicare.

Din definiția analizei concurențiale (cunoscută și sub numele de competition analysis) reiese că este un proces care implică colectarea datelor despre propriii concurenți, analizarea acestora și trageri de concluzii pentru a elabora cea mai eficientă strategie de marketing pe această bază.

Ca și concurență, în cazul marketingului online, puteți lua în considerare alte branduri care activează pe aceeași piață, au produse foarte asemănătoare în ofertă, derulează campanii de promovare și vânzări pe internet.

Când vine vorba de internet și SEO, concurența nu este întotdeauna evidentă. Uneori, există site-uri care concurează pentru cuvinte-cheie legate de afacerea dvs., de care nu aveți cunoștință. Prin urmare, este esențial să verificați rezultatele căutării pentru cuvintele-cheie selectate și să identificați concurenții.

Aici intervine AW și raportul de concurență. Într-un mod simplu și clar, acesta vă arată care sunt site-urile ce au cele mai multe cuvinte comune cu domeniul dvs. și împotriva cărora concurați, de fapt, pentru cea mai bună vizibilitate posibilă.

Analiza concurențială trebuie să includă următoarele domenii:

- modelul de afaceri
- grupul țintă
- tipul de ofertă
- activitățile de marketing
- strategiile de vânzare
- planurile de comunicare
- punctele forte și punctele slabe

Legătura depinde de disponibilitatea anumitor date. În fond, nu este logic să analizați ceva despre care nu aveți nicio informație.

De ce este importantă analiza competitivă?

Motivul principal pentru care trebuie să analizăm concurența în primul rând și să o facem în mod regulat este că trebuie să cunoaștem competitorii. Prin aceasta, acționăm mult mai eficient și mai deliberat.

Întotdeauna unul dintre primele elemente ale unui astfel de plan a fost o analiză a concurenței: cei din apropiere (concurenți direcți), precum și cei mai îndepărtați (concurenți indirecți sau lideri din industrie). Acest lucru mi-a permis să construiesc în mod constant o imagine actualizată a pieței și să știu ce se întâmplă pe ea. Fără informațiile obținute în acest fel, fără să știm ce face concurența, nu suntem capabili să luăm decizii bune legate de activitățile de marketing..

Cu toate acestea, acesta nu este însă singurul argument în favoarea analizării în mod fiabil a acțiunilor competiției. Este important să ne amintim că, atunci când ia o decizie de cumpărare, clientul vă

compară foarte des cu alte mărci – verificând dacă oferta dvs. este cea mai bună sau dacă poate găsi ceva mai fiabil. Numai dacă sunteți la curent cu ceea ce se întâmplă din partea competitorilor puteți să vă pregătiți mai bine oferta. Acest lucru, la rândul său, are șansa de a se traduce într-o decizie pozitivă a clientului pentru dumneavoastră.

Ce avantaje sunt asociate cu acest proces?

Desigur, analizarea strategiilor și acțiunilor concurenților de pe piață presupune să arunci o privire asupra a ceea ce fac ceilalți. Însă rezultatul acestei investigații nu ar trebui să se traducă în idei transferate direct către brandul tău sub forma unui duplicat perfect. Această abordare ar putea aduce cu sine o serie de probleme.

Însă, atunci când abordați analizele de acest tip ca pe o sursă de cunoaștere și inspirație, puteți descoperi cu adevărat o mulțime de idei interesante. Această perspectivă ar trebui să fie considerată cu adevărat un beneficiu uriaș. Și, mai important, posibilitățile nu se opresc aici!

Mulțumită analizei competiției înainte de a începe activitățile de marketing sau de poziționare:

- Înveți din greșelile altora.
- Vă scutiți de multe piedici și de implementarea unor strategii ineficiente
- Alegeți direcția de dezvoltare a marketingului și comunicării
- Veți începe să acționați pe baza unor date fiabile
- Vă veți stabili obiective specifice, realiste, măsurabile și realizabile
- Definiți mai eficient un calendar pentru activitățile publicitare ulterioare

Etapele analizei concurențiale

Nu se poate nega faptul că analiza competitivă este un proiect de proporții cu adevărat considerabile. Un sfat important pentru cei care doresc să efectueze analiza singuri: împărțiți munca în etape și alocați timp pentru fiecare aspect.

În altă situație, există riscul să vă confruntați cu… un eșec al sistemului propriu de conducere.

În schimb, dacă doriți să externalizați analiza către o agenție sau un specialist SEO, este recomandat să împărțiți analiza în etape, pentru a stabili un proces de colaborare eficient.

În acest fel:

- Veți evalua împreună dimensiunea întreprinderii (cu cât este mai mare compania, cu atât mai amplă este analiza competitivă)
- Estimați costurile operațiunilor
- Prognozați rezultatele așteptate și realizabile

Instrumente de analiză concurențială:

Senuto – instrumentele și rapoartele pe care le veți găsi în Senuto vă vor ajuta să vă extindeți noțiunea de concurență, să comparați rezultatele propriilor eforturi SEO cu ale lor și să vă planificați următorii pași în cursa pentru cele mai bune poziții posibile. De asemenea, avem metrici de trafic. În Senuto, aveți ocazia să vă cunoașteți concurenții, astfel încât să știți pe cine să urmăriți și să verificați în alte instrumente. În plus, puteți identifica diferența de cuvinte-cheie și să determinați direcția eforturilor dvs. În plus, aveți posibilitatea să verificați backlink-urile care conduc către site-ul dvs. web.

Brand24 – puteți evalua vizibilitatea online a competitorilor dvs., nu doar în rezultatele organice. Într-adevăr, termenul de „activități online" este extrem de amplu. Prin datele extrase din panoul de utilizatori, veți descoperi sentimentul față de brandul dvs., frecvența mențiunilor online și extinderea acoperirii lor. Ce vă oferă aceste informații? În primul rând, cunoștințele necesare pentru a determina dacă strategia dvs. ar trebui să includă activități plătite, cum ar fi articolele sponsorizate, sau PR.

Ahrefs – folosiți instrumentele lor pentru a evalua backlink-urile care duc către site-urile concurenților dumneavoastră. Odată ce le definiți profilul, veți obține un punct de referință foarte solid pe care să-l implementați în propria strategie.

SmililarWeb – iată un alt sprijin pentru orice marketer. Ajungeți la el pentru a estima cantitatea de trafic sau sursele acestuia din partea competitorilor dumneavoastră. Tot de acolo veți afla ce reclame ale altor mărci sunt afișate și unde apar, ceea ce – din nou – vă va fi de folos atunci când vă planificați propriile publicații.

Siteliner – acesta este un mod destul de simplu de a evalua site-urile concurente din punct de vedere tehnic, cum ar fi detectarea link-urilor care nu funcționează.

Napoleon Cat– după cum știți, concurenții dvs. nu numai că așteaptă o actualizare, dar publică și conținut pe rețelele sociale. Ar trebui să fiți și voi acolo. Iar pentru a o face cu cap, este esențial să verificați cum se comportă concurenții dvs. în acest domeniu. Acest instrument vă va sprijini în acest sens.

Etapele analizei competitive – 5 pași esențiali

- **ETAPA 1: Creați o listă cu competitorii**

În funcție de dimensiunea afacerii sau a clienților dvs., enumerați între 5 și 10 concurenți. Este important ca aceștia să nu fie doar rivali direcți, ci și să ofere produse sau servicii similare. Puteți utiliza indicii din instrumente precum Senuto pentru a vă ghida. De exemplu, în modulul de analiză a vizibilității, puteți identifica brandurile cu care vă confruntați în căutările Google.

Dacă aveți timp, resurse și fonduri disponibile, puteți să includeți în această listă atât brandurile solid stabilite, cât și pe cele aflate la început de drum. Prin aceasta, veți examina oportunitățile dintr-o perspectivă mult mai amplă.

- **ETAP 2: Realizați cercetări de piață**

Puteți efectua studii de piață în mai multe moduri diferite. Totuși, acest proces poate consuma într-adevăr mult timp și energie. Pentru a obține informații corecte despre situația pieței, aveți nevoie de următoarele:

- Analizați vizibilitatea în motoarele de căutare a site-urilor concurenților
- Înțelegerea tendințelor actuale din industrie
- Realizarea interviurilor cu utilizatorii
- Puneți-vă și câteva întrebări importante care vor face ca cercetare de piață să vă aducă o serie de informații relevante.
- **ETAP 3: Comparați produsele/serviciile**

Pentru aceasta, ar trebui să creați un tabel în Excel și să adunați acolo toate informațiile esențiale, cum ar vizibilitatea pentru expresiile legate de produsele sau serviciile oferite de concurenți.

Realizați o reevaluare a produselor sau serviciilor din următoarele perspective:

- Prețul
- Elementele care compun serviciul/produsul
- Grupul țintă în funcție de vârstă
- Numărul de facilități/caracteristici
- Designul
- Calitatea muncii prestate
- Modul de utilizare
- Tipurile de garanție
- Asistența post-cumpărare

Și apoi analizați dacă puteți adăuga ceva din acestea la oferta dumneavoastră pentru a lupta pentru o vizibilitate mai bună în viitor.

Țineți cont, de asemenea, că un astfel de document trebuie actualizat cel puțin o dată la trimestru. Piața evoluează rapid, iar este esențial să țineți pasul cu schimbările.

- **ETAP 4: Comparați modalitățile de comunicare**

După ce ați identificat deja ce oferă concurenții dvs, este momentul să descoperiți cum se comunică ei. Acest aspect este extrem de important, deoarece veți construi fundația pentru elaborarea propriei strategii de marketing. Și probabil că sunteți conștient deja că acesta este un proces incredibil de complex.

Pentru a evalua metodele de comunicare ale competitorilor dvs, urmați acești pași:

- Dacă și cum își mențin profilurile de social media
- Modul în care promovează produsele/promoțiile/campaniile speciale pe site-ul lor
- Dacă au un blog, ce conținut publică acolo, care este cel mai vizibil și ce trafic generează (pentru aceasta, utilizați VA și raportul „Pagini"),
- Cum arată publicitatea lor plătită
- Cum își spun povestea mărcii și a produselor lor
- Cum se prezintă în motoarele de căutare și ce acțiuni SEO întreprind
- Ce limbă folosesc pentru a comunica cu publicul lor

Multe dintre aspectele de mai sus vă vor oferi, de asemenea, răspunsuri la întrebarea despre cine constituie publicul țintă al mărcilor în discuție și, desigur, unde își petrece acest grup timpul. Dacă cineva renunță la activitățile strict de PR, dar investește într-o prezență pe TikTok, transmite un semnal clar că grupul său se află exact acolo. Iar dacă publicul dvs. se potrivește cu acest profil, este posibil să fie necesar să vă afișați și pe această platformă socială.

S-a observat că, destul de des, în analizele concurențiale, subiectele SEO sunt uitate să fie incluse. Și totuși, este o sursă solidă de date. Numărul de link-uri atât de intrare cât și de ieșire, cuvintele cheie pentru care site-ul se afișează și derivatul tuturor acestora, adică estimarea traficului –datele menționate mai sus ajută la evaluarea implicării competitorilor în activitățile SEO, și astfel poate diagnostica o nișă importantă în care putem ieși în evidență față de ceilalți, spune Luke Fedor, SEO &; Paid Manager la Senuto.

- **ETAP 5: Realizați o analiză SWOT a afacerii dumneavoastră**

După ce ați colectat toate informațiile necesare despre concurența dvs., va veni momentul să evaluați afacerea dvs. în funcție de acestea. Este important să fiți conștient de activitățile competitorilor. Cu toate acestea, trebuie să aveți în vedere:

- Cum vă comparați cu ei?
- Care sunt avantajele dvs.?
- Unde identificați principalele dvs. oportunități?

- Unde observați principalele dvs. amenințări?
- În ce tendințe vă încadrați și cum le puteți folosi în comunicările dvs.?

Analiza SWOT vă va sprijini în realizarea acestui pas în cel mai structurat mod posibil.

- **ETAPA 6: Efectuați analiza SEO**

În această etapă, este de asemenea util să adunați informații despre activitățile SEO ale concurenților. Pentru a face acest lucru:

- urmăriți vizibilitatea lor în motoarele de căutare,
- adunați informații despre strategia lor SEO,
- analizați site-urile lor, gama de produse și structura pe categorii.

Este crucial să vă cunoașteți cu adevărat capacitățile și slăbiciunile. Nu există loc pentru incertitudine sau pentru a lăsa lucrurile să pară altfel decât sunt în realitate.

Dacă doriți să comparați rapid și eficient vizibilitatea mai multor domenii, atunci utilizați instrumentul de Analiză a Concurenței din modulul de Analiză a Vizibilității în Senuto. Astfel, puteți vedea cuvintele pentru care concurenții dvs. sunt vizibili și dvs. nu. Iar dacă selectați modul potrivit, puteți de asemenea observa care cuvinte reprezintă un avantaj pentru dumneavoastră în comparație cu concurenții.

Identificați amenințările și oportunitățile pentru afacerea dvs.

Așa cum am scris puțin mai sus – datele colectate vor fi excelente pentru a realiza o analiză SWOT. Această metodă are într-adevăr o mulțime de avantaje, cum ar fi:

- vă ajută să identificați punctele forte și punctele slabe, să evaluați oportunitățile și să numiți amenințările
- contribuie la luarea unor decizii de afaceri și strategice în cunoștință de cauză
- ajută la prioritizarea activităților și la îmbunătățirea performanței generale
- furnizează un mesaj clar legat de situația actuală a companiei dumneavoastră

Când știți cine este concurentul dumneavoastră și cum operează, puteți transforma îndrăzneț punctele sale slabe în propriile avantaje pe piață. Cu toate acestea, în marketing, toate strategiile sunt permise, cu excepția denigrării competitorilor. Doar giganții precum Coca-Cola și Pepsi sau Burger King și McDonald's își permit să aibă „războaie" deschise fără consecințe.

Dacă, totuși, în timpul cercetărilor dumneavoastră, observați că un concurent are probleme cu livrarea la timp (deoarece majoritatea recenziilor Google semnalează acest lucru), puteți începe să includeți mesaje despre punctualitatea dumneavoastră. De asemenea, dacă identificați elemente în modul în care

competitorul prezintă oferta, care lipsesc la dumneavoastră, gândiți-vă la modul în care le puteți îmbunătăți pe ale dumneavoastră.

Și dacă concurenții dvs. sunt vizibili pentru anumite expresii, încercați să lucrați la cele pe care ei le omit. Sau, având în vedere vizibilitatea lor actuală, identificați cuvintele pentru care se află în poziții sub primele 10 și încercați să le depășiți.

O analiză a concurenței bine realizată este unul dintre principalele instrumente care vă ajută să vă planificați strategia și să vă construiți propriul avantaj pe piață.

Dacă vă uitați cu regularitate la acțiunile concurenților dumneavoastră, puteți identifica greșelile sau acțiunile lor care nu au avut prea mult succes. Ca urmare, ajungeți să cunoașteți mai bine un public țintă similar și să învățați din greșelile altora. .

Alte beneficii ale analizei concurențiale includ capacitatea de a lua decizii de afaceri importante pe baza datelor, mai degrabă decât pe baza intuiției. Căci aceasta poate fi înșelătoare.

În plus, datorită analizei concurențiale, vă puteți stabili obiective specifice, vă puteți direcționa acțiunile sau vă puteți verifica strategiile, cum ar fi cele de marketing sau de stabilire a prețurilor..

Cum se evaluează competitivitatea unei companii?

Din punct de vedere comercial, măsurați competitivitatea unei companii pe baza reputației sale, a performanței financiare, a poziției pe piață și a recunoașterii.

Cu toate acestea, însă, nu sunt toți indicatorii prin care puteți evalua acest aspect. Dacă aveți nevoie de o perspectivă amplă asupra poziției brandy-ului dumneavoastră, este o idee bună să pregătiți nu numai o listă a concurenților (de exemplu, pe baza instrumentelor/ofertelor), ci și să analizați îndeaproape activitățile acestora, de exemplu, în:

- marketing de conținut,
- construirea unei oferte,
- SEO,
- aspect PR,
- social media.

Apoi colectați toate datele sub forma unui tabel clar și evaluați unde sunt avantajele dvs. și unde mai aveți mult de lucru. Pe această bază, strategia de acțiune se pregătește aproape singură!

4. ANALIZA PERFORMANŢEI FINANCIARE A UNEI SOCIETĂŢI

În general, performanţa este asociată cu două procese-cheie: managementul performanţei şi măsurarea acesteia. Managementul performanţei este procesul autocuprinzător care tratează subiectul performanţei şi reflectă legătura dintre entitate şi performanţă, incluzând procese ca definiţia strategiei, realizarea strategiei, procesul de training şi măsurarea performanţei; în acest caz măsurarea performanţei apare ca un subproces al managementului performanţei, care se concentrează în principal pe identificarea, urmărirea şi comunicarea rezultatelor performanţei prin utilizarea indicatorilor de performanţă.

În teoria şi practica economico-financiară se utilizează atât singularul, cât şi pluralul categoriei de performanţă. Se vorbeşte de performanţa entităţii economice, dar foarte des sunt analizate performanţele financiare ale entităţii.

Autorii consideră că cea mai facilă dar, totodată, şi eficientă modalitate de reflectare a performanţelor unei întreprinderi este prin intermediul rezultatelor acesteia, indiferent dacă rezultatele sunt exprimate în mărimi absolute (profit) sau în mărimi relative (rentabilitate).

În sensul celor menţionate mai sus performanţa trebuie înţeleasă ca fiind capacitatea comportamentală a unui sistem de a înregistra un rezultat în limitele valorice ale nivelurilor de referinţă care să îl definească şi să-l compare cu realizările reprezentative din mediul economic.

Totuşi, este necesar de remarcat faptul că formularea concluziilor în urma determinării şi evaluării performanţelor unei întreprinderi este destul de riscant, aceste investigaţii având mai degrabă un caracter aproximativ, deoarece, entităţile economice îşi desfăşoară activitatea în condiţii şi împrejurări diferite. Însă, până la urmă, sistemul indicatorilor de performanţă trebuie conceput pentru a satisface nevoia de informare a două principale grupuri: investitori şi manageri.

Conform abordărilor IAS/IFRS, prin performanţe financiare se înţeleg veniturile, cheltuielile şi rezultatele financiare ale unei entităţi economice. Informaţii despre aceste componente financiare sunt oferite în principal de Raportul de profit şi pierderi (elaborat de către orice entitate economică, indiferent de structura organizatorico-juridică sau genul de activitate), iar o parte din anexele şi notele explicative vin să completeze informaţiile privind performanţele entităţii.

4.1.Analiza fiecărei componențe din situațiile financiare, rol, informații semnificative, utilitate pentru administrarea riscului

Există o convergenţă a părerilor celor care studiază economia şi, mai ales, a celor care activează în acest domeniu, potrivit căreia riscul în afaceri este ceva normal. Este o componentă firească şi de neînlăturat din lumea afacerilor. Dispariţia lui creează derută, ineficienţă şi generează comportamente nefireşti ale întreprinderilor, cum s-a constat în sistemele totalitare. Atunci, riscul sa diminuat, adesea chiar a dispărut, fiindcă economia a fost condusă prin pârghii de comandă de sorginte administrativă. Multitudinea factorilor, care generează riscul afacerilor, determină manifestarea acestuia în diferite ipostaze:

- **Riscul de piaţă**

Orice studiu al pieţei ar efectua o firmă, nu poate afla cu precizie dacă tot ce va produce se va şi vinde. Cererea faţă de produsele unei firme este, de regulă, mai mult elastică decât stabilă, deoarece preferinţele şi orientările consumatorilor, nivelul preţului şi mărimea ofertei competitorilor sunt imprevizibile. Aşa că, instabilitatea cererii, a vânzărilor, a preţului, determină apariţia riscului în viaţa întreprinderilor.

- **Riscul economic (de exploatare)**

Activitatea întreprinderilor diferă de la o ramură la alta, firmele confruntându-se cu situaţii diferite datorită interacţiunii unor factori, cum ar fi:

- variabilitatea cererii, care face încasările nesigure, ca de altfel şi posibilităţile de plată a furnizorilor şi de extindere a afacerii;
- fluctuaţia preţurilor de achiziţie a factorilor de producţie utilizaţi influenţează nivelul costurilor şi mărimea profitului firmei;
- calitatea activităţii de marketing, care poate influenţa sau nu firma să adopte modificările impuse de conjunctura pieţei;
- competenţa managerilor, reflectată în oportunitatea deciziilor luate, de care depinde ulterior succesul sau eşecul afacerii.

Riscul economic este legat de structura costurilor de exploatare (în fixe şi variabile) şi depinde în mod direct de ponderea mai mare sau mai mică a cheltuielilor fixe în totalul cheltuielilor.

Pentru estimarea riscului de exploatare şi a riscului financiar, practica afacerilor utilizează un instrument de analiză cunoscut sub denumirea de pragul de rentabilitate, care permite stabilirea condiţiilor necesare realizării echilibrului microeconomic, cu sau fără profit (punctul mort).

Pragul de rentabilitate reprezintă volumul de activitate (volumul fizic al vânzărilor) numit volum critic, la care veniturile (cifra de afaceri critică) echilibrează cheltuielile, la punctul mort rezultatul fiind egal cu zero.

Riscul de exploatare decurge din fluctuaţiile rezultatului exploatării în funcţie de poziţia faţă de pragul de rentabilitate (punctul mort) şi de structura costurilor de exploatare în fixe şi variabile.

- **Riscul financiar**

Întreprinderile se confruntă în permanenţă cu un risc economic deoarece nu au un control mulţumitor asupra veniturilor viitoare. Dar, alături de acest risc, intervine încă unul suplimentar, ori de câte ori apelează la împrumuturi, care implică cheltuieli financiare pentru remunerarea datoriilor (dobânzi) şi influenţează rentabilitatea întreprinderii – riscul financiar.

Importanţa acestui coeficient decurge din faptul că rezultatul net condiţionează atât beneficiul şi dividendele pe acţiune, cât şi autofinanţarea întreprinderii, care cointeresează personalul, acţionarii şi proprietarii întreprinderii.

Pentru a preveni riscul financiar întreprinderile trebuie să-şi calculeze şi să-şi asigure un prag de rentabilitate, configurat ca un interval de încredere şi nu ca un reper valoric predeterminat. Amplitudinea acestui interval este determinată de nivelul incertitudinii în care evoluează întreprinderea în cauză. Când ea tinde spre zero, cu siguranţă va fi vorba de o rentabilitate punctuală şi nu un interval în care profitabilitatea se realizează cu probabilitate mulţumitoare. Iar, când incertitudinea este ridicată, intervalul de încredere are o dimensiune atât de mare, încât devine neutilizabil în procesul decizional.

- **Riscul datorat schimbărilor în tehnologie**

Deoarece evoluţia tehnologiei are un rol atât de important în activitatea concurenţială, anticiparea schimbărilor în acest domeniu poate îmbunătăţi poziţia unei firme pe piaţă. După cum orice ezitare, întârziere sau eroare în previzionarea evoluţiei tehnologiei sau în achiziţionarea celor mai adecvate realizări în domeniu, poate aduce prejudicii nebănuite întreprinderilor. Cine nu descoperă şi nici nu ajunge să cunoască caracteristicile ramurii, care determină particularităţile evoluţiei tehnologiei, va pierde. Explicaţia se află în faptul că factorii, sursele şi efectele schimbărilor progresive ale tehnologiei nu vor fi aceleaşi ca în situaţia discontinuităţii din acest plan.

- **Riscul valutar**

Întreprinderile, care folosesc devize pentru desfăşurarea activităţii lor, se expun riscului valutar. Acesta se manifestă sub forma posibilităţii înregistrării unor pierderi, fie ca urmare a păstrării sau încasării

unei valute, fie datorită efectuării, sau numai a proiectării realizării de operaţiuni de schimb valutar, la o dată ulterioară predeterminată. Modificarea cursului de schimb la valuta deţinută sau la cea folosită într-un contract de credit în devize sau de import-export produc efecte diferite la părţile implicate, în funcţie de noul raport dintre valutele tranzacţionate. Astfel, dacă valuta respectivă se depreciază, proprietarul ei şi creditorul înregistrează o pierdere, în timp ce debitorul obţine un câştig. Acesta se expune la un risc de schimb şi pierde, dacă până la scadenţa datoriei lui, moneda în care se exprimă obligaţia de plată se apreciază.

Într-o situaţie identică ajunge şi cel care investeşte în altă ţară, în care rata dobânzii şi perspectivele de câştig sub forma profitului sunt mai înalte, dacă scade cursul de schimb al valutei în care şi-a plasat capitalul în străinătate.

Riscul de schimb valutar afectează într-un mod asemănător şi rezultatele financiare ale întreprinderilor dintr-o ţară, când ele îşi convertesc, în momentul decontării, preţul din contract, exprimat în moneda naţională, într-o valută străină.

Se expun la un astfel de risc de translaţie şi firmele care lucrează pe diferite pieţe, când transferă, în vederea încheierii bilanţului şi a întocmirii declaraţiei de venituri ale acţionarilor, rezultatele financiare ale filialelor, exprimate în diferite monede, în contul societăţii mamă. Dacă în timp au loc modificări ale raportului de schimb dintre monedele folosite de filiale şi valuta ţăriii de origine a societăţii mamă, pot să apară pierderi în urma acestor convertiri. Mărimea riscului valutar, generat de operaţiunile de translaţie a valorii activelor şi pasivelor, a veniturilor şi cheltuielilor înregistrate de subunităţile firmelor cu activitate transnaţională, este influenţată de rata de schimb folosită în conversie. Dacă se utilizează rata de schimb curentă, elementele valorice supuse conversiei ajung să fie expuse la risc, iar, dacă se recurge la rata iniţială, numită istorică, valoarea activelor şi pasivelor nu va fi periclitată de acest risc. Astfel, dacă activele unei filiale, măsurate în monedă străină, depăşesc valoarea pasivelor, exprimate în aceeaşi valută, atunci deprecierea acesteia va avea ca rezultat o pierdere, iar deprecierea ei va conduce la un câştig pentru societatea mamă.

Din analiza acestor operaţiuni comerciale şi financiare rezultă că activitatea economică se desfăşoară adesea în etape, din care motiv apar numeroase situaţii în care, între momentul efectuării

unui act sau a unei prestaţii şi cel în care se stinge obligaţia generată, ce se naşte în acest mod, se scurge un interval de timp. Acceptarea încasării drepturilor băneşti la o dată ulterioară momentului naşterii datoriei din partea partenerului de afaceri, respectiv alegerea variantei de a achita un supliment la preţ, dacă vânzătorul este de acord că această operaţiune să se efectueze mai târziu, sunt atitudini normale

într-o tranzacţie de anvergură. Doar că ele atrag după sine o anumită expunere la risc, datorită fluctuaţiei cursului de schimb.

- **Riscul de faliment (insolvabilitate)**

Un obiectiv major al diagnosticului financiar în aprecierea stării de sănătate financiară a întreprinderii îl constituie evaluarea riscurilor ce îi însoţesc activitatea, din care unele semnalează vulnerabilitatea, iar altele prefigurează falimentul (insolvabilitatea) ce ameninţă supravieţuirea.

Cumularea riscului economic cu cel financiar prin intermediul coeficientului levierului total (CLT) permite evaluarea riscului global – economic şi financiar – cu atât mai ridicat, cu cât cheltuielile legate de amortizare şi dobânzi deţin o pondere mai mare în totalul cheltuielilor.

Mărimea riscului activităţii economico-financiare interesează nu numai întreprinderea care apelează la credite, ci mai ales băncile creditoare, care consideră că pentru a beneficia de un credit, întreprinderea trebuie să prezinte o bonitate financiară, care să exprime o garanţie a gestionării sănătoase a activităţii la toate nivelurile, de la cel operaţional la cel strategic.

În acest sens, evaluarea completă a stabilităţii întreprinderii şi a posibilităţii de a înregistra pierderi care să anticipeze degradarea situaţiei financiare, până la riscul de faliment, se poate realiza prin intermediul indicatorilor ce exprimă calitatea activităţii economico-financiare:

- solvabilitatea patrimonială exprimă gradul în care capitalurile proprii asigură acoperirea obligaţiilor pe termen lung şi a creditelor prin elemente patrimoniale.

Aceasta trebuie să aibă valori peste 0,3 şi o evoluţie ascendentă. O valoare sub 0,3 este un semnal de prudenţă deosebită ce impune o alertă crescută din partea băncii finanţatoare, întreprinderea fiind falimentară.

- lichiditatea exprimă capacitatea de achitare la termen a obligaţiilor pe termen scurt din resursele băneşti disponibile.

Lichiditatea trebuie să aibă valori supraunitare pentru a arăta existenţa unui supliment de resurse care să facă faţă incidentelor ce pot apărea în mişcarea capitalului circulant.

- trezoreria constituie partea care rămâne din resursele stabile după ce au fost finanţate imobilizările şi necesarul de fond de rulment şi exprimă aptitudinea întreprinderii de a se finanţa din resursele stabile.

O trezorerie negativă implică recurgerea la credite bancare de trezorerie pentru plăţile curente, ceea ce arată dificultăţi financiare pe termen scurt.

- rata rentabilităţii financiare reflectă capacitatea întreprinderii de a obţine profit net prin utilizarea capitalurilor proprii şi este favorizată de recurgerea la împrumuturi în cazul unui efect de levier financiar pozitiv.

Prin sistemul de rate şi de echilibru financiar, diagnosticul financiar permite evidenţierea punctelor tari şi a punctelor slabe ale gestiunii financiare, respectiv a performanţelor şi a riscului economic şi financiar, dar nu oferă posibilitatea evaluării evaluării riscului de faliment care ameninţă continuitatea întreprinderii aflate în dificultate.

Cauzele care pot conduce la faliment sunt numeroase şi vizează:

- reducerea activităţii;
- reducerea marjelor şi ratelor de rentabilitate;
- apariţia şi amplificarea problemelor de trezorerie, de management,
- falimentul unor clienţi, reducerea pieţelor de desfacere, blocajul în lanţ, etc

Studiul cauzelor falimentului a condus la concluzia că acesta nu este un fenomen brutal, ci un rezultat al unei degradări progresive a situaţiei financiare a întreprinderii, riscul de insolvabilitate fiind previzibil cu câţiva ani înaintea încetării plăţilor.

Cele "10 ameninţări" în cazul neevaluării riscului:

1. Amplasarea greşită a afacerii. Aceasta ţine de politica de marketing: presupune nepromovarea unor reclame corecte şi nealegerea unei pieţe favorabile desfacerii produsului.
2. Prea mult capital în active fixe. Eficienţa utilizării activelor fixe este scăzută.
3. Lipsa de capital. S-au făcut investiţii prea mari în active fixe şi nu mai există suficient capital circulant pentru continuarea procesului de producţie.
4. Probleme cu creditele. Nu există resurse pentru rambursarea datoriilor.
5. Proasta gestionare a stocurilor. Dublarea vânzărilor nu implică dublarea stocurilor. Stocurile vor creşte numai de 1/4 ori.
6. Expansiune necontrolată. Se lansează produse pe o piaţă care nu a fost cercetată în prealabil.
7. Capitalizare neadecvată. Ea este determinată de riscul activităţii. Dacă riscul este mare, dividendele cerute de investitori vor fi mari. Din profitul obţinut se plătesc dividendele şi partea investită va fi mică.
8. Lipsa de experienţă şi de calificare. Nu există interes pentru ridicarea gradului de pregătire profesională a celor angajaţi.

9. Probleme cu personalul. Dacă activitatea merge prost personalul va fi tentat să îşi găsească alt loc de muncă.
10. Birocraţia. Aceasta se găseşte în activităţile ale căror rezultate nu mai sunt satisfăcătoare.

Dacă se analizează aceste ameninţări se constată ca una derivă din cealaltă ca un efect cu propagare în lanţ.

Cei "7 factori de succes" în cazul evaluării riscurilor:

1. Tendinţa spre acţiune. Fiecare angajat este capabil să acţioneze zi de zi, fără a aştepta ordine de la cineva.
2. Apropierea de client pentru înţelegerea nevoilor acestuia. Activitatea de producţie trebuie să aibă un dublu scop: realizarea unui produs calitativ superior şi satisfacerea necesităţilor unui anumit segment de consumatori.
3. Autonomie în luarea deciziilor. Toată activitatea trebuie împărţită în compartimente care ştiu exact ce au de făcut şi unde de fapt se iau deciziile.
4. Conducerea simplă şi bazată pe valori. Americanii denumesc aceasta KISS = "a păstra lucrurile simple"(de la keep it short and simple).
5. Realizarea scopului propus sau denumit plastic "croşetarea modelului potrivit". Ideea constă în aceea că un produs nou se lansează numai pe o piaţă cunoscută, iar pe o piaţă nouă se vinde numai un produs deja cunoscut. Niciodată un produs nou nu se lansează pe o piaţă nouă, pentru că riscul este foarte mare.
6. Un personal bine pregătit şi dedicat. Activitatea presupune un lanţ de oameni implicaţi în procesul de producţie de la furnizorul iniţial la clientul final. Dacă fiecare este interesat în activitatea pe care o desfăşoară şi depune o muncă de calitate, riscul ca în procesul de producţie să apară întreruperi este foarte mic.
7. Un control cât mai scurt al activităţii. Nici un aspect al controlului nu trebuie neglijat în nici o fază a activităţii. Orice conducător analizând continuu activitatea de care răspunde şi ţinând cont de factorii menţionaţi mai sus, poate asigura succesul afacerii.

4.2.Analiza fondului de rulment (FR), a necesarului de fond de rulment (NFR), trezoreria netă (TN)

Scopul prezentului studiu este de a găsi răspuns la întrebarea: Când poate stabili întreprinderea raporturi financiare cu banca, astfel încât să fie respectate regulile de financiare, adică la nevoi

permanente să fie alocate surse permanente, iar la nevoi temporare - surse temporare, respectându-se limitele de îndatorare?

Echilibrul financiar, din multitudinea de semnificații pe care o are, desemnează egalitatea dintre sursele financiare şi mijloacele economice necesare desfăşurării activității de comercializare şi investiții, pe termen lung şi scurt.

Echilibrul financiar se fundamentează pe trei reguli principale:

1. **Regula echilibrului financiar minim** – presupune ca resursele utilizate pentru finanțarea activelor să rămână la dispoziŃia companiei pe o perioadă care trebuie să corespundă minim, aceleia de imobilizare.
2. **Regula îndatorării maxime** – presupune existența a două limite: suma datoriilor la termen nu trebuie să depăşească suma capitalurilor proprii; suma datoriilor pe termen mediu şi lung nu trebuie să depăşească autofinanțarea medie aferentă unei perioade de 3 ani. Aceste limite fac ca îndatorarea să aibă loc în anumite condiții, băncile nu vor putea accepta depăşirea acestor limite de îndatorare pentru a nu creşte nejustificat riscul de insolvabilitate al clienților băncii.
3. **Regula finanțării maxime** are la bază principiul potrivit căruia pentru orice operație de investiție, angajată de întreprindere, recurgerea la îndatorare nu trebuie să depăşească un procent din valoarea investiŃiei prevăzute, în practică acest procent poate fi cuprins între 50 şi 75% din valoarea investiției fără TVA, care corespunde unui procent de 85,5% din suma incluzând TVA.

Echilibrul financiar este apreciat cu ajutorul indicatorilor:

- Fondul de rulment
- Nevoia de fond de rulment
- Trezoreria netă

1. **Fondul de rulment** – este un indicator de echilibru financiar pe termen lung care compară sursele permanente de finanțare cu nevoile permanente reprezentând nivelul surselor stabile utilizate pentru finanțarea activelor ciclice.

Se determină în două modalități:

- pe baza părții de sus a bilanțului, ca diferență între capitalul permanent şi activele imobilizate nete, utilizând relația:

$$FR = Cperm – Ai\ nete$$

- pe baza părții de jos a bilanțului, ca diferență între activele circulante (stocuri + creanțe + disponibilități) şi datorii pe termen scurt (obligații din exploatare şi datorii financiare pe termen scurt):

$$FR = AC - Dts \quad (2)$$

Din analiza în dinamică, pot rezulta următoarele situații:

a. **Fondul de rulment creşte** – această situație este apreciată ca fiind favorabilă deoarece o parte tot mai însemnată din fondul de rulment va finanța activele circulante.

Dacă această creştere este determinată de creşterea gradului de îndatorare al companiei prin contractarea de împrumuturi bancare pe termen mediu şi lung atunci va avea loc concomitent şi o creştere a cheltuielilor financiare care va determina o diminuare a rezultatului exercițiului şi implicit o diminuare a capitalului propriu.

Nu este apreciat favorabil un fond de rulment care acoperă în totalitate nevoia de finanțare pentru activele circulante, deoarece locul resurselor permanente mult mai costisitoare ar putea fi luat de resursele temporare.

b. **Fondul de rulment scade** – de cele mai multe ori situația este apreciată ca fiind nefavorabilă, deoarece activele circulante sunt acoperite într-o mai mică măsură din resurse permanente.

Există două cauze care pot determina scăderea fondului de rulment:

- creştere a nivelului activelor imobilizate, ceea ce pe termen lung, va determina o îmbunătățire a situației financiare a companiei datorită rezultatelor financiare pozitive degajate de investiție;
- o scădere a nivelului capitalurilor proprii determinată de reducerea capitalului social, situație în care starea financiară a companiei este extrem de nefavorabilă.

În practică reducerea fondului de rulment mai poate avea loc şi pe seama rambursării datoriilor pe termen mediu şi lung situație în care este influențată direct trezoreria companiei.

- Fondul de rulment rămâne neschimbat – este rezultatul stagnării volumului de investiții şi a volumului de activitate, situație întâlnită pe perioade scurte, operațiunile financiar-contabile determinând modificarea permanentă a fondului de rulment în sensul creşterii sau scăderii lui.

În legătură cu mărimea fondului de rulment, în practică, sunt reținute două niveluri:

- mărimea minimă a fondului de rulment – la nivelul mediu al fluctuațiilor nevoii de fond de rulment;

- mărimea optimă a fondului de rulment– asigură menținerea echilibrului financiar la cel mai scăzut cost al promovării capitalurilor.

Concluzie. Pentru stabilirea raporturilor financiare dintre întreprinderi şi instituțiile financiare determinarea mărimii fondului de rulment este importantă din cel puțin douămotive:

- reflectă respectarea regulilor de finanțare în cadrul companiei care arată că la permanente întotdeauna vor fi alocate resurse permanente, orice nerespectare a regulilor de finanŃare poate conduce la instabilitatea financiară a companiei şi poate pune în pericol solvabilitatea sa.
- un fond de rulment negativ (FR < 0) va indica un deficit de resurse permanente care poate fi acoperit pe seama creditelor bancare pe termen şi lung, fiind momentul în care întreprinderea va putea stabili raporturi financiare cu banca sa, după o analiză prealabilă a surselor proprii de finanțare disponibile şi a costului surselor împrumutate.

2. **Nevoia de fond de rulment** ca şi indicator de echilibru financiar pe termen scurt nevoia de fond de rulment reprezintă partea din activele ciclice ce trebuie finanțate din surse stabile, respectiv activele cu termen de lichiditate sub un an care urmează să fie finanțate din surse cu exigibilitate peste un an.

Suntem în situația în care asigurăm finanțarea activelor circulante din resurse stabile, care reprezintă partea din fondul de rulment pozitiv neutilizată pentru finanțarea nevoilor permanente.

Utilizarea de surse permanente pentru finanțarea nevoilor pe termen scurt poate deveni nerentabilă din cauza costurilor pe care îl au în special creditele bancare pe termen lung.

Relația de calcul a nevoii de fond de rulment este:

NFR = Active ciclice – Pasive ciclice

sau

NFR = [Active circulante - DisponibilităŃi] - [Datorii pe termen scurt – Credite de trezorerie]

În practică se pot întâlni următoarele situații:

a) NFR > 0 este situația în care există un deficit de surse temporare ca urmare a unor nevoi temporare peste sursele ciclice posibil de mobilizat. Politicile de finanțare a întreprinderilor sunt orientate în astfel de situații pentru acoperirea deficitului de surse temporare din sursele proprii (FR > 0) sau pe seama trezoreriei pozitive (TN > 0) ca rezultat al contractării unor credite bancare pe termen scurt.

b) NFR < 0, este situația în care se înregistrează un excedent de surse temporare care va finața fie fondul de rulment, fie trezoreria, fiind rezultatul contractării unor datorii cu termen de plată mai relaxate sau a creşterii duratei de rotație a stocurilor şi creanțelor.

c) NFR = 0 așa cum s-a arătat, este situația în care volumul activității comerciale şi de producție stagnează ca rezultat al întreruperii activitĂŃii companiei.

Concluzie. Nevoia de fond de rulment, atunci când sursele proprii nu sunt suficiente şi trezoreria netă este negativă, va fi acoperită pe seama creditelor de trezorerie, acestea fiind baza, pe termen scurt, pentru stabilirea unor raporturi financiare între compania industrială şi bancă (instituția finanțatoare). Calculul şi analiza nevoii de fond de rulment este importantă pentru:

- reflectarea respectării regulii a doua de finanŃare a companiilor care arată că la nevoi temporare se alocă surse temporare;
- stabilirea momentului optim la care compania va apela la credite bancare pe termen scurt pentru acoperirea nevoii de fond de rulment pozitive în condițiile în care:
    - fondul de rulment este pozitiv dar insuficient;
    - trezoreria netă este pozitivă dar insuficientă.

3. **Trezoreria netă** ca şi indicator al echilibrului financiar curent reflectă disponibilităților monetare şi a plasamentelor pe termen scurt, apărute din evoluția curentă a încasărilor şi plăților sau a plasării excedentului monetar.

Se poate determina pe baza a două relații:

- ca diferență între fondul de rulment (FR) şi nevoia de fond de rulment (NFR):

$$TN = FR - NFR$$

- ca diferență între disponibilitățile băneşti (Db) şi creditele bancare pe termen scurt inclusiv soldul creditor al băncii (Cbts):

$$TN = Db - Cbts$$

Din analiza trezoreriei nete şi a factorilor de influență asupra acesteia se pot distinge următoarele situații:

a) O creştere a trezoreriei nete este determinată de creşterea disponibilităților şi a plasamentelor pe termen scurt ale companiei ca rezultat al unei autonomii financiare pe termen scurt şi al echilibrului financiar pe de o parte dar şi al diminuării pe termen scurt a împrumuturilor bancare pe de altă parte.

O trezorerie netă pozitivă va putea fi utilizată pentru finanțarea activelor circulante iar în lipsa acesteia pentru plasarea în condiții eficiente a excedentului de disponibilități pe piața de capital.

b) O diminuare a trezoreriei nete este rezultatul creşterii volumului împrumutului pe termen scurt şi al diminuării disponibilităŃilor inclusiv a plasamentelor realizate de companie industrială. Creditele bancare pe termen scurt ținând cont de costul acestora sunt utilizate pentru finanțarea nevoii de active circulante respectând regula de finanțare potrivit căreia la nevoi cu termene de lichiditate sub un an se alocă surse de finanțare cu termene de exigibilitate sub un an.

c) O stagnare a trezoreriei nete, ceea ce coincide cu o întrerupere a activității de comercializare şi producție desfăşurate de întreprindere.

Concluzie. Calculul şi determinarea trezoreriei nete este importantă deoarece:

- reflectă rentabilitatea activității desfăşurate de companie atunci când trezoreria netă este pozitivă fiind rezultatul unei evoluții favorabile a încasărilor şi plăților, respectiv a plasării excedentului monetar.
- ajută la stabilirea momentului optim pentru contractarea împrumuturilor bancare pe termen scurt, atunci când trezoreria este negativă, care vor fi alocate pentru finanțarea nevoii de active circulante.

https://blog.cursuribursa.ro/administrator-de-risc-cat-de-important-este-rolul-sau-intr-o-organizatie/

https://admiralmarkets.com/ro/education/articles/trading-instruments/piata-financiara

https://www.ecb.europa.eu/press/projections/html/ecb.projections202406_eurosystemstaff~ee3c69d1c5.ro.html

https://profitpoint.ro/piata-financiara

http://www.oeconomica.uab.ro/upload/lucrari/820062/14.pdf

https://sd.valahia.ro/wp-content/uploads/2019/03/RezumatTezaDamianDorianfinal.pdf

https://cnp.ro/

https://ro.wikipedia.org/wiki/Produsul_intern_brut_al_Rom%C3%A2niei

https://economedia.ro/grafic-evolutia-pib-ului-romaniei-de-dinainte-de-pandemie-pana-la-datele-de-azi-de-ce-a-incetinit-economia-in-primul-trimestru-economisti-o-crestere-anuala-a-pib-ului-de-3-ramane-un-scenariu-realis.html

https://statistica.gov.md/public/files/Metadate/alte/Metodologia_Inflatia_de_baza.pdf

http://www.strategiimanageriale.ro/images/images_site/articole/article_56b919469e562c61aedb1a5d5b23e2e1.pdf

https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/Aspecte%20conceptuale%20privind%20piata%20muncii.pdf

https://file.ucdc.ro/cursuri/T_1_n112_Macroeconomie.pdf.pdf

https://store.ectap.ro/articole/198.pdf

https://ro.wikipedia.org/wiki/Sector_economic

https://www.etoro.com/ro/investing/market-and-economic-cycles/

https://www.certinvest.ro/sectoarele-economice-in-investitii/

https://copymate.app/ro/blog/multi/factori-cheie-de-succes-identificarea-si-implementarea-factorilor-decisivi-pentru-succesul-companiei/

http://www.oeconomica.uab.ro/upload/lucrari/820061/18.pdf

https://copymate.app/ro/blog/multi/factori-cheie-de-succes-identificarea-si-implementarea-factorilor-decisivi-pentru-succesul-companiei/

https://tavex.ro/legile-cererii-si-ofertei/

https://conspecte.com/microeconomie/modalitati-de-utilizare-a-analizei-cererii-si-a-ofertei.html

https://www.senuto.com/ro/blog/analysis-competition/

https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/86_94_Performanta%20financiara%20a%20entitatii%20economice%20apreciata%20in%20baza%20testului%20fulger.pdf