



BANCA
NAȚIONALĂ
A ROMÂNIEI

Sondaj privind accesul la finanțare al companiilor nefinanciare din România

Iunie 2023

Sondaj privind accesul la finanțare al companiilor nefinanciare din România

Iunie 2023

NOTĂ

Toate drepturile rezervate.

Reproducerea informațiilor este permisă numai în scopuri educative și necomerciale și numai cu indicarea sursei.

Banca Națională a României

Str. Lipscani nr. 25, cod 030031, București

tel.: 021/312 43 75; fax: 021/314 97 52

ISSN 2458-0562

Cuprins

Sinteză	5
<hr/>	
A. Accesul la finanțare al companiilor nefinanciare	7
<hr/>	
A1. Cadrul economic general al companiilor nefinanciare	7
A2. Disponibilitatea surselor de finanțare pentru companii	11
<hr/>	
B. Nivelul de cunoștințe financiare al companiei	16
<hr/>	
B1. Gradul de alfabetizare financiară a firmelor	17
B2. Incluziunea financiară	24
B3. Cunoașterea și utilizarea produselor și serviciilor financiare	26
B4. Digitalizarea activităților financiare și de afaceri	31
B5. Propuneri de măsuri în direcția creșterii educației financiare a firmelor din România	34
Anexă. Metodologia sondajului	37

Sinteză

Sondajul privind accesul la finanțare al companiilor nefinanciare din România (FCNEF) surprinde opiniile sectorului real¹ cu privire la: (i) cele mai presante probleme în desfășurarea activității, (ii) disponibilitatea și evoluția surselor de finanțare, (iii) rata de succes în accesarea finanțării de la instituțiile de credit și IFN și a fondurilor europene și (iv) relația firmelor cu instituțiile de credit și IFN. Suplimentar, ediția curentă a sondajului a inclus o secțiune privind nivelul cunoștințelor financiare ale firmelor, evaluat pe 4 paliere: (i) alfabetizarea financiară a firmelor, cu trei subcomponente (cunoștințele financiare, comportamentul financiar, atitudinea financiară), (ii) gradul de incluziune financiară, (iii) cunoașterea și utilizarea produselor financiare și (iv) gradul de digitalizare a activităților financiare și de afaceri. Acest subiect este din ce în ce mai mult în atenția autorităților, Comitetul Național pentru Supravegherea Macroprudențială publicând în anul 2022 recomandări² în vederea îmbunătățirii educației financiare a antreprenorilor.

Principalele concluzii ale analizei sunt următoarele:

- Evaluările curente ale companiilor nefinanciare din România pun în evidență deteriorarea perspectivelor economice, peste 61 la sută dintre acestea considerând că situația economică la nivel național s-a înrăutățit în ultima jumătate de an. Totuși, comparativ cu rezultatele obținute cu doi ani în urmă³, se observă o îmbunătățire a percepției situației economice de către firmele autohtone (61 la sută vs. 70 la sută).
- Cea mai presantă problemă cu care s-au confruntat firmele autohtone în ultimele șase luni este reprezentată de costurile ridicate de producție (cu energia, materiile prime, forța de muncă), în creștere cu 16 puncte procentuale față de evaluarea anterioară (de la 39 la sută la 56 la sută).
- A doua cea mai presantă problemă cu care se confruntă companiile nefinanciare din România vizează piața muncii, circa 43 la sută dintre companii semnalând gradul scăzut de pregătire a forței de muncă și indisponibilitatea forței de muncă calificate, pondere în creștere de la 34 la sută cu doi ani în urmă.
- Accesul la finanțare rămâne cea mai puțin presantă problemă în rândul tuturor categoriilor de companii.
- Majoritatea firmelor (93 la sută) au apelat la surse de finanțare interne (reinvestirea profitului, credite de la acționari) în ultimul an, în creștere de la circa 71 la sută în iunie 2021, în timp ce procentul companiilor care nu s-au finanțat de la instituții de credit sau IFN (fie pentru că nu au apelat la o astfel de sursă, fie pentru că nu au ajuns la o

¹ Eșantionul utilizat în *Sondajul FCNEF* conține circa 11 000 de companii nefinanciare, este reprezentativ la nivel național și regional, iar extragerea companiilor incluse în sondaj este realizată prin procedee statistice specifice cu respectarea criteriilor privind: (i) clasa de mărime a companiei (microintreprinderi, întreprinderi mici, întreprinderi mijlocii și corporații); (ii) sectorul de activitate (conform CAEN Rev. 2) și (iii) regiuni de dezvoltare. Sondajul este efectuat semestrial de BNR în lunile martie și septembrie. În ediția de față, sondajul s-a derulat în perioada martie-aprilie 2023.

² Recomandarea CNSM nr. R/3/2022 privind creșterea sustenabilă a intermediarii financiare și Analiza grupului de lucru CNSM pentru creșterea sustenabilă a intermediarii financiare.

³ În anul 2022 a fost derulată o ediție specială a sondajului, exclusiv pe tema riscurilor climatice.

finalitate în acest proces) rămâne unul ridicat, respectiv 81 la sută, în scădere de la 84 la sută în iunie 2021.

- Conform rezultatelor evaluării cunoștințelor financiare, nivelul educației financiare a firmelor din România este unul modest, indicând spațiu pentru îmbunătățiri semnificative în special în ceea ce privește cunoașterea și utilizarea produselor și serviciilor financiare, cât și pe segmentul digitalizării, atât a activităților financiare, cât și a celor specifice desfășurării afacerii. Scorul agregat de alfabetizare financiară⁴ a firmelor din România, se situează la 68 din 100, similar rezultatului obținut de OCDE pe propriul eșantion (69 din 100). În funcție de mărimea firmei, se observă faptul că întreprinderile mici și mijlocii înregistrează un nivel inferior al cunoștințelor financiare comparativ cu corporațiile (68 vs. 86).
- În ceea ce privește cunoașterea produselor și serviciilor de finanțare prin credit, 74 la sută, respectiv 86 la sută dintre firme, au cunoștință despre descoperitul de cont/linie de credit, respectiv credit bancar. O proporție redusă a firmelor autohtone are însă cunoștințe privind instrumentele financiare de tipul obligațiunilor corporative (8 la sută), creditelor și obligațiunilor sustenabile (10 la sută) sau microcreditelor (20 la sută).
- Corporațiile cunosc într-o mai mare măsură produsele și serviciile financiare de creditare disponibile, cele mai frecvent identificate fiind descoperitul de cont și liniile de credit (93 la sută vs. 74 la sută în cazul IMM), creditul bancar (91 la sută vs. 86 la sută în cazul IMM) și creditul comercial (78 la sută vs. 58 la sută în cazul IMM).
- Utilizarea produselor și serviciilor financiare este semnificativ mai mică decât gradul de conștientizare a acestora. Scorul pentru gradul de utilizare a produselor și serviciilor financiare se situează la valoarea de 12 din 100, în cazul corporațiilor urcând la 20 din 100.
- Dintre produsele și serviciile de creditare, cele mai utilizate sunt creditul bancar (47 la sută), descoperitul de cont și liniile de credit (39 la sută) și creditul comercial (29 la sută). În contrast, dar corelat cu nivelul de cunoaștere, cele mai puțin utilizate instrumente financiare sunt creditele și obligațiunile sustenabile (0,58 la sută) și obligațiunile corporative (0,53 la sută).
- Un sfert dintre firmele autohtone au deschis un cont bancar exclusiv online, circa 12 la sută a semnat un contract de finanțare exclusiv online, în timp ce peste jumătate dintre companii utilizează serviciile și aplicațiile bancare online pentru a gestiona plățile și finanțarea companiei.
- Creșterea educației financiare a antreprenorilor și conducerii firmelor devine cu atât mai importantă având în vedere că pentru circa 32 la sută dintre firme conducerea executivă nu deține studii superioare.
- O serie de măsuri pot conduce la creșterea educației financiare a firmelor pe cele 4 paliere analizate, respectiv: (i) continuarea procesului de evaluare a nivelului de educație financiară pe toate componentele sale; (ii) îmbunătățirea pregătirii personalului din bănci implicat în relația cu clienții; (iii) livrarea unui conținut

⁴ Scorul obținut prin însumarea celor 3 scoruri aferente componentelor alfabetizării financiare, respectiv cunoștințele, comportamentul și atitudinea financiară.

de educație financiară relevant pentru firmele autohtone; (iv) îmbunătățirea cooperării între entitățile relevante pentru creșterea educației financiare a firmelor; (v) creșterea prezenței fizice a băncilor și a ofertei de servicii și produse bancare în special în regiunile deficitare din acest punct de vedere (de obicei zonele rurale); (vi) intensificarea proiectelor de creștere a digitalizării firmelor.

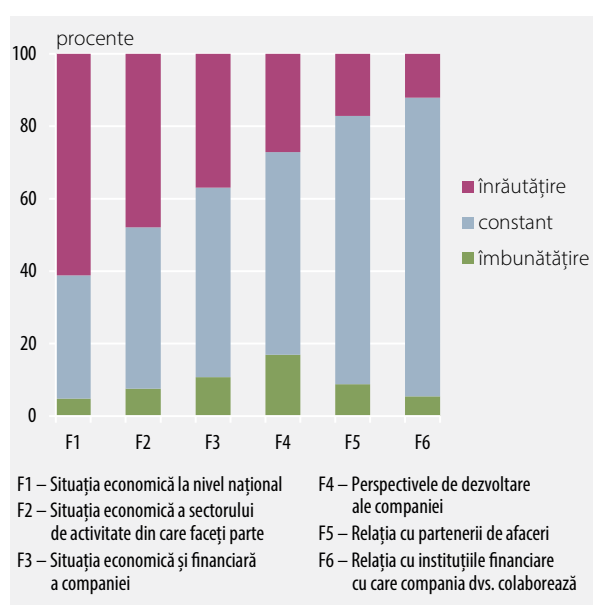
A. Accesul la finanțare al companiilor nefinanciare

A1. CADRUL ECONOMIC GENERAL AL COMPANIILOR NEFINANCIARE

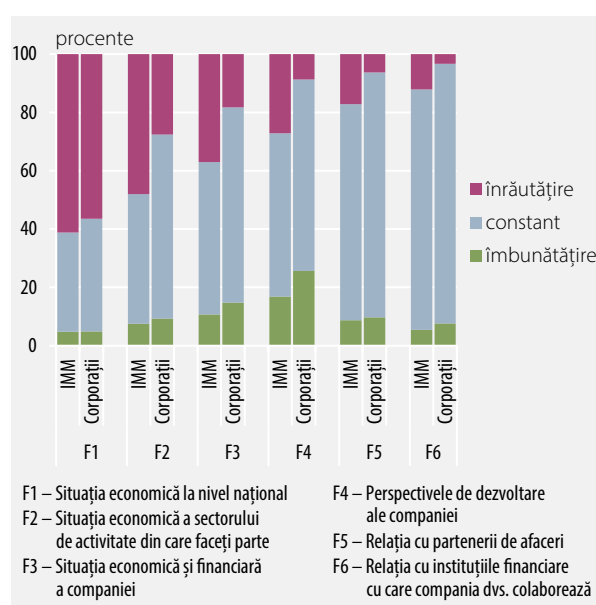
Evoluția principalilor factori de influență asupra activității firmei

În perioada scursă de la ultimul sondaj (iunie 2021)⁵ și în contextul disipării efectelor economice negative generate de pandemia COVID-19, situația economică a consemnat o îmbunătățire graduală, însă a fost supusă unor noi provocări determinate de efectele economice generate de conflictul militar provocat de Rusia.

Grafic 1. Evoluția principalilor factori de influență asupra activității firmei în ultimele șase luni, pentru companiile nefinanciare



Grafic 2. Evoluția principalilor factori de influență asupra activității firmei în ultimele șase luni, pentru IMM și corporații

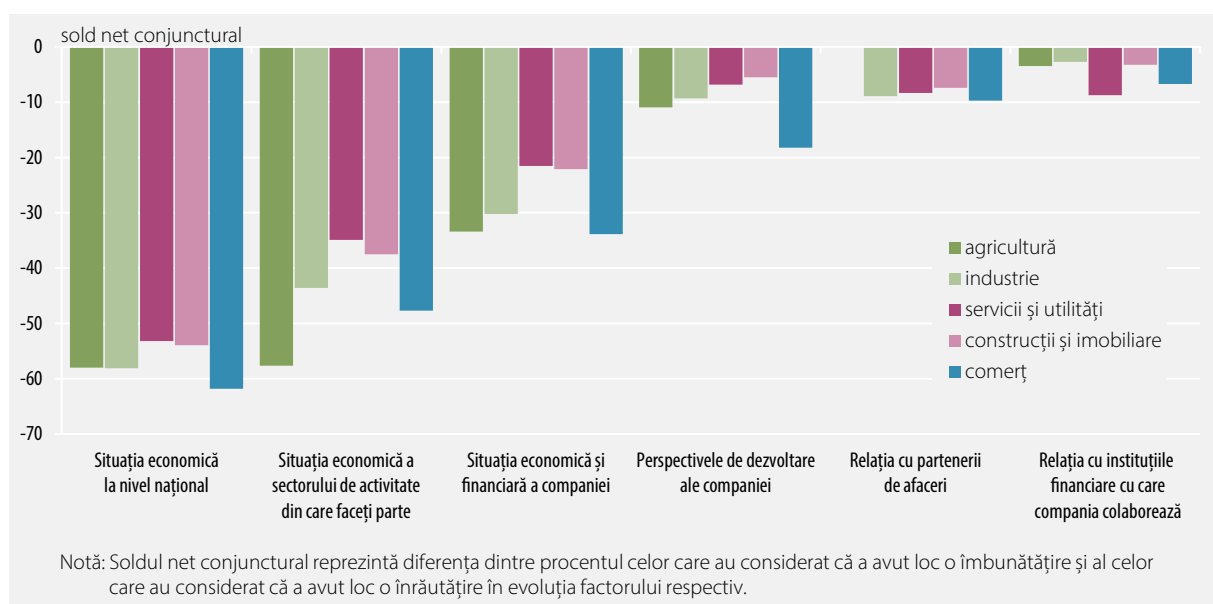


⁵ În anul 2022 a fost derulată o ediție specială a sondajului, exclusiv pe tema riscurilor climatice.

Evaluările curente ale companiilor nefinanciare din România pun în evidență deteriorarea perspectivelor economice, peste 61 la sută dintre acestea considerând că situația economică la nivel național s-a înrăutățit în ultima jumătate de an (Grafic 1). Totuși, comparativ cu evaluările cu doi ani în urmă, se observă o îmbunătățire a percepției situației economice de către firmele autohtone (61 la sută vs. 70 la sută).

Potrivit firmelor declarante, situația economică a sectorului de activitate din care fac parte s-a înrăutățit într-o proporție mai redusă, comparativ cu evaluările din iunie 2021 (48 la sută vs. 55 la sută), în timp ce peste jumătate dintre companii nu au semnalat modificări ale situației economice și financiare a firmei (52 la sută vs. 44 în iunie 2021). Relațiile cu instituțiile financiare și cu partenerii de afaceri s-au îmbunătățit sau s-au menținut constante pentru majoritatea firmelor, procentul companiilor care consideră că acestea s-au înrăutățit scăzând de la 17 la sută în iunie 2021 la 12 la sută în exercițiul curent în ceea ce privește relația cu sectorul financiar și de la 25 la sută la 17 la sută în cazul rapoartelor economice cu partenerii de afaceri (Grafic 1).

Grafic 3. Evoluția principalilor factori de influență asupra activității firmei în ultimele șase luni, pe principalele sectoare economice



În structură, întreprinderile mici și mijlocii (IMM) raportează o revenire economică mai lentă comparativ cu companiile de mari dimensiuni, percepția IMM de înrăutățire a tuturor factorilor analizați fiind mai accentuată (Grafic 2). Astfel, 57 la sută dintre corporații au semnalat o deteriorare a situației economice generale, față de 61 în cazul IMM, situația financiară a corporațiilor consemnând totodată într-o proporție mai ridicată o evoluție favorabilă – îmbunătățire sau menținere constantă (82 la sută vs. 63 la sută în cazul IMM). Continuarea procesului de revenire a activității economice s-a reflectat favorabil și în cazul unui procent important de corporații care au consemnat o îmbunătățire sau menținere constantă în ultimele șase luni a factorilor de influență. Relativ la sondajul anterior (iunie 2021), toate sectoarele de activitate

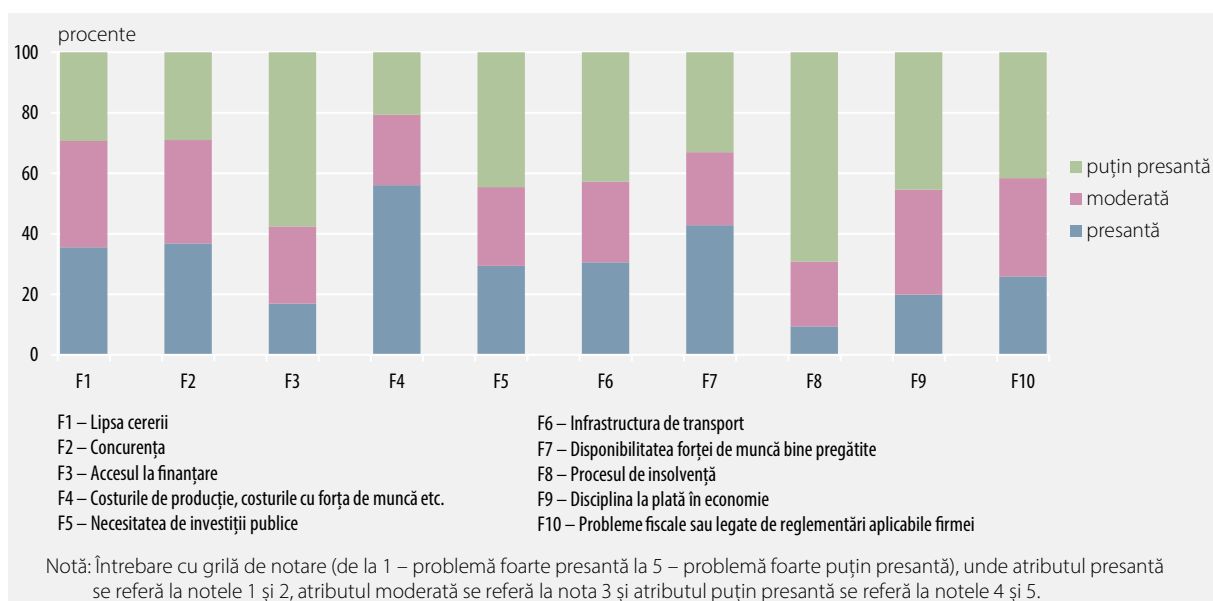
au consemnat o îmbunătățire a situației economice la nivel național și în relația cu instituțiile financiare. Sectorul comerțului rămâne în continuare cel mai rezervat în ceea ce privește parcursul economic (Grafic 3). Față de evaluarea anterioară, sectorul serviciilor și utilităților și sectorul imobiliar și de construcții au devenit mai optimiste atât în ceea ce privește situația economică și financiară și perspectivele de dezvoltare ale companiilor, cât și în cazul relațiilor cu partenerii de afaceri.

Cele mai presante probleme ale companiilor

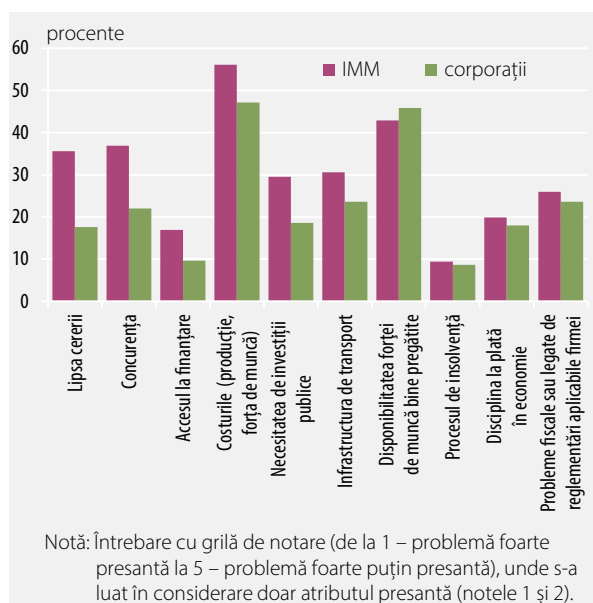
Prelungirea conflictului armat dintre Rusia și Ucraina, împreună cu sancțiunile impuse au continuat să genereze incertitudini semnificative și riscuri la adresa stabilității economice. În pofida unei ușoare ajustări a cotațiilor principalelor materii prime din perioada recentă și a diminuării prețului la energia electrică ca urmare a extinderii sferei de aplicare a schemei de sprijin pentru plata facturilor începând cu 1 ianuarie 2023, cea mai presantă problemă cu care s-au confruntat firmele autohtone în ultimele șase luni este reprezentată de costurile ridicate de producție (cu energia, materiile prime, forța de muncă), în creștere cu 16 puncte procentuale față de evaluarea anterioară (de la 39 la sută la 56 la sută).

Costurile companiilor cu forța de muncă au fost alimentate de majorarea salariului minim și de solicitările salariale survenite în urma unei perioade mai lungi de inflație ridicată. Astfel, dinamica anuală a costurilor unitare cu forța de muncă a atins 9 la sută la finalul anului 2022. În structură, problema costurilor este cea mai presantă indiferent de dimensiunea sau sectorul în care activează firma (IMM, corporații și companiile din sectoarele agricultură, industrie, servicii și utilități, construcții și imobiliare și comerț).

Grafic 4. Cele mai presante probleme ale companiilor nefinanciare în ultimele șase luni



Grafic 5. Cele mai presante probleme ale IMM și corporațiilor în ultimele șase luni



A doua cea mai presantă problemă cu care se confruntă companiile nefinanciare din România rămâne în sfera pieței muncii. Aceasta este reprezentată de disponibilitatea redusă a forței de muncă calificate (Grafic 4), pe fondul nivelului scăzut de pregătire în rândul salariaților și, implicit, al proporției reduse a personalului calificat din România. Astfel, circa 43 la sută dintre companii semnalează ca presantă sau foarte presantă problema gradului scăzut de pregătire a forței de muncă și indisponibilitatea forței de muncă calificate, pondere în creștere de la 34 la sută în urmă cu doi ani. Problema continuă să se resimtă mai accentuat în cazul corporațiilor (46 la sută față de 43 la sută pentru IMM, Grafic 5), precum și în cel al firmelor din agricultură (47 la sută), industrie (46 la sută) și servicii și utilități (44 la sută). Această problemă devine încă și mai importantă pentru companiile care activează în domenii cu grad ridicat de tehnologizare (61 la sută), în creștere

semnificativă față de exercițiul din iunie 2021 (46 la sută). În cadrul Secțiunii B a acestei analize se regăsește o evaluare detaliată a nivelului de cunoștințe financiare al firmelor din România, care devine cu atât mai importantă în acest context.

Următoarele două probleme se referă la concurență (37 la sută) și lipsa cererii (36 la sută), cea din urmă coborând de pe primul loc în sondajul din iunie 2021 pe locul patru în clasamentul curent.

În contrast, cele mai puțin presante probleme cu care se confruntă companiile se referă la procesul de insolvență și la accesul la finanțare, acestea fiind urmate de disciplina la plată în economie și necesitatea de investiții publice (Grafic 4). În linie cu evaluarea precedentă, circa 60 la sută dintre companiile nefinanciare din România consideră că accesul la finanțare reprezintă un factor cu impact scăzut, foarte scăzut sau fără impact asupra activității lor, în contextul în care 78 la sută dintre companii nu au apelat la surse de finanțare din sectorul bancar (credite sau descoperit de cont) în ultimele 12 luni. În structură, accesul la finanțare reprezintă cea mai puțin presantă problemă în rândul tuturor categoriilor de companii analizate. Creditul nou-acordat companiilor nefinanciare a înregistrat o creștere anuală de 34 la sută în martie 2023 pe fondul sporirii semnificative a fluxului de credite nou-acordate în valută (+98 la sută în perioada martie 2023 – martie 2022). Fluxul creditării a fost temperat de diminuarea creditelor nou-acordate în lei (-20 la sută în același interval). Preferința din partea companiilor pentru contractarea creditelor în valută a survenit în baza decalajului important dintre ratele dobânzilor la creditele în lei și cele în euro. În acest context, este important de menționat faptul că se impune un grad ridicat de prudență din partea companiilor nefinanciare la apelarea împrumuturilor în monedă străină, întrucât o posibilă depreciere a monedei naționale poate contribui la deteriorarea capacității de onorare a serviciului datoriei.

Procesul de insolvență (propriu sau al partenerilor comerciali) reprezintă cel mai puțin presant factor de influență pentru companiile nefinanciare din România (numai 9 la sută consideră acest factor presant), ponderea cea mai ridicată fiind în cazul firmelor din industrie, construcții și imobiliare (11 la sută). Numărul companiilor intrate în insolvență este de circa 32 de mii (date la februarie 2023). Deși aceste firme prezintă o importanță scăzută în economie (generează circa 2 la sută din valoarea adăugată brută), sunt importante din punct de vedere al onorării datoriilor, întrucât generează aproximativ jumătate din restanțele către partenerii nebancari (date la finalul anului 2021) și 28 la sută din totalul expunerilor neperformante din expunerile bancare (date la februarie 2023).

A2. DISPONIBILITATEA SURSELOR DE FINANȚARE PENTRU COMPANII

Principalele surse de finanțare ale companiilor

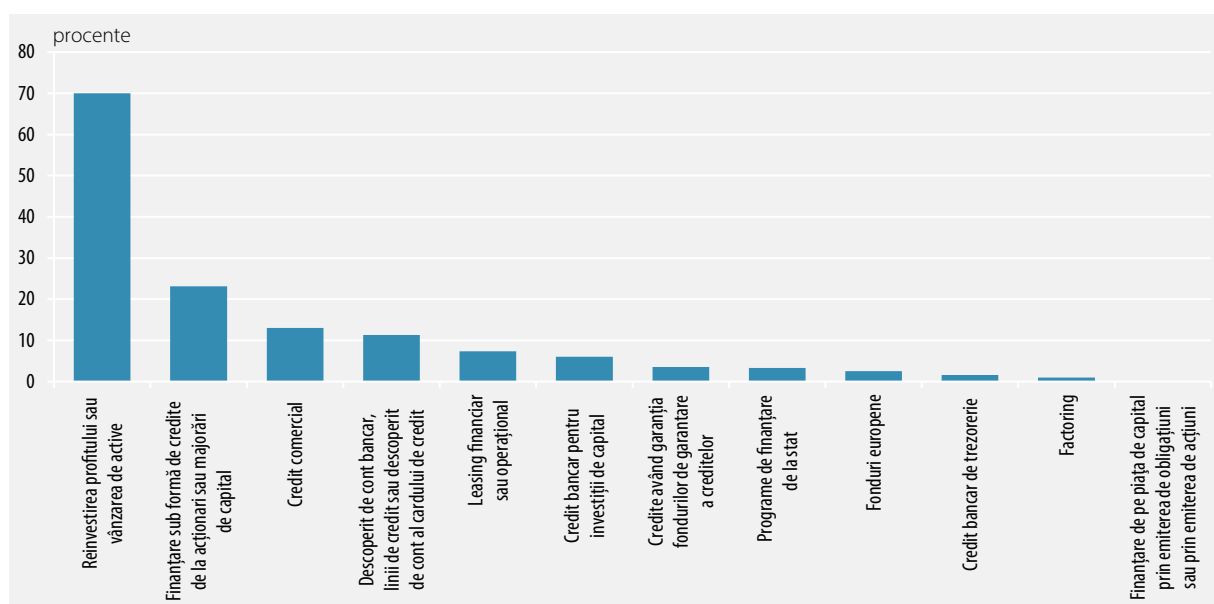
Resursele interne de finanțare reprezentate de reinvestirea profitului sau vânzarea de active din patrimoniul firmei și creditele de la acționari sau majorări de capital sunt în continuare principala sursă de finanțare a companiilor nefinanciare din România. În ultimele 12 luni, 93 la sută din firme au apelat la aceste surse pentru finanțarea operațiunilor zilnice, a investițiilor sau a altor proiecte (Grafic 6), în creștere de la circa 71 la sută în iunie 2021. Această practică de finanțare este încă și mai pronunțată în rândul firmelor din sectorul servicii și utilități (97 la sută). Apelarea la descoperitul de cont și liniile de credit este în ușoară creștere comparativ cu exercițiul anterior (11 la sută față de 9 la sută), iar rata de utilizare a creditelor bancare se menține relativ constantă, la un nivel modest (circa 8 la sută). În funcție de dimensiunea companiei, corporațiile apelează într-o mai mare măsură la finanțare prin credit bancar (16 la sută), iar după sectorul de activitate, firmele din agricultură înregistrează cea mai mare pondere de finanțare prin credit bancar de trezorerie și investiții (18 la sută).

Creditul comercial se numără printre modalitățile de finanțare preferate de către firmele autohtone (13 la sută), în creștere comparativ cu situația din anul 2021 (10 la sută). Firmele acceptă și preferă acest tip de amânare a plății prin credit comercial, considerând că nu plătesc dobânzi sau taxe pentru acest serviciu, însă de cele mai multe ori prețurile mărfurilor cumpărate astfel sunt mai ridicate. Diferențele de preț, acumulate pe o anumită perioadă de timp, sunt mai mari decât costurile cu finanțare de la instituții de credit și IFN, prin linii de credit sau alte instrumente de creditare. Acest model de finanțare a firmelor autohtone se poate modifica prin simplificarea procesului de creditare de la bănci, demers în derulare prin fenomenul de digitalizare, precum și prin creșterea educației financiare și antreprenoriale. Utilizarea creditului comercial determină creșterea interdependenței dintre firme și a riscului de contagiune asociat intrării în incapacitate de plată și faliment. În acest context, Comitetul Național pentru Supravegherea Macroprudențială a emis Recomandarea CNSM nr. R/3/2022 privind creșterea sustenabilă a intermediarii

financiare, care are în vedere „demararea, alături de mediul universitar și sistemul financiar, a unor programe pentru creșterea conștientizării în rândul firmelor a faptului că finanțarea prin credite comerciale și credite de la acționari ar putea avea pe termen mediu costuri totale mai mari decât cele oferite de instituțiile financiare și cele aferente finanțării prin utilizarea instrumentelor financiare specifice pieței de capital”.

Alte surse de finanțare a operațiunilor zilnice de către firme se referă la leasingul financiar sau operațional (7 la sută), credite având garanția fondurilor de garantare a creditelor (4 la sută), fonduri europene (3 la sută), precum și programe de finanțare de la stat (3 la sută), Grafic 6. Se remarcă, așadar, gradul scăzut de finanțare prin fonduri europene, România situându-se atât sub media europeană, cât și sub cea a țărilor din regiune în ceea ce privește gradul de absorbție a acestor resurse. În acest context, un alt obiectiv al recomandării CNSM menționate mai sus este folosirea mai amplă a fondurilor europene, prin facilitarea accesului la finanțare al companiilor, prin intermediul creșterii gradului de predictibilitate și îmbunătățirii fluxului de implementare a proiectelor cu fonduri europene.

Grafic 6. Principalele surse de finanțare a companiilor în ultimele 12 luni, pentru companiile nefinanciare (2022)



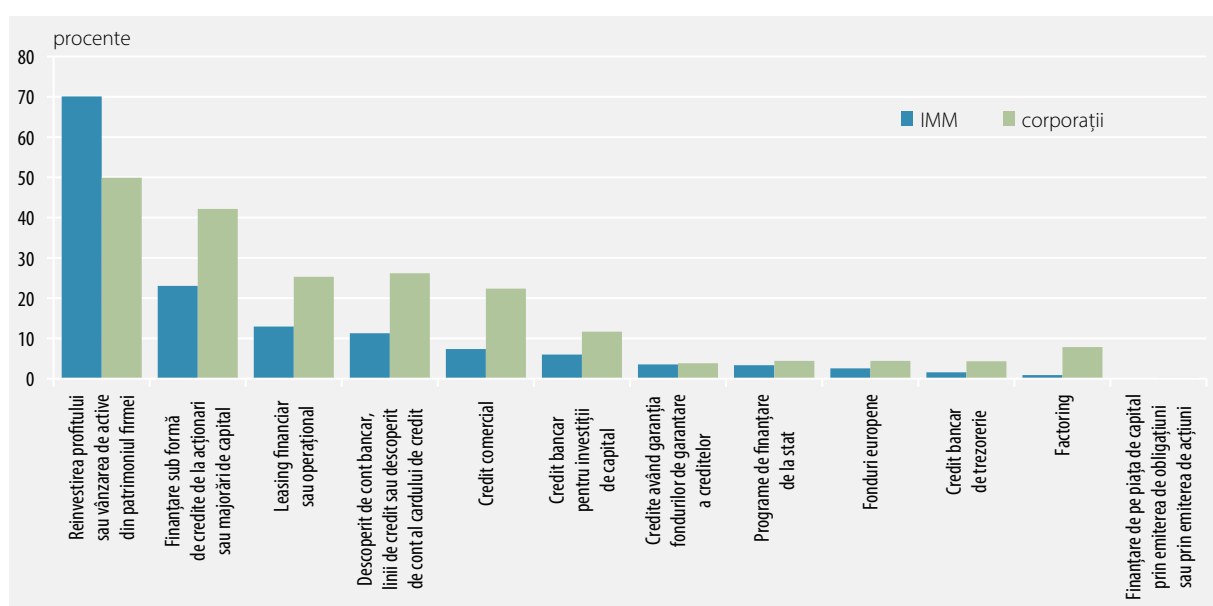
Interesul firmelor pentru finanțarea prin factoring este extrem de scăzut (sub 1 la sută), deși acest tip de finanțare poate contribui la dezvoltarea comerțului, în special a celui internațional⁶. De asemenea, finanțarea de pe piața de capital prin emiterea de obligațiuni sau prin emiterea de acțiuni înregistrează cea mai mică rată de utilizare (0,1 la sută), indiferent de tipul sau sectorul de activitate al firmei. Listarea companiilor, în special IMM, poate avea efecte pozitive semnificative nu numai asupra accesului la finanțare și diversificării resurselor, ci și asupra disciplinei la plată, guvernantei corporative și accesului la mecanisme mai eficiente de majorare a dimensiunii firmei. Grupul de lucru CNSM privind creșterea sustenabilă a intermedierei

⁶ OECD (2021) *Trade finance for SMEs in the digital era*. OECD SME and Entrepreneurship Papers.

financiare a recomandat, în urma unei analize⁷ amănunțite, simplificarea procedurilor de listare pe piața de capital, inclusiv prin crearea unei platforme electronice.

În structură, corporațiile apelează într-o mai mare măsură la sursele de finanțare din afara companiei comparativ cu IMM, după cum urmează: (i) descoperit de cont și linii de credit – 26 la sută vs. 11 la sută IMM, (ii) credit bancar – 16 la sută vs. 8 la sută IMM, (iii) credit comercial – 25 la sută vs. 13 la sută IMM, (iv) leasing financiar sau operațional – 22 la sută vs. 7 la sută IMM, (v) fonduri europene – 4 la sută vs. 3 la sută IMM, (vi) factoring – 8 la sută vs. 1 la sută IMM (Grafic 7).

Grafic 7. Principalele surse de finanțare a companiilor în ultimele 12 luni, pentru IMM și corporații



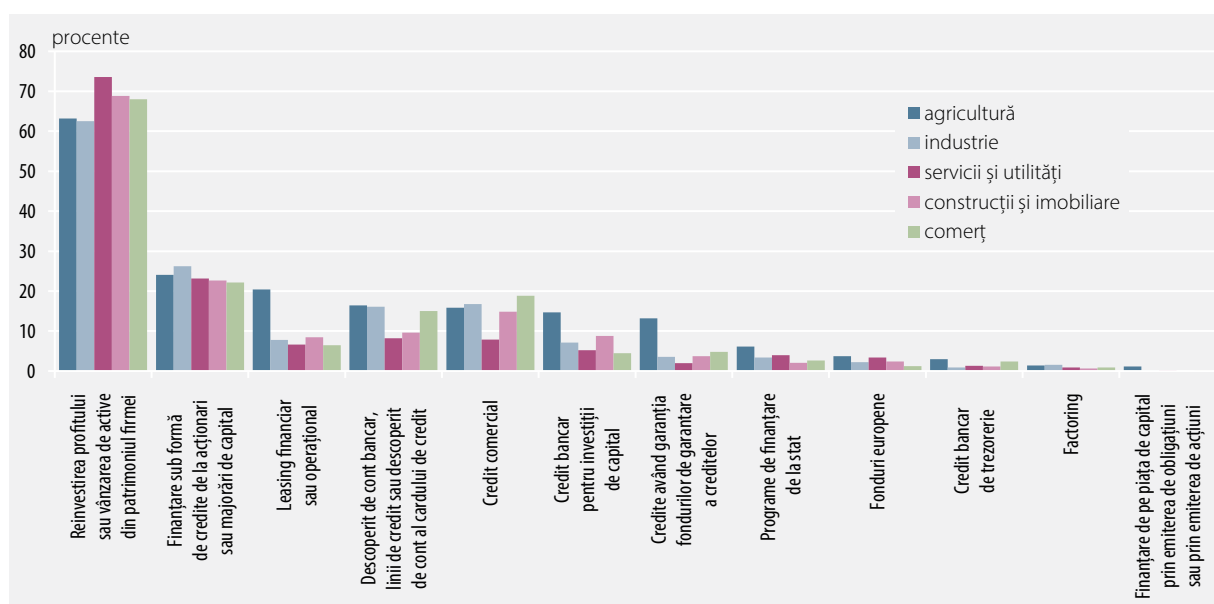
Creșterea intermedierei financiare trebuie susținută printr-un set eficient de măsuri. Programele guvernamentale de sprijinire a creditării sectorului companiilor nefinanciare s-au dovedit a fi eficiente, dar pe viitor trebuie avută în vedere orientarea acestora către segmente cu valoare adăugată ridicată și un grad de tehnologizare superior, precum și către segmente care să faciliteze tranziția verde. În vederea depășirii dificultăților economice survenite pe fondul prelungirii conflictului armat dintre Rusia și Ucraina, autoritățile guvernamentale au aprobat continuarea schemei de ajutor de stat „IMM Invest Plus” împreună cu componentele acesteia pentru anul 2023, prin intermediul căreia pot fi accesate ajutoare de stat sub formă de garanții pentru împrumuturi și granturi.

Preferințele companiilor privind apelarea la sursele de finanțare se mențin în linii mari și pe sectoare de activitate, cu precizarea că sectorul servicii și utilități prezintă cel mai ridicat grad de reinvestire a profitului sau vânzare de active din patrimoniul firmei (74 la sută), iar cel al industriei cel mai mare procent în ceea ce privește finanțarea sub formă de credite de la acționari sau majorări de capital (26 la sută), Grafic 8. Finanțarea

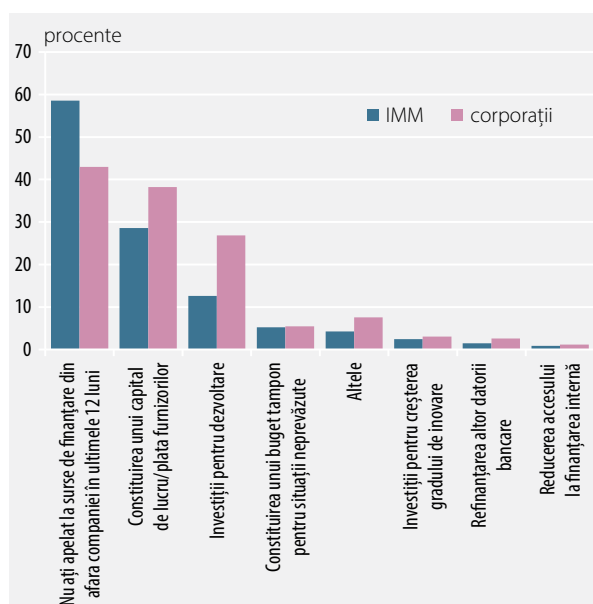
⁷ <https://www.cnsrmro.ro/publicatii/studii-si-analize/grupului-de-lucru-cnsm-pentru-cresterea-sustenabila-a-intermedierei-financiare/>

bancară rămâne în continuare o sursă puțin utilizată de firmele din sectoarele analizate. Totuși, este important de menționat că ponderea companiilor din sectorul agricol care au apelat la o variantă de finanțare bancară a crescut comparativ cu evaluarea precedentă (de la 25 la sută la 34 la sută). În plus, programul guvernamental „AGRO IMM Invest” a facilitat accesul firmelor din sectorul agricol la credite pentru investiții, ponderea acestor firme care s-au finanțat prin credite cu garanția fondurilor de garantare a creditelor consemnând cel mai ridicat nivel (13 la sută, în creștere cu 12 puncte procentuale față de nivelul din iunie 2021).

Grafic 8. Principalele surse de finanțare a companiilor în ultimele 12 luni, pe sectoare de activitate



Grafic 9. Principalele destinații ale finanțării atrase de IMM și corporații, în ultimele 12 luni



Destinații ale finanțării atrase de companiile nefinanciare

Procentul companiilor care nu au apelat la surse de finanțare externă în ultimele 12 luni este unul ridicat (59 la sută), dar în scădere față de cel anterior (64 la sută în iunie 2021). În linie cu evaluarea precedentă, cel mai important motiv pentru care companiile au apelat la surse de finanțare este constituirea unui capital de lucru (stocuri, echipamente etc.) sau plata furnizorilor (29 la sută). În structură, 38 la sută dintre companiile de mari dimensiuni utilizează resurse financiare pentru constituirea unui capital de lucru (stocuri, echipamente etc.) sau plata furnizorilor, respectiv 27 la sută pentru investiții pentru dezvoltare, în timp ce întreprinderile mici și mijlocii prezintă un grad mai redus de utilizare a surselor de finanțare în aceste scopuri (29 la sută, respectiv 13 la sută, Grafic 9).

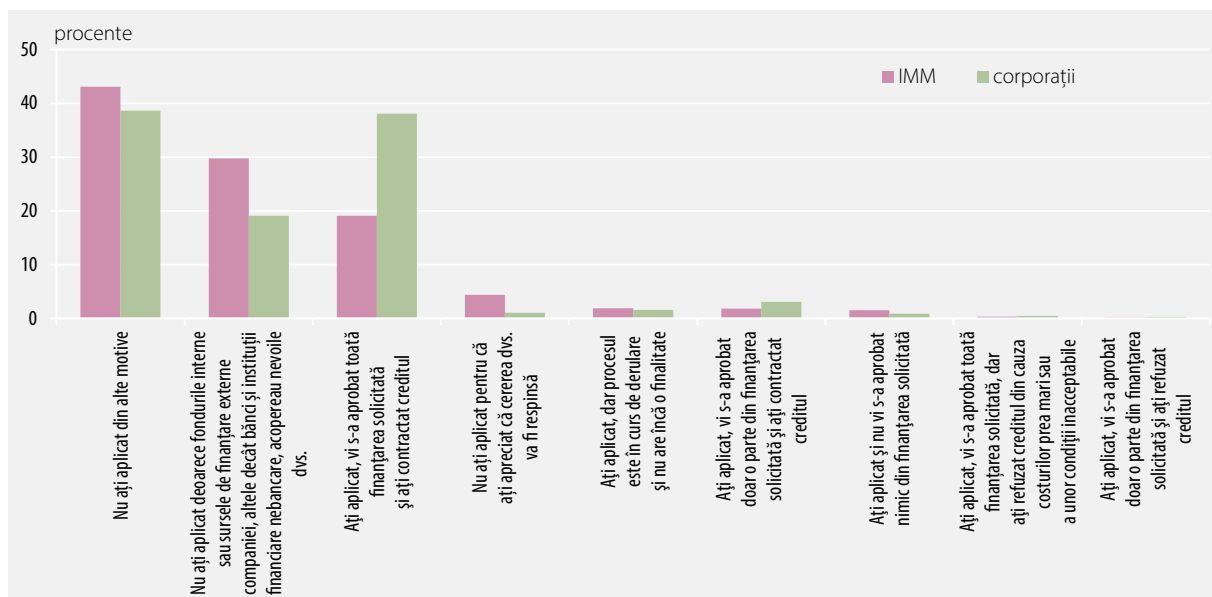
Constituirea unui buget tampon pentru situații neprevăzute reprezintă următorul motiv pentru apelarea la surse de finanțare din afara companiei, invocat atât de IMM, cât și de corporații (5 la sută). Ponderea corporațiilor care au indicat în exercițiul precedent o atitudine prudentă (10 la sută) s-a înjumătățit conform rezultatelor exercițiului curent. Refinanțarea datoriilor bancare și creșterea gradului de inovare rămân pentru corporații și IMM la un nivel modest și în cadrul exercițiului curent (1 la sută, respectiv 2 la sută), Grafic 9.

De remarcat este creșterea reticenței firmelor în a apela la surse de finanțare din afara companiei în ultimele 12 luni. Astfel, aproximativ 43 la sută dintre corporații nu au accesat surse de finanțare externe în ultimul an, în creștere cu 16 puncte procentuale față de situația din anul 2021. În contrast, deși ponderea întreprinderilor mici și mijlocii care nu au apelat la surse de finanțare se află încă la un nivel ridicat (59 la sută), aceasta a consemnat o evoluție pozitivă, marcată de o ușoară scădere de la 65 la sută în iunie 2021.

Accesarea finanțării de la bănci și IFN

Deși în ușoară scădere de la evaluarea din anul 2021, procentul companiilor nefinanciare din România care nu au accesat finanțare de la instituții de credit sau IFN (fie pentru că nu au apelat la o astfel de sursă, fie pentru că nu au ajuns la o finalitate în acest proces) rămâne unul ridicat, respectiv 81 la sută, în scădere de la 84 la sută în iunie 2021.

Grafic 10. Accesarea finanțării de la bănci și IFN în ultimele 12 luni



Circa 19 la sută dintre companiile nefinanciare au aplicat și au reușit să obțină în ultimul an finanțarea solicitată de la bănci, respectiv IFN. După dimensiune, corporațiile au contractat credite bancare sau nebancale în proporție de 38 la sută, cu aproximativ 10 puncte procentuale mai mult decât în cazul IMM (Grafic 10), în timp ce la nivel sectorial, firmele din agricultură au accesat în cea mai mare proporție

credite de la bănci/IFN (35 la sută). Finanțare parțială le-a fost acordată unui procent de 2 la sută dintre companiile nefinanciare, aproximativ egal cu procentul de firme al căror dosar de credit a fost respins. La nivel sectorial, cea mai mare rată de respingere a dosarului de credit se înregistrează în cazul industriei (2,2 la sută).

În ceea ce privește rata de succes în obținerea finanțării integrale solicitate, este important de remarcat valoarea mai ridicată în cazul firmelor din sectorul serviciilor care activează în domenii cu o intensitate mai redusă a gradului de cunoaștere (*less knowledge intensive*, 47 la sută) față de întreprinderile care oferă servicii cu un nivel ridicat al cunoașterii (*knowledge intensive*, 43 la sută), ambele în creștere de la evaluarea anterioară. Această subreprezentare a firmelor din sectoare de servicii cu aport înalt de cunoaștere în portofoliile băncilor trebuie să reprezinte o preocupare importantă pentru autoritățile responsabile în vederea susținerii firmelor competitive, inclusiv printr-un acces mai facil la finanțare și prin implementarea de politici sectoriale, corelate cu politica economică și industrială pentru sprijinirea schimbării structurale a economiei înspre una cu valoare adăugată superioară. Nu în ultimul rând, rata de succes în obținerea creditului solicitat este superioară în cazul firmelor importatoare (63 la sută), comparativ cu cele exportatoare (53 la sută), de asemenea, ambele în creștere față de iunie 2021.

Companiile nefinanciare care au contractat sau au avut în derulare credite bancare sau nebancale în ultimul an au evaluat în creștere temenii și condițiile aplicate creditelor contractate. Astfel, 66 la sută, respectiv 49 la sută dintre acestea, consideră că nivelul ratelor de dobândă, respectiv al costului finanțării, altul decât ratele de dobândă (comisioane, taxe etc.), a crescut în ultimul an. Totodată, 24 la sută dintre acestea sunt de părere că cerințele privind valoarea sau tipul garanției s-au înăsprițit.

B. Nivelul de cunoștințe financiare al companiei

Două vulnerabilități structurale importante persistă în economia autohtonă, respectiv un grad foarte scăzut de intermediere financiară și un nivel necorespunzător al capitalizării firmelor, ambele fiind în strânsă legătură cu gradul modest de educație financiară a antreprenorilor. Sectorul companiilor nefinanciare este caracterizat de o serie de deficiențe importante cu impact asupra nivelului intermedierei financiare, una dintre cele mai importante fiind ponderea ridicată a companiilor subcapitalizate. Acestea au acces limitat la sursele de finanțare, nu pot realiza investiții, afectează productivitatea și reduc eficiența alocării resurselor în economie.

Secțiunea de față evaluează nivelul de educație financiară a firmelor din România pe baza a 4 paliere, utilizate la nivel internațional, respectiv: (a) gradul de alfabetizare financiară a firmelor, cu trei subcomponente – cunoștințele financiare,

comportamentul financiar și atitudinea financiară, (b) gradul de incluziune financiară, (c) cunoașterea și utilizarea produselor financiare și (d) gradul de digitalizare a activităților financiare și de afaceri.

B1. GRADUL DE ALFABETIZARE FINANCIARĂ A FIRMELOR

Alfabetizarea financiară se definește, conform OCDE, ca „ansamblul cunoștințelor, abilităților, atitudinilor, conștientizării și comportamentelor pe care proprietarul unei firme se impune a-l deține pentru a lua decizii financiare eficiente pentru a începe o afacere, a conduce o afacere și, în cele din urmă, a asigura sustenabilitatea și creșterea acesteia”. Alfabetizarea implică mai mult decât reproducerea cunoștințelor acumulate și implică o mobilizare a abilităților cognitive și practice și a altor resurse, precum atitudinile, motivația și valorile.

Conform unei analize derulate de OCDE⁸ în anii 2021 și 2022, având la bază un eșantion de 7 027 de IMM din Bulgaria, Croația, Georgia, Moldova, Muntenegru, Macedonia de Nord și România, gradul de alfabetizare financiară a firmelor din România este evaluat la un scor de 69 din 100, la egalitate cu Muntenegru și Macedonia de Nord, situându-se înaintea Georgiei (60), Moldovei (64) și Bulgariei (67), însă în urma Croației (71).

Nivelul de alfabetizare financiară se evaluează pe baza celor trei componente: cunoștințele financiare, atitudinea financiară și comportamentul financiar. Scorul pentru alfabetizarea financiară este calculat conform metodologiei OCDE și variază între 0 și 100, constând din suma celor trei elemente:

- Scorul de cunoștințe financiare (de la 0 la 29);
- Scorul de comportament financiar (de la 0 la 53);
- Scorul de atitudine financiară (de la 0 la 18).

B.1.1. Cunoștințele financiare

Educația financiară depinde de anumite cunoștințe și înțelegere a elementelor fundamentale ale lumii financiare, inclusiv a conceptelor financiare-cheie sau a scopului și caracteristicilor de bază ale produselor financiare. Cunoașterea și înțelegerea riscurilor care pot amenința bunăstarea financiară a companiilor, inclusiv cele care decurg din noile tipuri de servicii financiare digitale, dar și a celor tradiționale, sunt, de asemenea, importante. Nivelul cunoștințelor financiare este evaluat pe baza numărului de răspunsuri corecte la cinci întrebări prin care se solicită respondenților să indice dacă o serie de afirmații sunt adevărate sau false. Întrebările care stau la baza scorului de cunoștințe financiare evaluează înțelegerea de către respondenți a conceptelor financiare-cheie care sunt relevante pentru afacerea lor,

⁸ OECD (2023), *Financial literacy and digitalisation for MSMEs in South East Europe: A tool for empowering owners and managers*, OECD Business and Finance Policy Papers.

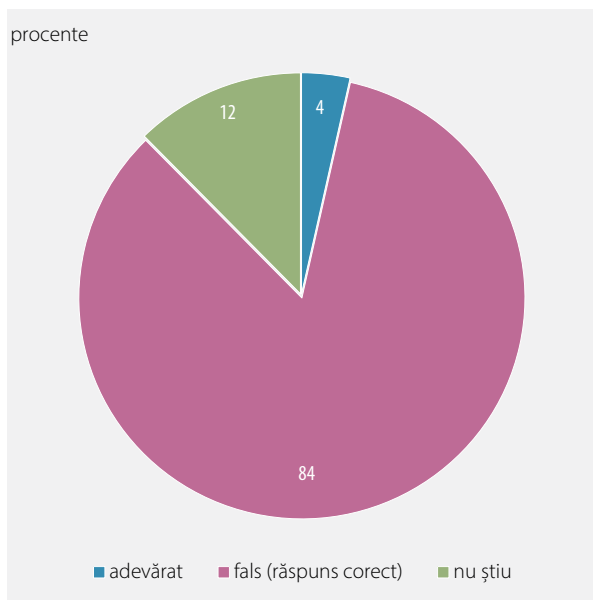
cum ar fi modul de funcționare a dividendelor și participarea la capital, relația dintre risc și randament, inflația și valoarea în timp a banilor, precum și legătura dintre dobânzile plătite și scadența împrumutului.

• **Cunoștințele cu privire la dividende**

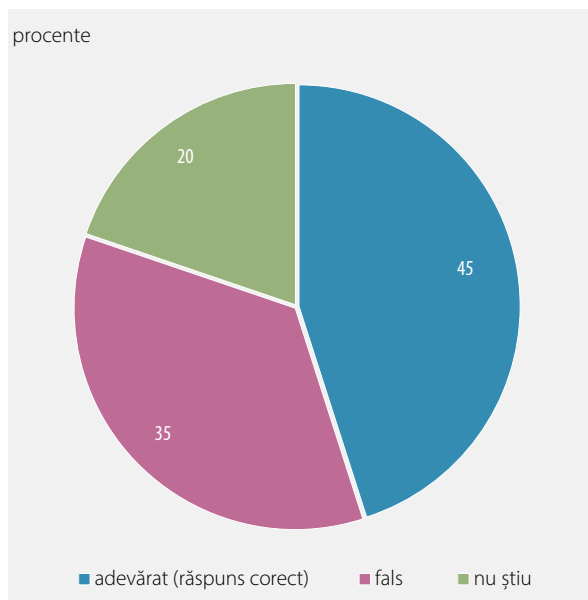
În ceea ce privește cunoștințele despre dividende, majoritatea firmelor autohtone (84 la sută) înțeleg că dividendele sunt diferite de rambursările împrumutului, în timp ce aproximativ 12 la sută dintre companii nu știu sau nu doresc să răspundă la această întrebare, Grafic 11.

Cea mai mică rată de răspuns corect se observă în cazul firmelor din comerț (82 la sută), în timp ce nivelurile cele mai ridicate ale cunoștințelor cu privire la dividende se regăsesc în rândul corporațiilor (97 la sută), al firmelor respondente cu grad ridicat de tehnologie încorporată (*high-tech*) și al celor cu credite la bănci (94 la sută), precum și în cazul companiilor cu nivel intensiv de cunoaștere (*knowledge-intensive*) participante la sondaj (92 la sută).

Grafic 11. Cunoștințele firmelor cu privire la dividende: structura răspunsurilor la întrebarea „Dividendele fac parte din ceea ce plătește o companie unei bănci pentru a rambursa un împrumut?”



Grafic 12. Cunoștințele firmelor cu privire la capitalul propriu – structura răspunsurilor la întrebarea „Atunci când o companie obține capital de la un investitor, îi conferă investitorului o parte din proprietatea companiei?”



• **Cunoștințele cu privire la capitalul propriu**

Mai puțin de jumătate (45 la sută) dintre firmele din România cunosc faptul că atragerea de capital propriu de la un investitor oferă acestuia dreptul asupra activelor și de proprietate asupra entității. 35 la sută dintre firme au răspuns greșit la această

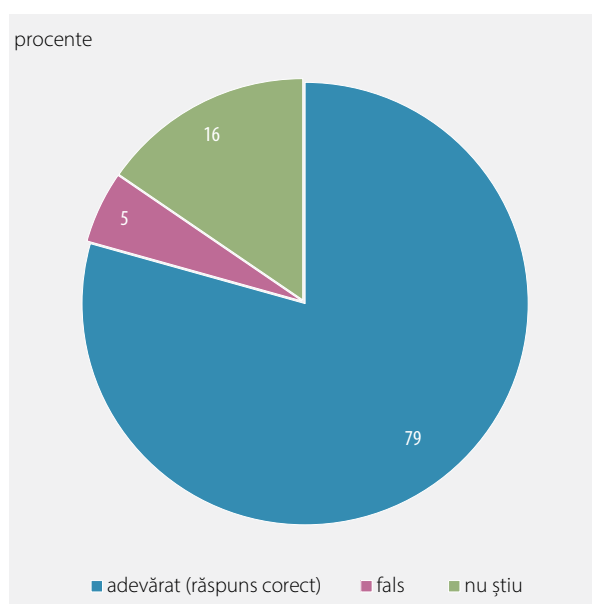
întrebare, iar 20 la sută au declarat că nu știu să răspundă, Grafic 12. Cea mai mare rată de răspuns corect se regăsește în rândul companiilor cu grad ridicat de tehnologie încorporată (*high-tech*, 63 la sută) și în cazul firmelor exportatoare (59 la sută).

- **Cunoștințele cu privire la relația dintre risc și randament**

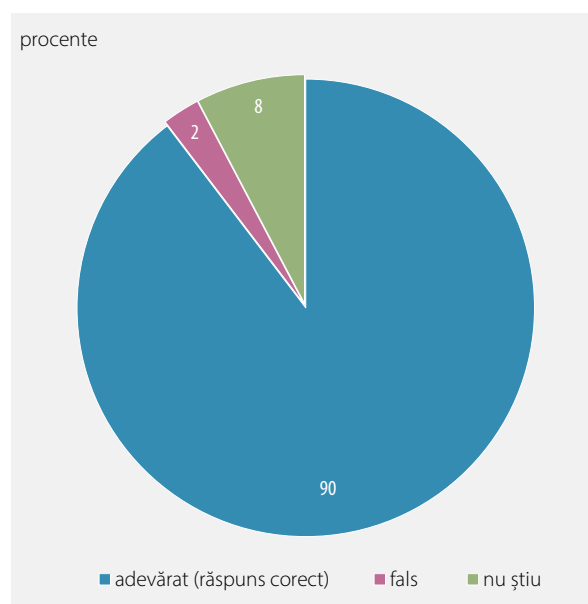
O pondere ridicată a companiilor nefinanciare (79 la sută, Grafic 13) înțelege faptul că randamentele mai mari sunt însoțite, de obicei, de un risc mai mare, similar rezultatelor obținute de OCDE pe un eșantion de 1 021 de IMM (75 la sută).

În structură, corporațiile dețin într-o proporție semnificativ mai mare cunoștințe financiare pe acest subiect (91 la sută), în timp ce firmele din sectorul construcții și imobiliare se găsesc la polul opus, cu o rată de răspuns corect de 77 la sută.

Grafic 13. Cunoștințele firmelor cu privire la relația dintre risc și randament: structura răspunsurilor la întrebarea „Dacă o investiție financiară oferă șansa de a câștiga mulți bani, este probabil să existe și șansa de a pierde mulți bani?”



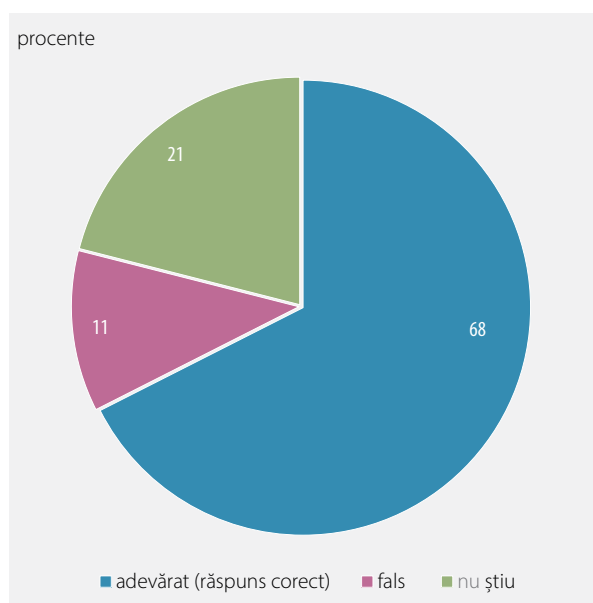
Grafic 14. Cunoștințele firmelor cu privire la inflație – răspuns la întrebarea „Inflația ridicată semnifică o creștere accelerată a costului vieții?”



- **Cunoștințele cu privire la inflație**

Majoritatea firmelor autohtone (90 la sută, Grafic 14) înțelege efectul inflației asupra costului vieții, peste media de 85 la sută pentru țările din Europa de Sud-Est, conform celei mai recente evaluări obținute de OCDE. Cel mai bun nivel al cunoștințelor pe acest subiect se regăsește în cazul companiilor din sectoarele *high-tech* participante la sondaj și în cel al firmelor exportatoare și importatoare (95 la sută). După sectorul de activitate, doar sectorul servicii și utilități înregistrează un grad de cunoaștere sub cel la nivelul agregat.

Grafic 15. Cunoștințele firmelor cu privire la relația dintre maturitatea împrumutului și dobânzile plătite – răspuns la întrebarea „Un împrumut pe 15 ani necesită de obicei plăți lunare mai mari decât un împrumut pe 30 de ani de aceeași sumă, dar dobânda totală plătită pe durata împrumutului va fi mai mică?”



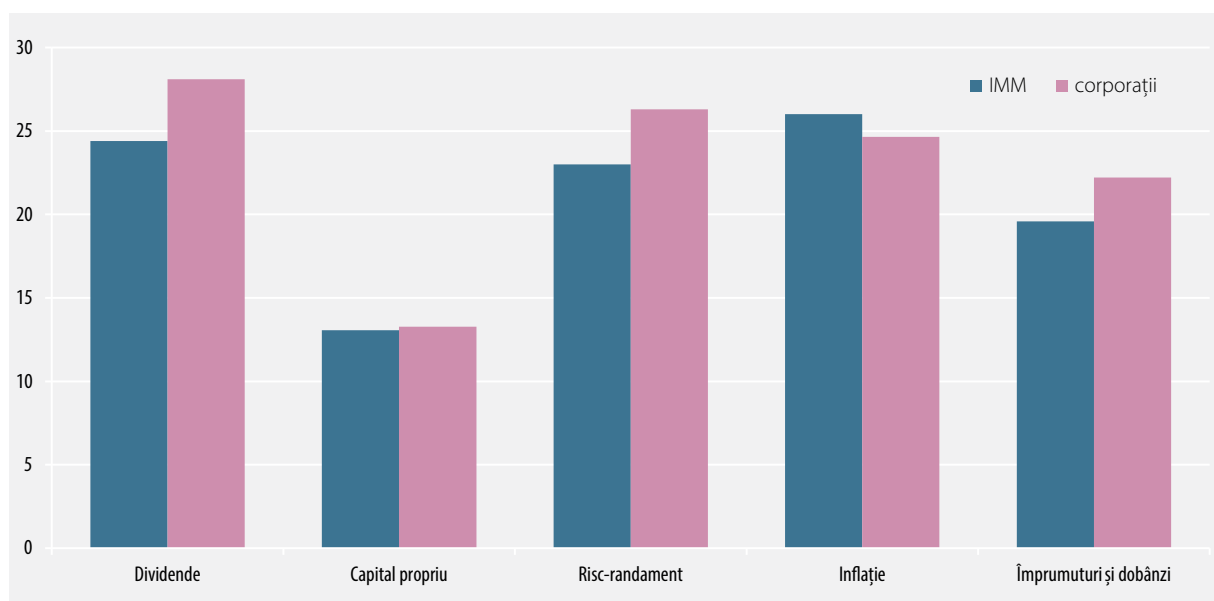
• **Cunoștințele cu privire la relația dintre maturitatea împrumutului și dobânzile plătite**

Circa 68 la sută dintre companiile nefinanciare din România cunosc relația dintre scadența unui împrumut și valoarea dobânzilor plătite (Grafic 15), în concordanță cu rezultatele obținute prin sondajul OCDE la această întrebare (69 la sută). Cele mai ridicate niveluri ale cunoștințelor sunt asociate firmelor din sectoarele *high-tech* (83 la sută), firmelor importatoare și exportatoare (82 la sută) și companiilor cu credite la bănci (79 la sută). În contrast, companiile din sectoarele servicii și utilități, respectiv construcții și imobiliare, consemnează o rată de răspuns corect sub cea a firmelor la nivel agregat. În funcție de mărime, se constată faptul că IMM dețin un nivel de cunoștințe financiare pe acest subiect mai redus (68 la sută) comparativ cu corporațiile (77 la sută).

Astfel, scorul obținut din evaluarea cunoștințelor financiare este de 21 din 29, în concordanță cu rezultatul obținut de OCDE în cel mai recent sondaj

al său, respectiv un scor de 20. După dimensiunea firmei, corporațiile înregistrează un scor superior al cunoștințelor financiare (23 din 29) comparativ cu IMM (21 din 29). În funcție de sectorul de activitate, firmele din agricultură și industrie au cunoștințe financiare mai bune (22 din 29), demonstrând cunoașterea într-o mai mare măsură a noțiunilor financiare de bază.

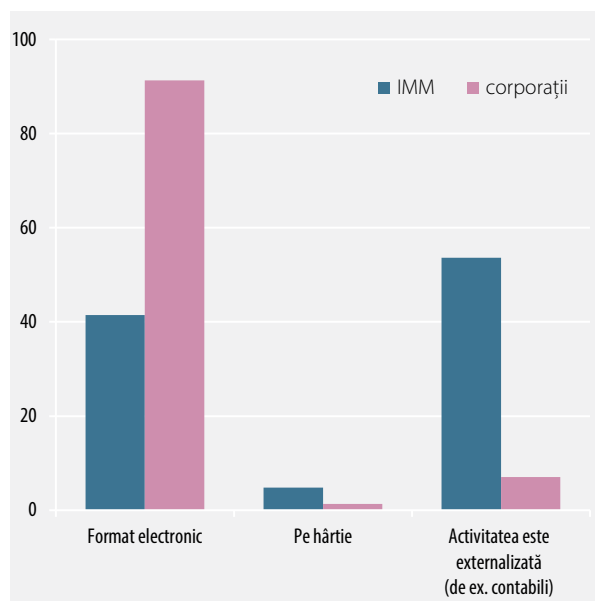
Grafic 16. Scorul obținut la întrebările privind cunoștințele financiare



B.1.2. Comportamentul financiar

Modul în care o firmă gestionează aspecte precum bugetarea, planificarea și administrarea finanțelor va avea un impact semnificativ asupra bunăstării sale financiare.

Grafic 17. Metodele de ținere a evidențelor contabile ale firmelor autohtone

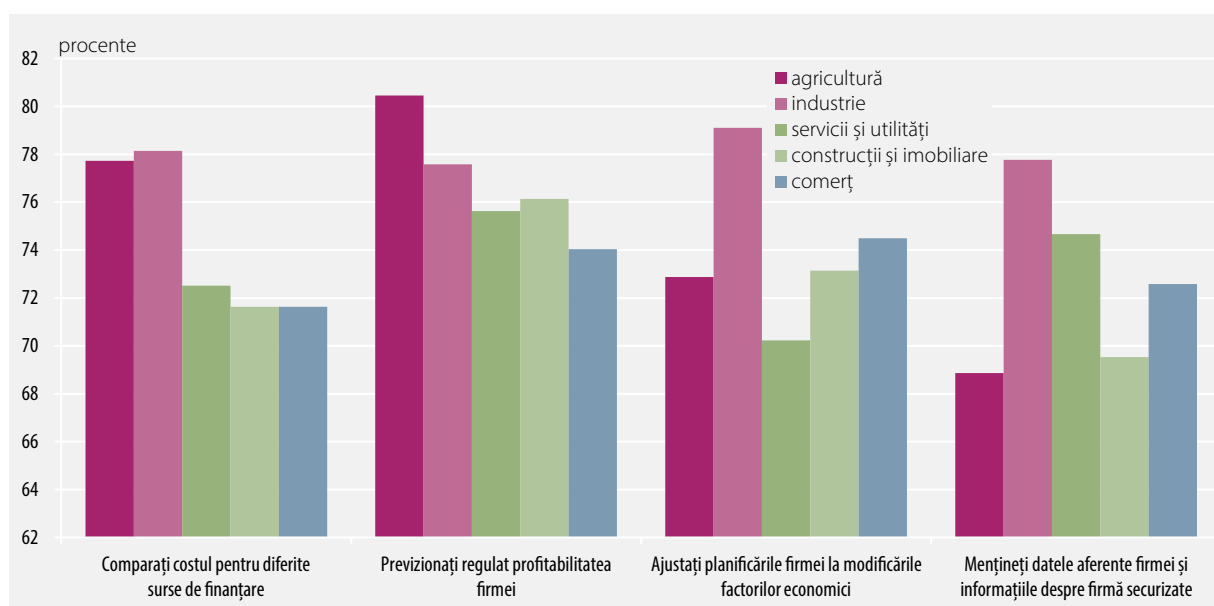


Mentținerea finanțelor afacerii separate de finanțele personale este considerată un comportament inteligent din punct de vedere financiar, deoarece permite o mai bună gestionare financiară și a riscurilor. Din acest punct de vedere, majoritatea IMM (98 la sută) au declarat că dețin conturi strict separate pentru finanțele gospodăriei și ale afacerii lor, doar 3 la sută dintre aceștia considerând dificilă gestionarea în acest mod.

Companiile autohtone țin, aproape în unanimitate, evidența situației financiare a afacerii în mod formal. Metodele formale de ținere a evidenței înregistrărilor financiare includ formatul electronic (42 la sută), cel tip hârtie (5 la sută) sau prin intermediul unui contabil extern (53 la sută), Grafic 17. Dintre sectoarele de activitate, firmele din comerț țin în cea mai mare proporție evidențele contabile pe suport hârtie (7 la sută), în timp ce companiile din servicii și utilități apelează în cea

mai mare măsură la sprijinul specialiștilor contabili (56 la sută).

Grafic 18. Răspunsurile firmelor la întrebările privind comportamentul financiar



Majoritatea firmelor autohtone demonstrează comportamente financiare corespunzătoare în ceea ce privește păstrarea în siguranță a datelor și informațiilor despre afacere (73 la sută), compararea costului diferitelor surse de finanțare pentru afacere (73 la sută), previzionarea regulată a profitabilității afacerii (76 la sută), precum și adaptarea planificărilor la modificările factorilor economici (73 la sută), Grafic 18. În funcție de dimensiunea firmei, se remarcă practicarea comportamentelor financiare favorabile într-o mai mare măsură de către corporații (peste 92 la sută) spre deosebire de IMM (73 la sută). După sectorul de activitate, companiile din agricultură practică în cea mai mare proporție previzionarea regulată a profitabilității (80 la sută), însă sunt preocupate în cea mai mică măsură de securitatea informațiilor (69 la sută).

Pe baza acestor informații, se obține un scor de comportament financiar de 39 din 53 (conform metodologiei OCDE), rezultat identic celui obținut de OCDE în cea mai recentă evaluare a sa. În structură, se observă că dintre sectoarele de activitate, industria înregistrează cel mai ridicat scor (41 din 53), iar în funcție de dimensiune, corporațiile (50 vs. 39 în cazul IMM). Merită a fi menționat faptul că firmele respondente care activează în sectoarele *high-tech* consemnează un scor mai ridicat comparativ cu cele din sectoare *low-tech* (49 vs. 46), iar companiile cu credite la bănci au un comportament financiar superior celor ce nu au apelat la finanțare bancară (48 vs. 41), însă dintre acestea, firmele cu credite neperformante au obținut un scor mai scăzut (46 vs. 48).

B.1.3. Atitudinea financiară

Educația financiară implică nu numai cunoștințele, înțelegerea și abilitățile de a face față problemelor financiare, ci și atribute non-cognitive precum: motivația de a căuta informații și sfaturi pentru a se angaja în activități financiare, încrederea de a aborda diverse tipuri de furnizori financiari și de a se angaja în decizii financiare, capacitatea de a planifica pe termen lung și capacitatea de a-și exercita autocontrolul și de a gestiona alți factori emoționali și psihologici care influențează luarea celor mai bune decizii financiare. Aceste atribute sunt considerate un obiectiv al educației financiare și sunt esențiale în construirea cunoștințelor și abilităților financiare.

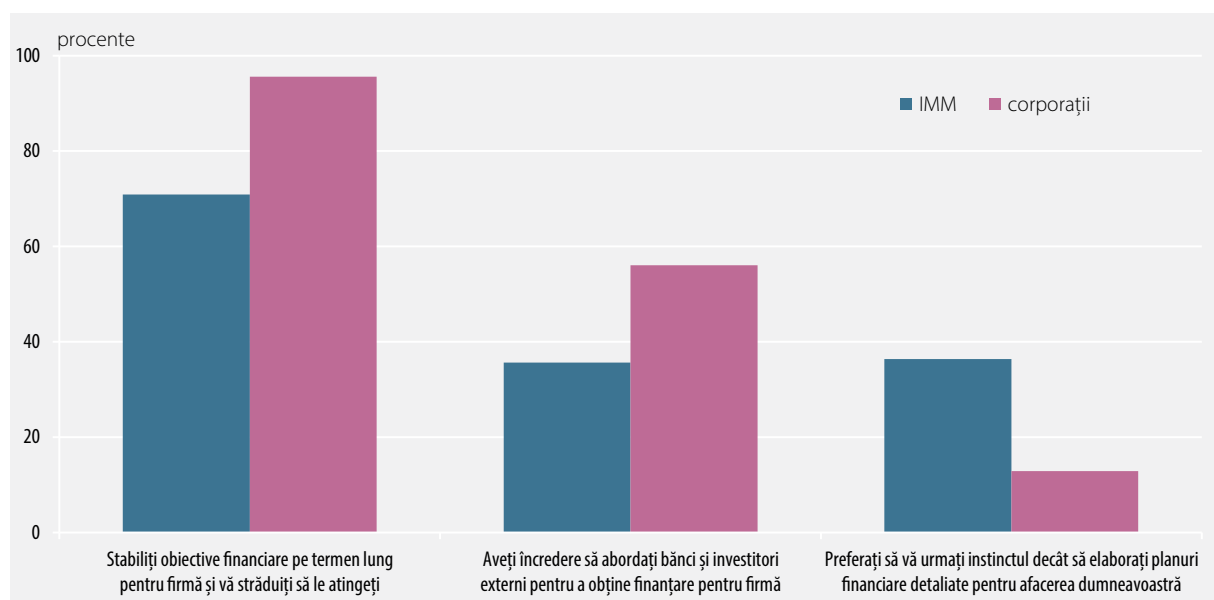
Scorul de atitudine financiară al firmelor depinde de măsura în care acestea demonstrează trei atitudini favorabile din punct de vedere financiar, și anume capacitatea de a planifica dincolo de termenul scurt, de a finanța afacerea și de a demonstra o atitudine prudentă.

Astfel, 71 la sută dintre companiile nefinanciare autohtone stabilesc obiective financiare pe termen lung pentru firmă și se străduiesc să le atingă (Grafic 19), în timp ce o proporție de 6 la sută nu manifestă o astfel de atitudine financiară. În plus, numai 36 la sută dintre firmele autohtone declară că abordează cu încredere băncile și investitorii externi pentru a obține finanțare pentru firmă,

iar o proporție similară preferă să își urmeze instinctul în defavoarea elaborării de planuri financiare detaliate.

Astfel, pe componenta de atitudine financiară se obține un scor de 8 din 18 puncte pentru întregul sector al firmelor, față de valoarea de 11 obținută de OCDE pe un eșantion de dimensiuni reduse. Dintre sectoarele de activitate, agricultura înregistrează un scor de atitudine financiară superior (10 din 18), fiind urmată de industrie (9 din 18). Merită a fi menționat faptul că și pe această componentă a alfabetizării financiare, corporațiile se detașează de IMM (13 vs. 8), iar companiile din sectoarele *high-tech* și cele cu credite la bănci manifestă, de asemenea, o atitudine financiară peste medie (13, respectiv 12 din 18).

Grafic 19. Procentul respondenților care sunt de acord cu afirmațiile privind atitudinea financiară

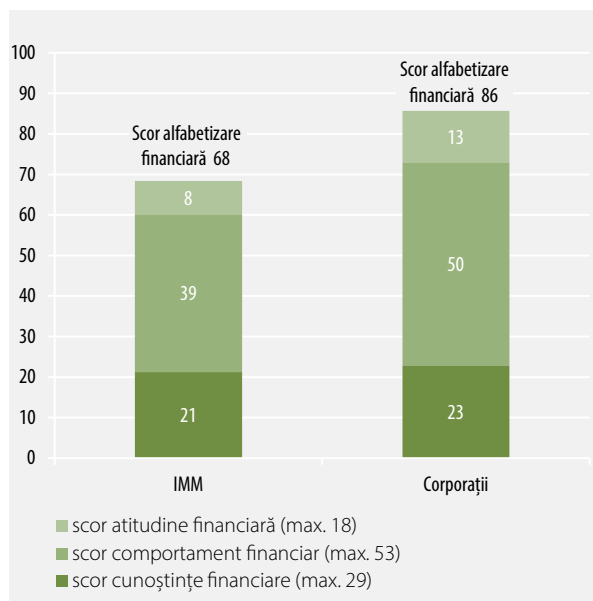


B.1.4. Scorul de alfabetizare financiară

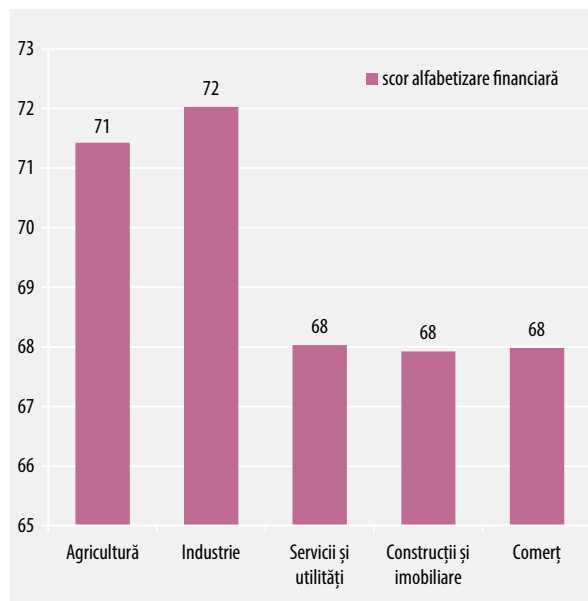
Prin însumarea celor 3 scoruri aferente componentelor alfabetizării financiare, respectiv cunoștințele, comportamentul și atitudinea financiară, se obține un scor agregat de alfabetizare financiară a firmelor din România de 68 din 100, în concordanță cu rezultatul obținut de OCDE pe un eșantion de 1 021 de IMM autohtone, respectiv 69. Raportat la scorul mediu de alfabetizare al firmelor de tip IMM din Europa de Sud-Est calculat de OCDE, România se situează în jurul mediei (68 vs. 67). În funcție de mărimea firmei, se observă faptul că IMM înregistrează un nivel inferior al cunoștințelor financiare comparativ cu corporațiile (68 vs. 86), Grafic 20.

După sectorul de activitate, se remarcă un scor al alfabetizării financiare superior nivelului agregat în cazul sectorului industrial (72 din 100) și al celui agricol (71 din 100), Grafic 21.

Grafic 20. Scorul de alfabetizare financiară în funcție de dimensiunea firmei



Grafic 21. Scorul de alfabetizare financiară în funcție de sectorul de activitate



B2. INCLUZIUNEA FINANCIARĂ

Incluziunea financiară scăzută a firmelor din România, comparativ cu statele europene, este influențată și de nivelul redus al educației financiare și al veniturilor populației. Rezultatele unei analize întreprinse în cadrul Băncii Naționale a României⁹ arată că gradul de incluziune financiară în România este unul dintre cele mai scăzute din Uniunea Europeană, dar și dintre țările din regiune, ocupând a doua cea mai slabă poziție după Letonia (date aferente anului 2021), Grafic 22.

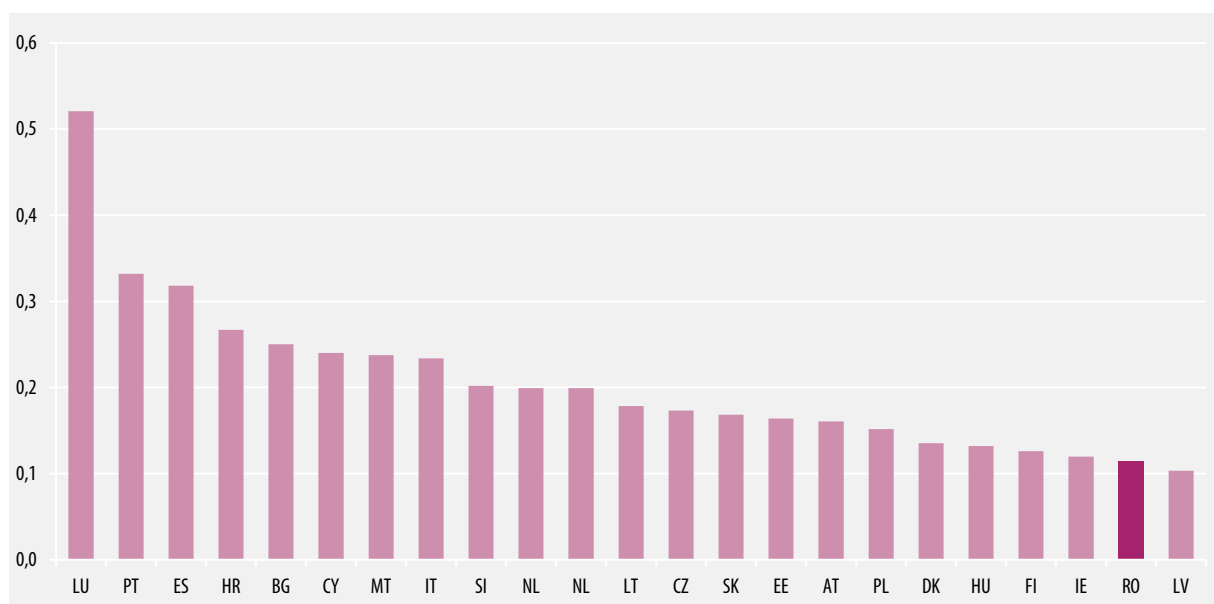
Potrivit rezultatelor prezentate în Secțiunea A, modelul de finanțare al companiilor nefinanciare din România arată preferința pentru sursele interne de finanțare, precum și pentru creditele comerciale și de la acționari. În vederea modificării acestui comportament și pentru a crește nivelul intermedierei și incluziunii financiare este nevoie de o simplificare a birocrăției în procesul de acordare a finanțărilor de către bănci (demers care se materializează în prezent prin fenomenul de digitalizare în bănci), precum și de intensificarea acțiunilor de educație financiară și antreprenorială.

Deținerea unui cont bancar este considerată un indicator de bază al incluziunii financiare. Conform rezultatelor sondajului, circa 2 la sută dintre firmele autohtone nu dețin cont bancar, 45 la sută dețin un cont bancar printr-o agenție fizică, 43 la sută utilizează conturi bancare online, iar 9 la sută utilizează aplicațiile de *mobile banking*, Grafic 23. Corporațiile prezintă un grad mai ridicat de digitalizare și utilizează într-o

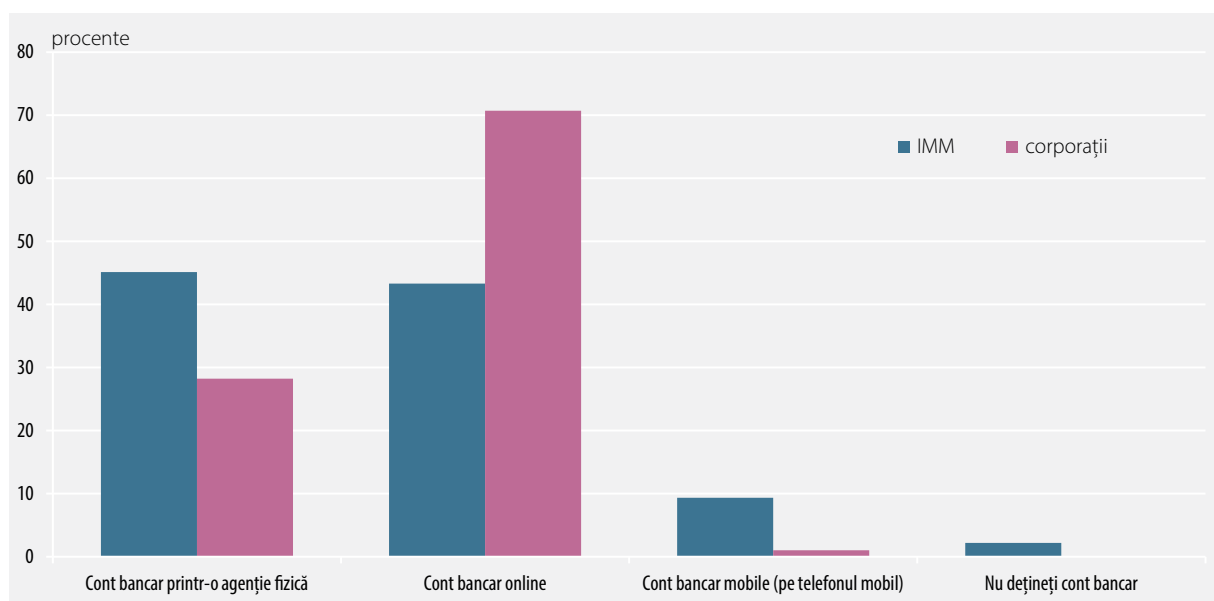
⁹ Informații metodologice pot fi regăsite în Iftimie, S., „Income inequality and access to credit”, București, 2019

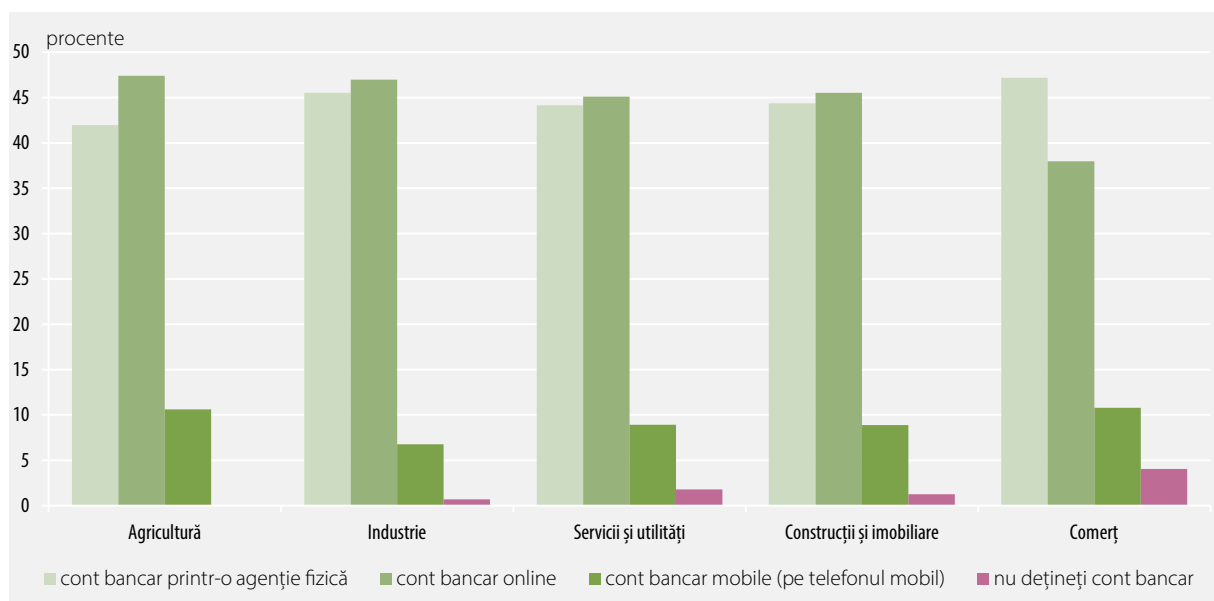
mai mare măsură conturile bancare online (71 la sută), precum și companiile participante la sondaj care activează în domeniile *high-tech* (59 la sută) și în sectoarele cu grad înalt de cunoaștere (*knowledge-intensive*, 57 la sută). Merită a fi menționat faptul că dintre sectoarele de activitate, firmele din comerț se află pe primul loc în privința nedeținerii niciunui fel de cont bancar (4 la sută), în timp ce sectorul agricol și cel industrial utilizează în cea mai mare măsură conturile bancare online (47 la sută), Grafic 24.

Grafic 22. Indicele de incluziune financiară (2021)



Grafic 23. Deținerea unui cont bancar după dimensiunea firmei



Grafic 24. Deținerea unui cont bancar după sectorul de activitate

În cazul IMM, OCDE arată că 94 la sută dintre firmele din eșantion dețineau un cont bancar în 2022, prezenta analiză care extinde rezultatele la nivelul întregului sector IMM evidențiind o pondere chiar mai mare a acestora, respectiv 98 la sută. Totuși, o problemă persistentă în România o reprezintă disparitățile regionale și concentrarea regională a împrumuturilor, care urmează asimetria în dezvoltarea regională. Astfel, chiar dacă clienții care locuiesc în zonele rurale au un cont la o bancă sau folosesc un serviciu de *mobile banking*, utilizarea rămâne în general foarte scăzută, deoarece produsele și serviciile financiare continuă să fie concepute în primul rând pentru nevoile clienților urbani.

Conform *Sondajului privind accesul la finanțare* derulat de FMI în anul 2021, în România există circa 21 de unități ale instituțiilor de credit la 100 000 de adulți, în scădere de la 35 cu 10 ani în urmă. În ceea ce privește disponibilitatea bancomatelor, România înregistra în anul 2021 un număr de 62 de ATM la 100 000 de adulți, în scădere de la 64 în anul 2011, în urma unor țări din regiune (Polonia – 66, Bulgaria – 89, Croația – 140). Pentru creșterea incluziunii financiare este nevoie și de o sporire a prezenței instituțiilor creditoare în zonele rurale.

B3. CUNOAȘTEREA ȘI UTILIZAREA PRODUSELOR ȘI SERVICIILOR FINANCIARE

Nivelul de conștientizare privind produsele și serviciile financiare reprezintă gradul de cunoaștere și utilizare ale diferitelor tipuri de produse și servicii financiare care pot fi folosite de firme pentru finanțarea activității sau pentru gestionarea riscurilor la care sunt expuse. Acesta este cel de-al treilea palier după care este evaluat gradul de educație financiară a firmelor.

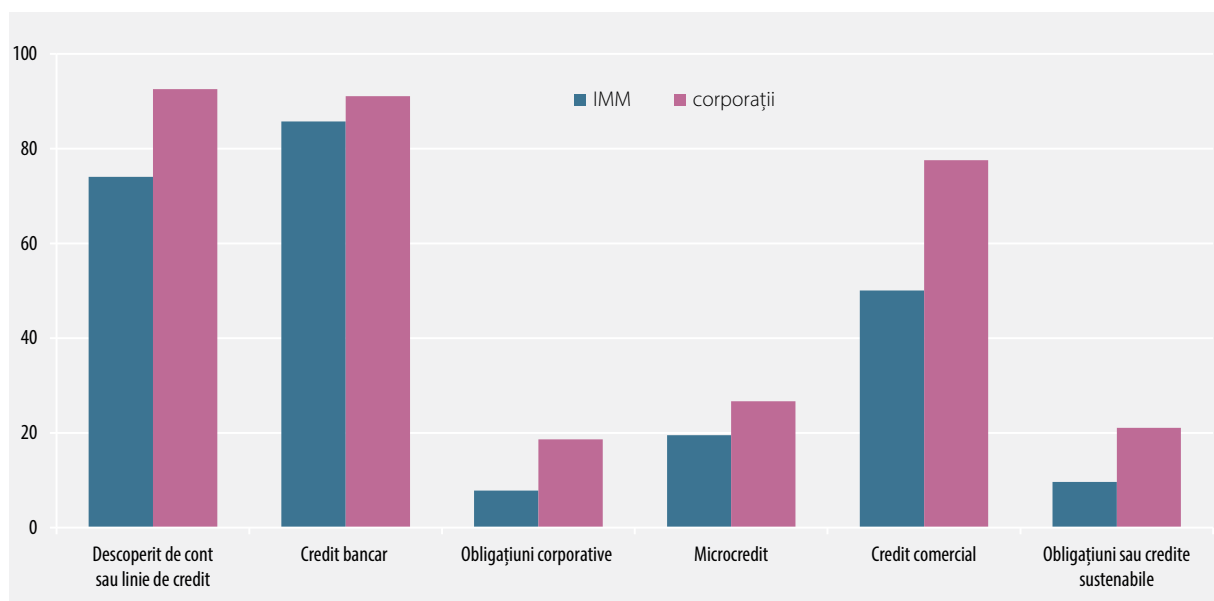
Sondajul evaluează nivelul de conștientizare și de utilizare a diferitelor produse și servicii financiare de către firmele autohtone, aceste produse și servicii putând fi clasificate în patru categorii principale: produse și servicii de finanțare prin credit, respectiv prin capitaluri proprii, alte produse și servicii de finanțare și produse și servicii financiare pentru gestionarea riscurilor. Pentru fiecare categorie, produsele și serviciile de finanțare sunt următoarele:

- Produse și servicii de finanțare prin credit: (i) descoperit de cont sau linie de credit; (ii) credit bancar; (iii) obligațiuni corporative; (iv) microcredit; (v) credit comercial; (vi) obligațiuni sau credite sustenabile.
- Produse și servicii de finanțare prin capitaluri proprii: (i) fonduri cu capital de risc – *venture capital* sau *angel investors*, (ii) capital public (listare la o bursă de valori publică).
- Alte produse și servicii de finanțare: (i) *crowdfunding*, (ii) *factoring*.
- Produse și servicii financiare pentru gestionarea riscurilor: (i) derivative (instrumente financiare derivate); (ii) asigurări de proprietăți imobiliare; (iii) asigurări de răspundere civilă; (iv) asigurări de pierderi financiare din întreruperea afacerii; (v) asigurări de viață pentru proprietarul firmei.

Gradul de cunoaștere a produselor și serviciilor financiare

În ceea ce privește cunoașterea produselor și serviciilor de finanțare prin credit, 74 la sută, respectiv 86 la sută dintre firme, au cunoștință despre descoperitul de cont/linie de credit, respectiv credit bancar. O proporție redusă a firmelor autohtone are cunoștințe despre instrumente financiare de tipul obligațiunilor corporative (8 la sută), creditelor și obligațiunilor sustenabile (10 la sută) sau microcreditelor (20 la sută), în contextul în care societățile nefinanciare dețin numai 1 la sută din titlurile de valoare ale investitorilor din România. Pentru circa jumătate dintre companiile nefinanciare creditul comercial este un produs financiar cunoscut.

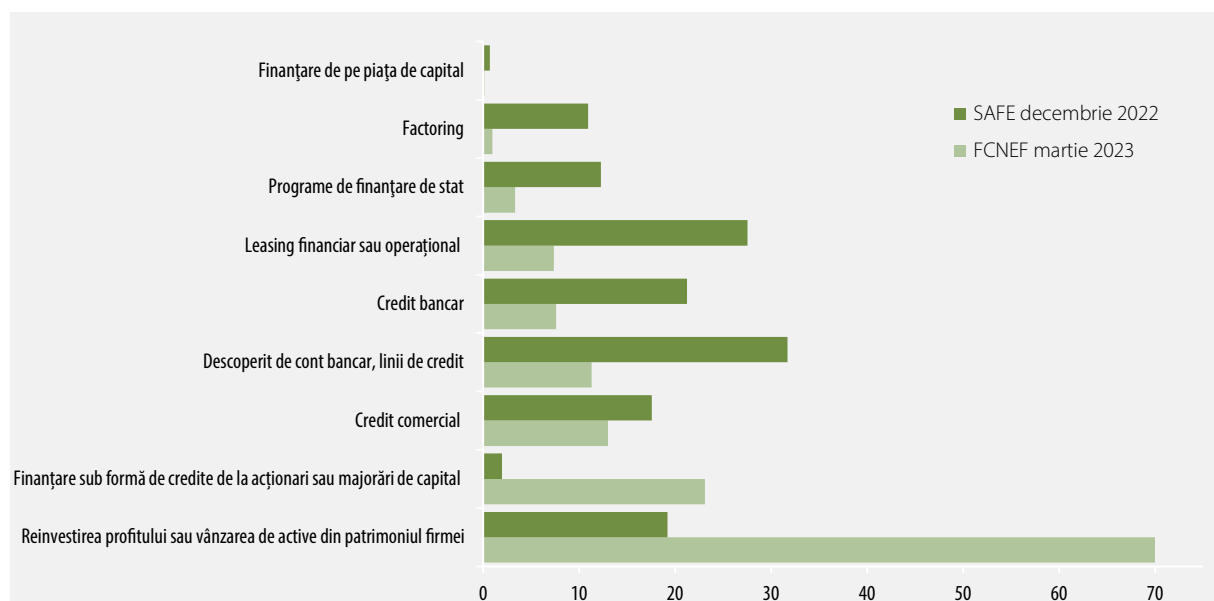
În funcție de mărimea companiei, corporațiile cunosc într-o mai mare măsură produsele și serviciile financiare de creditare analizate, cele mai cunoscute fiind descoperitul de cont și liniile de credit (93 la sută vs. 74 la sută în cazul IMM), creditul bancar (91 la sută vs. 86 la sută în cazul IMM) și creditul comercial (78 la sută vs. 58 la sută în cazul IMM), Grafic 25. Dintre sectoarele de activitate, firmele din agricultură cunosc într-o proporție superioară noțiunea de credit bancar (91 la sută vs. 86 la sută la nivel agregat), în timp ce firmele din comerț au declarat în proporție de 57 la sută (vs. 50 la sută la nivel agregat) că dețin informații despre creditul comercial. În ceea ce privește instrumentele sustenabile de creditare, firmele care sunt conștiente de existența acestora: (i) activează într-o mai mare măsură în sectoare *knowledge-intensive* (21 la sută), (ii) se regăsesc în domeniile înalt tehnologizate (20 la sută în cazul *high-tech* față de 14 la sută în cazul *low-tech*) și (iii) o pondere mai mare se observă în cazul companiilor participante la sondaj care au credite la bănci (17 la sută vs. 14 la sută în cazul firmelor respondente fără credite).

Grafic 25. Gradul de cunoaștere a produselor și serviciilor de finanțare prin credit de către firme, după dimensiunea firmei

În plus, firmele românești apelează într-o mai mare măsură la resursele financiare interne pentru finanțarea activității comparativ cu firmele din zona euro (70 la sută vs. 19 la sută¹⁰) și apelează mai puțin la finanțarea prin credit bancar (8 la sută vs. 21 la sută) sau prin descoperit de cont sau linii de credit (11 la sută vs. 32 la sută), Grafic 26. Acest tipar de finanțare a firmelor autohtone generează o serie de vulnerabilități importante pentru economia românească. De exemplu, creditele comerciale au o rată a neperformanței semnificativ mai mare decât creditele bancare și limitează pe termen mediu și lung capacitatea de dezvoltare a firmelor. În acest context, Comitetul Național pentru Supravegherea Macroprudențială (CNSM) a emis Recomandarea CNSM nr. R/3/2022 privind creșterea sustenabilă a intermedierei financiare, prin care solicită autorităților relevante să identifice soluții pentru „demararea, alături de mediul universitar și sistemul financiar, a unor programe pentru creșterea conștientizării în rândul firmelor a faptului că finanțarea prin credite comerciale și credite de la acționari ar putea avea pe termen mediu costuri totale mai mari decât cele oferite de instituțiile financiare și cele aferente finanțării prin utilizarea instrumentelor financiare specifice pieței de capital”.

Gradul de cunoaștere a produselor și serviciilor de finanțare prin atragere de capital fie prin listare la bursă, fie prin atragerea de fonduri cu capital de risc, este unul scăzut în rândul firmelor autohtone (12 la sută, respectiv 9 la sută). Acesta crește ușor în cazul corporațiilor (23 la sută, respectiv 16 la sută) și al companiilor care activează în domenii cu grad înalt de tehnologizare – *high-tech* (25 la sută, respectiv 14 la sută).

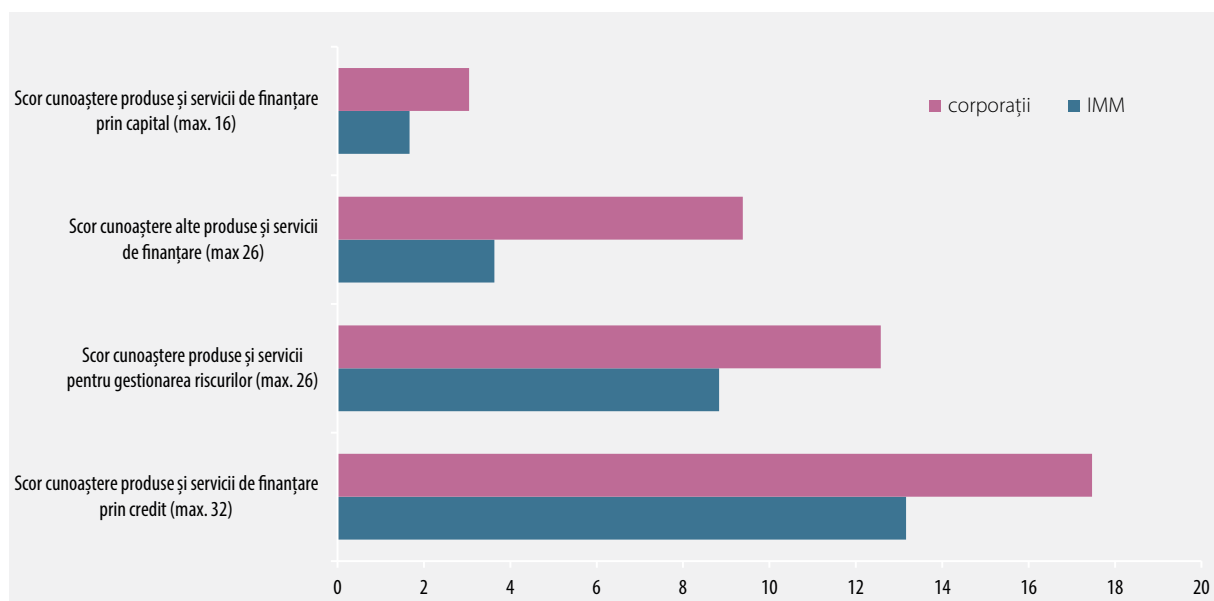
¹⁰ ECB Survey on the access to finance of enterprises, December 2022

Grafic 26. Sursele de finanțare ale companiilor autohtone vs. ale firmelor din zona euro

Circa 21 la sută dintre companiile nefinanciare cunosc noțiunea de *factoring* și doar 8 la sută conceptul de *crowdfunding*, firmele de mari dimensiuni și cele din sectoarele *high-tech* cunoscând, într-o mai mare măsură, deși tot la un nivel modest (12 la sută, respectiv 10 la sută pentru noțiunea de *crowdfunding*), aceste tipuri de produse și servicii financiare.

În ceea ce privește produsele și serviciile destinate gestionării riscurilor, cele mai cunoscute de către firmele românești sunt asigurările de răspundere civilă (57 la sută) și asigurările de proprietăți imobiliare (51 la sută), numai 7 la sută dintre întreprinderile autohtone respondente fiind conștiente de existența instrumentelor financiare derivate. Derivatele sunt familiare într-o mai mare măsură corporațiilor (22 la sută vs. 7 la sută în cazul IMM) și companiilor respondente care activează în domeniul *high-tech* (23 la sută vs. 16 la sută în cazul *low-tech*). Conform *Sondajului privind accesul la finanțare a companiilor nefinanciare din România* (FCNEF) din decembrie 2021, circa 24 la sută dintre companii au expuneri la riscul valutar, însă nu utilizează nicio metodă de acoperire a acestuia. Mai puțin de 1 la sută dintre firme utilizează instrumente derivate de tipul contractelor *forward*, *futures*, opțiuni sau *swap*, procent care se situează la 10 la sută în cazul companiilor importatoare și exportatoare. Prin urmare, se conturează necesitatea sporirii educației financiare în rândul companiilor nefinanciare și încurajarea utilizării metodelor de acoperire a riscurilor.

Gradul de cunoaștere a produselor și serviciilor financiare a fost calculat, la nivelul întregului sector și al IMM, la nivelul de 27 din 100, corporațiile înregistrând un scor superior (43 la sută), împreună cu companiile respondente din domeniul *high-tech* (40 la sută), Grafic 27. Dintre sectoarele de activitate, firmele din sectorul servicii și utilități se clasează pe prima poziție, deși cu un nivel modest al conștientizării produselor și serviciilor financiare (29 puncte), la polul opus fiind firmele din agricultură cu un scor de 22 din 100.

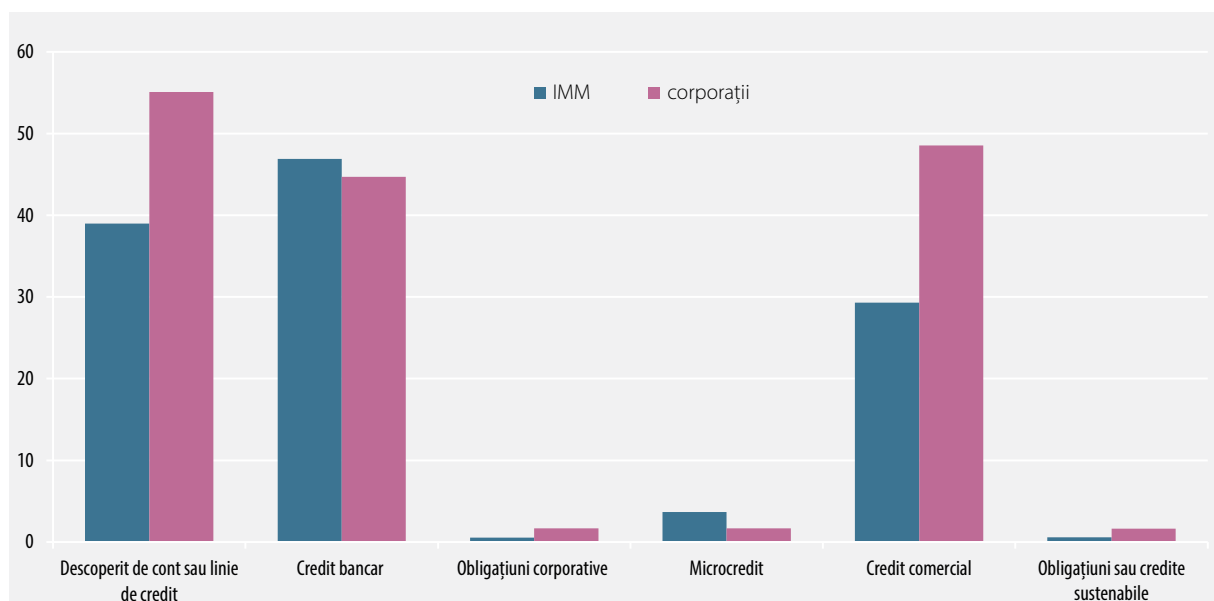
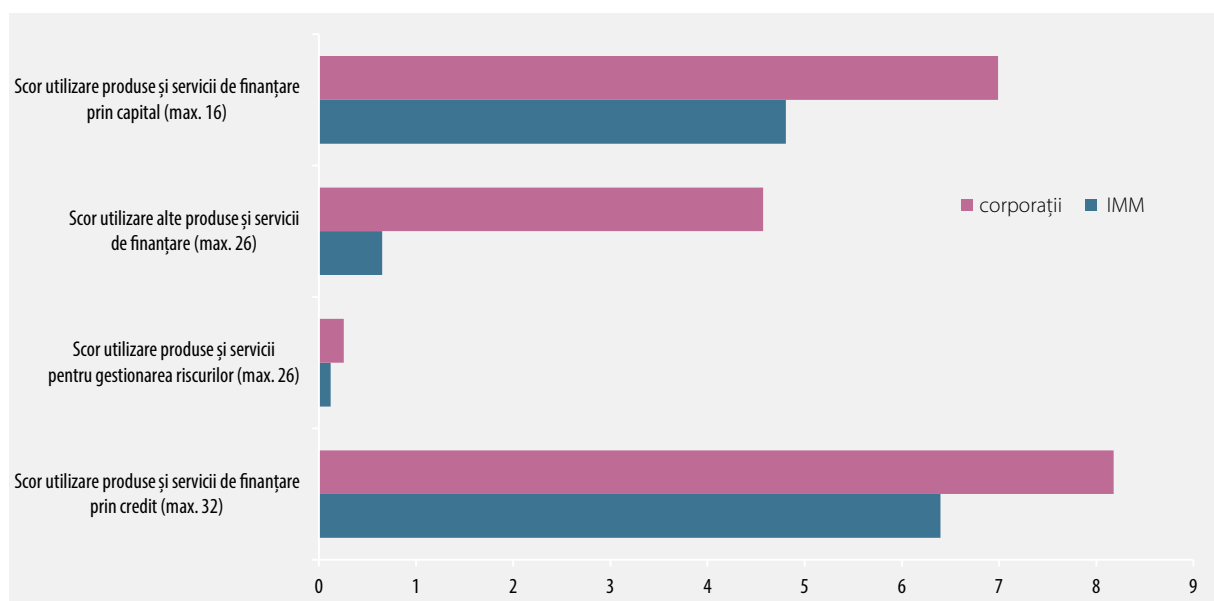
Grafic 27. Scor cunoaștere produse și servicii financiare, după dimensiunea companiei

Gradul de utilizare a produselor și serviciilor financiare

Utilizarea produselor și serviciilor financiare este semnificativ mai mică decât gradul de conștientizare a acestora. Dintre produsele și serviciile de finanțare prin credit, cele mai utilizate sunt creditul bancar (47 la sută), descoperitul de cont și liniile de credit (39 la sută) și creditul comercial (29 la sută). În contrast, cele mai puțin utilizate instrumente financiare sunt creditele și obligațiunile sustenabile (0,58 la sută) și obligațiunile corporative (0,53 la sută). Metodele de finanțare durabilă sunt mai frecvent utilizate, dar proporția se menține nesemnificativă, de companiile din agricultură (3 la sută). Descoperitul de cont și liniile de credit sunt utilizate în cea mai mare proporție de corporații (55 la sută) și de firmele din industrie (46 la sută), în timp ce creditul bancar este sursa de finanțare principală pentru companiile din agricultură (60 la sută).

Rata de utilizare a celorlalte forme de finanțare este de sub 1 la sută, iar dintre instrumentele financiare destinate gestionării riscurilor, asigurările de răspundere civilă (41 la sută) și de proprietăți imobiliare (30 la sută) sunt cel mai frecvent utilizate pentru transferul riscurilor. Numai 1 la sută dintre firmele autohtone folosesc instrumente derivate pentru diminuarea riscurilor, ponderea crescând la 7 la sută în cazul companiilor din domeniile *high-tech* și la 6 la sută în cazul corporațiilor.

Scorul pentru gradul de utilizare a produselor și serviciilor financiare se situează la valoarea de 12 din 100, în cazul corporațiilor urcând la 20 din 100 (Grafic 29), situație care se reflectă în cel mai scăzut grad de intermediere financiară din UE în cazul României. Dintre sectoarele de activitate, industria consemnează un scor mai ridicat comparativ cu nivelul agregat al sectorului companiilor nefinanciare, respectiv 14 din 100.

Grafic 28. Gradul de utilizare a produselor și serviciilor de finanțare prin credit de către firme, după dimensiunea firmei**Grafic 29.** Scor utilizare produse și servicii financiare, după dimensiunea companiei

B4. DIGITALIZAREA ACTIVITĂȚILOR FINANCIARE ȘI DE AFACERI

Tranziția către digitalizare a accelerat în ultimii ani la nivel global, pe fondul pandemiei COVID-19 și al măsurilor de izolare care au limitat capacitatea agenților economici de a comercializa produse și servicii în mod tradițional. Digitalizarea serviciilor financiare poate contribui la creșterea incluziunii financiare și a creditării.

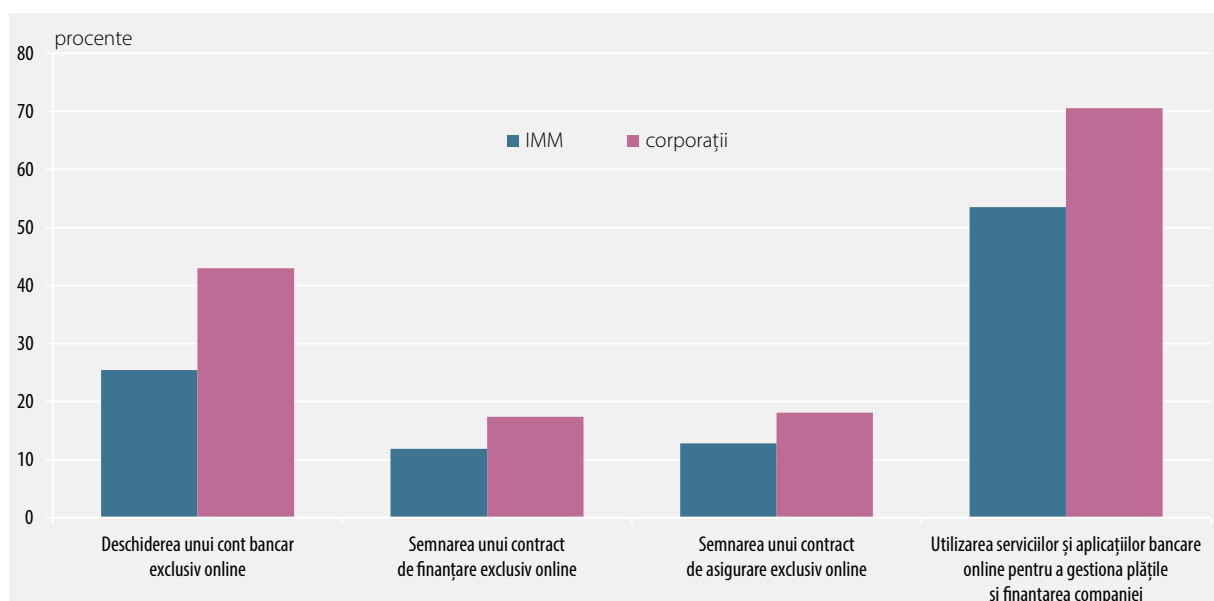
România se află pe ultimul loc în UE conform indicelui DESI (*Digital Economy and Society Index*) aferent anului 2022, cu un scor de 30,6, față de o medie de 52,3 în statele membre ale UE, pe fondul unei lipse semnificative de competențe digitale de bază în rândul populației. România are un punctaj slab pe palierul integrării tehnologiilor digitale, doar 32 la sută dintre întreprinderi utilizând facturi electronice (2020), numai 18 la sută dintre IMM folosind platforme de vânzare online (2021), în timp ce doar 1 la sută dintre întreprinderi au adoptat tehnologii cu inteligență artificială (față de media UE de 8 la sută). Interacțiunea digitală dintre autoritățile publice și publicul larg este, de asemenea, scăzută, doar 17 la sută dintre utilizatorii de internet folosind servicii online în raport cu sectorul public.

Autoritățile Europene de Supraveghere (ESAs – EBA, EIOPA și ESMA)¹¹ au evaluat riscurile care apar în prezent pentru consumatorii din UE în contextul pandemiei COVID-19 și al utilizării sporite a serviciilor financiare digitale și au identificat vulnerabilitatea și excluziunea financiară ca fiind cele mai importante două riscuri. ESAs consideră că lipsa cunoștințelor financiare și nefamiliarizarea cu tehnologiile digitale sunt factori determinanți ai acestor riscuri, întrucât lipsa competențelor financiare digitale face consumatorii mai predispuși înșelătoriilor și fraudelor digitale.

În acest context, modul în care companiile nefinanciare autohtone se adaptează la tendințele actuale în ceea ce privește digitalizarea capătă o importanță deosebită. Gradul de digitalizare se calculează pe baza a două componente: activitățile digitale financiare și activitățile digitale de business.

Activitățile digitale financiare

Grafic 30. Digitalizarea activităților financiare, după dimensiunea firmei



¹¹ European Supervisory Authorities Thematic Report on national financial education initiatives on digitalization, with a focus on cybersecurity, scams and fraud, 2023

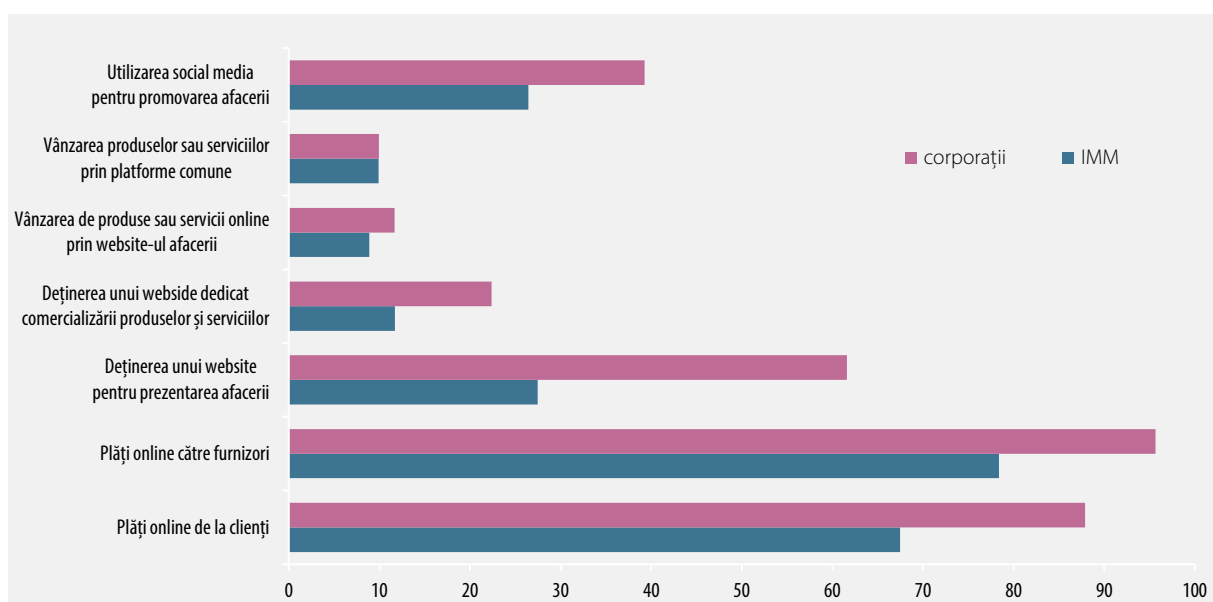
Conform rezultatelor sondajului, numai un sfert dintre firmele autohtone au deschis un cont bancar exclusiv online, circa 12 la sută au semnat un contract de finanțare exclusiv online, în timp ce peste jumătate dintre companii utilizează serviciile și aplicațiile bancare online pentru a gestiona plățile și finanțarea companiei, Grafic 30.

Gradul de digitalizare crește în cazul corporațiilor și companiilor care activează în domeniile *high-tech* pe toate palierele analizate. Acestea din urmă utilizează în cea mai mare proporție serviciile și aplicațiile bancare online pentru a gestiona plățile și finanțarea companiei (77 la sută), iar dintre sectoarele de activitate industria înregistrează cel mai mare scor pentru această componentă (60 la sută). Firmele din sectorul agricol practică într-o proporție mai ridicată semnarea de contracte de finanțare exclusiv online comparativ cu nivelul agregat (20 la sută vs. 12 la sută), în timp ce companiile din ramura servicii și utilități deschid într-o proporție ușor mai ridicată conturi bancare exclusiv online (27 la sută vs. 25 la sută).

Activitățile digitale de business

Majoritatea firmelor autohtone fac plăți online către furnizori (78 la sută), proporția crescând la 96 la sută în cazul corporațiilor (Grafic 31) și la 93 la sută în cazul companiilor care activează în sectoare *high-tech*. Dintre ramurile de activitate, firmele din agricultură practică în cea mai mare proporție plata prin transferuri online către furnizori (90 la sută), la polul opus situându-se companiile din comerț (73 la sută). Plățile online de la clienți sunt acceptate de numai 68 la sută dintre firmele autohtone, procentul scăzând la 67 la sută în cazul IMM și 60 în cazul companiilor din comerț.

Grafic 31. Digitalizarea afacerii, după dimensiunea firmei

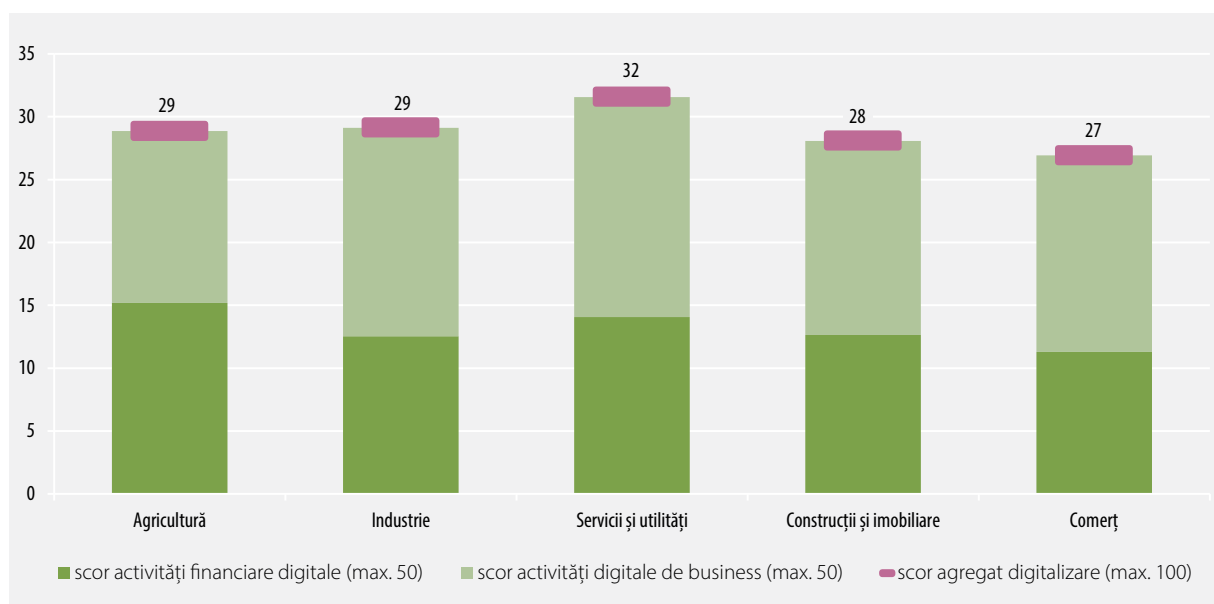


Numai 28 la sută dintre companiile nefinanciare dețin un website pentru prezentarea afacerii, firmele din sectorul agricol regăsindu-se în cea mai mică proporție în mediul online (5 la sută). În funcție de dimensiunea companiei, 27 la sută dintre IMM

utilizează o pagină web pentru prezentarea afacerii, în timp ce în cazul corporațiilor ponderea urcă la 62 la sută. Statisticile devin și mai nefavorabile dacă ne raportăm la ponderea firmelor care dețin un website pentru comercializarea produselor și serviciilor (12 la sută în cazul IMM, 22 la sută în cazul corporațiilor). Sectoarele de activitate în care activează firmele care utilizează în cea mai mică măsură vânzarea în mediul online sunt agricultura (4 la sută) și respectiv construcții și imobiliare (8 la sută). 10 la sută dintre firmele autohtone practică vânzarea produselor și serviciilor prin platforme comune, ponderea crescând ușor (12 la sută) în cazul companiilor din comerț. Merită a fi menționat faptul că doar 26 la sută dintre firme utilizează rețelele de socializare pentru promovarea afacerii, în cazul întreprinderilor din domenii *high-tech* ponderea majorându-se la 40 la sută.

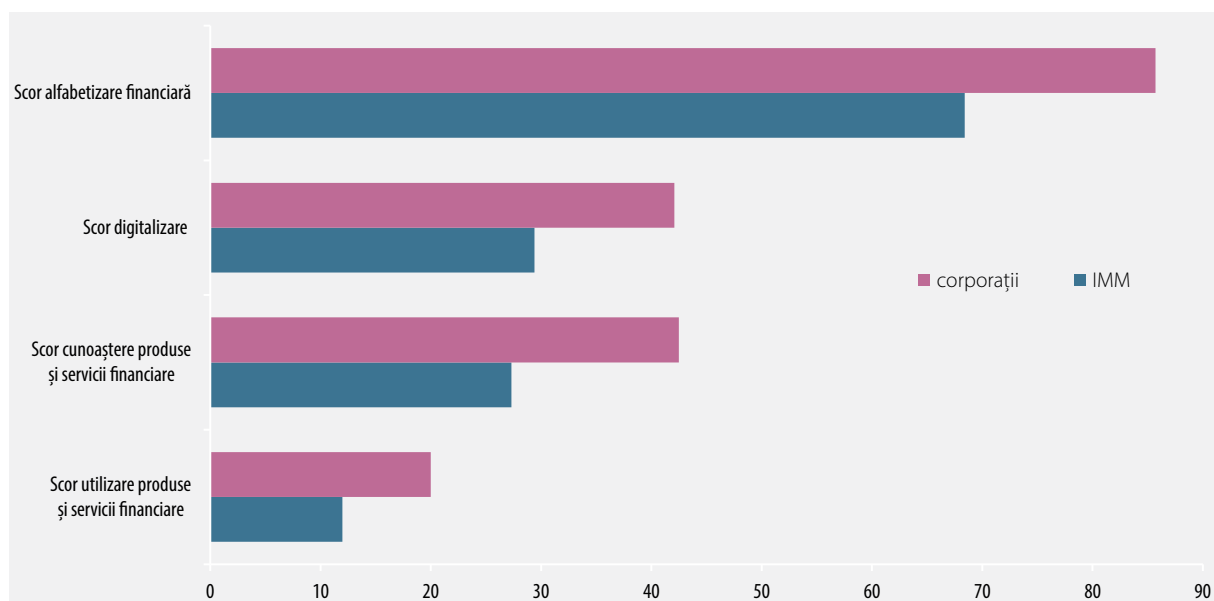
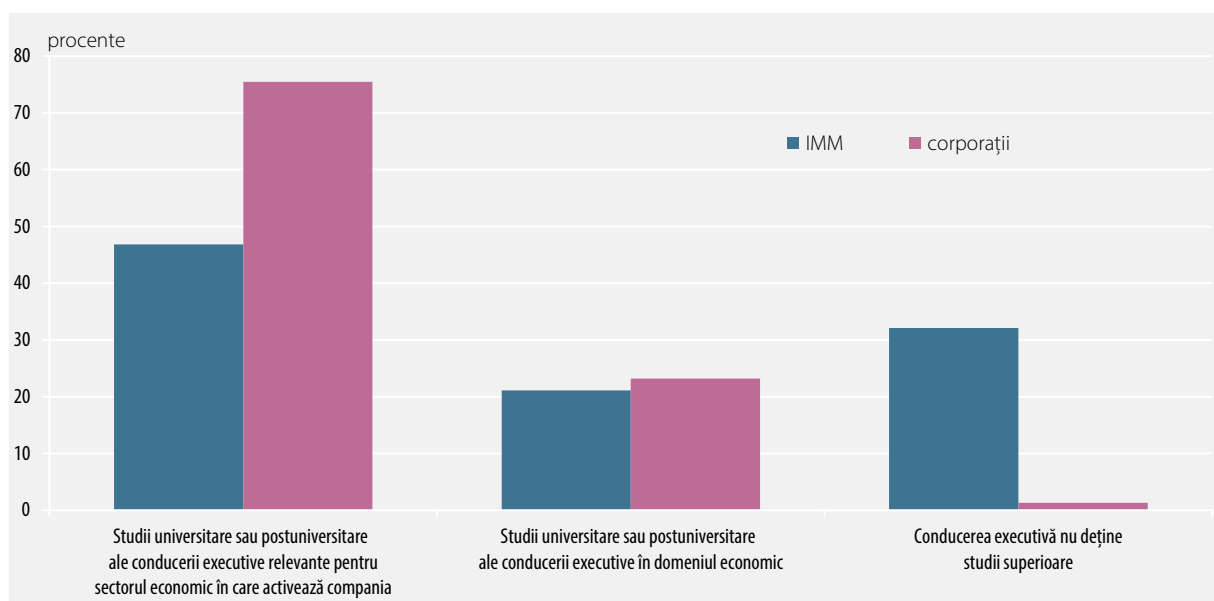
Astfel, scorul privind digitalizarea firmelor din România se situează la un nivel modest, respectiv 29 din 100, atingând cel mai ridicat nivel în cazul corporațiilor (42 din 100), nivelul minim fiind înregistrat în cazul firmelor din comerț (27 din 100), Grafic 32.

Grafic 32. Scorul de digitalizare, după sectorul de activitate



B5. PROPUNERI DE MĂSURI ÎN DIRECȚIA CREȘTERII EDUCAȚIEI FINANCIARE A FIRMELOR DIN ROMÂNIA

Conform rezultatelor primei runde a evaluării cunoștințelor financiare ale antreprenorilor, nivelul educației financiare a firmelor din România este unul cu spațiu ridicat de îmbunătățiri semnificative în special în ceea ce privește cunoașterea și utilizarea produselor și serviciilor financiare, cât și pe segmentul digitalizării, atât a activităților financiare, cât și a celor specifice desfășurării afacerii, Grafic 33.

Grafic 33. Scorul de educație financiară pe principalele componente, după dimensiunea firmei**Grafic 34.** Nivelul de pregătire al conducerii firmei, după dimensiune

Dat fiind faptul că sistemul financiar se regăsește pe o tendință de creștere a digitalizării și complexității este esențial ca gradul de educație financiară a firmelor să se plaseze la un nivel adecvat, pentru a se asigura navigarea cu succes a acestora în noul mediu economic și de afaceri, precum și pentru înlesnirea luării unor decizii financiare sănătoase în vederea susținerii operațiunilor. Creșterea educației financiare a antreprenorilor și conducerii firmelor devine cu atât mai importantă în contextul în care pentru circa 32 la sută dintre firme conducerea executivă nu deține studii superioare, ponderea crescând la peste 40 la sută în cazul companiilor din comerț, Grafic 34.

În plus, numai jumătate dintre companii a înregistrat un grad ridicat de îndeplinire de către conducerea executivă a obiectivelor stabilite pentru ultimele 12 luni de către acționariatul sau proprietarii firmei.

Așadar, se conturează o serie de măsuri care pot conduce la creșterea educației financiare a firmelor pe cele 4 paliere analizate. Aceste măsuri au fost anunțate de către conducerea BNR în luna aprilie 2023 și urmează a fi implementate etapizat, în colaborare cu sistemul financiar, mediul academic și reprezentanții economiei reale.

Anexă. Metodologia sondajului

Sondajul este efectuat semestrial de BNR în lunile martie și septembrie. Are la bază un chestionar care este transmis unui eșantion de aproximativ 11 000 de companii nefinanciare, dintre care circa 85 la sută sunt IMM, corporațiile fiind incluse exhaustiv. În ediția de față, sondajul s-a derulat în perioada martie-aprilie 2023.

Eșantionul este reprezentativ la nivel național și regional și este extras prin procedee statistice, după următoarele criterii:

- clasa de mărime a companiei (microîntreprinderi, întreprinderi mici, întreprinderi mijlocii și corporații)¹²;
- sector de activitate, conform încadrării în CAEN Rev.2;
- regiuni de dezvoltare.

Structura eșantionului după criteriile de extragere a acestuia se prezintă astfel:

- după mărime: 30 la sută microîntreprinderi, 27 la sută companii mici, 25 la sută companii mijlocii, 15 la sută corporații și 3 la sută IMM atipice (Grafic A1);
- după principalele sectoare de activitate: 2 la sută în agricultură, 20 la sută în industrie, 33 la sută în servicii și utilități, 10 la sută în construcții și imobiliare și 35 la sută în comerț (Grafic A2);
- după regiunile de dezvoltare: 8 la sută Nord-Est, 8 la sută Sud-Est, 9 la sută Sud-Muntenia, 4 la sută Sud-Vest, 8 la sută Vest, 13 la sută Nord-Vest, 9 la sută Centru, 7 la sută Ilfov, 34 la sută București (Grafic A3).

Chestionarul este structurat în două secțiuni, urmărind (A – derulat pentru perioada iunie 2022 – mai 2023) accesul la finanțare al companiilor nefinanciare din România și (B – derulat pentru perioada octombrie 2022 – septembrie 2023) capacitatea companiilor nefinanciare de a face față unor condiții financiare nefavorabile (evoluții privind rata dobânzii și cursul de schimb).

Întrebările din secțiunea A vizează opiniile companiilor privind:

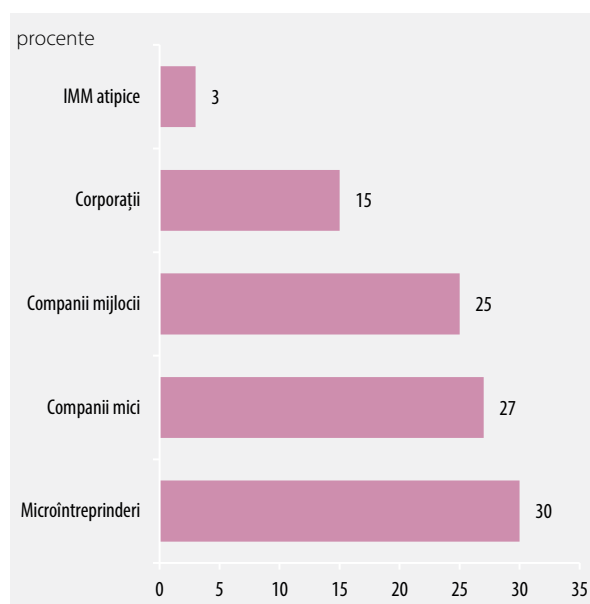
- situația economică generală a firmei;
- disponibilitatea surselor de finanțare,
- condițiile și factorii privind accesul la finanțare al companiilor.

¹² Firmele intră în categoria IMM dacă au: (i) mai puțin de 250 de angajați și (ii) cifra de afaceri mai mică de 50 milioane euro sau activul total mai mic de 43 milioane euro. Se clasifică în: A) microîntreprinderi dacă au: (i) mai puțin de 10 de angajați și (ii) cifra de afaceri sau activul total mai mic de 2 milioane euro. B) întreprinderi mici dacă au: (i) între 10 și 50 de angajați și (ii) cifra de afaceri sau activul total mai mic de 10 milioane euro. C) întreprinderi mijlocii dacă au: (i) între 50 și 250 de angajați și (ii) cifra de afaceri sub 50 milioane euro sau activul total sub 43 milioane euro. Conform acestor definiții, rămâne o categorie de IMM atipice care nu poate fi încadrată în nici una dintre cele trei categorii anterioare (ex.: IMM cu număr de salariați sub 10, dar cu cifră de afaceri și active totale peste 2 milioane euro).

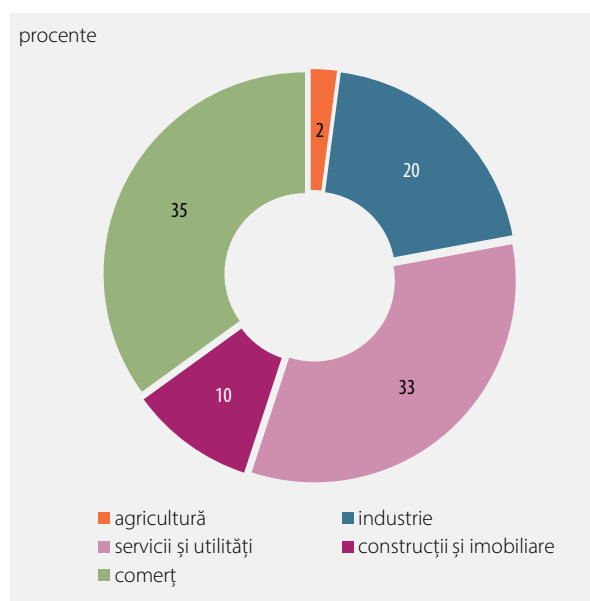
Menționăm că în anul 2022 structura sondajului a fost modificată radical, întrucât a fost derulată o ediție specială privind riscurile climatice.

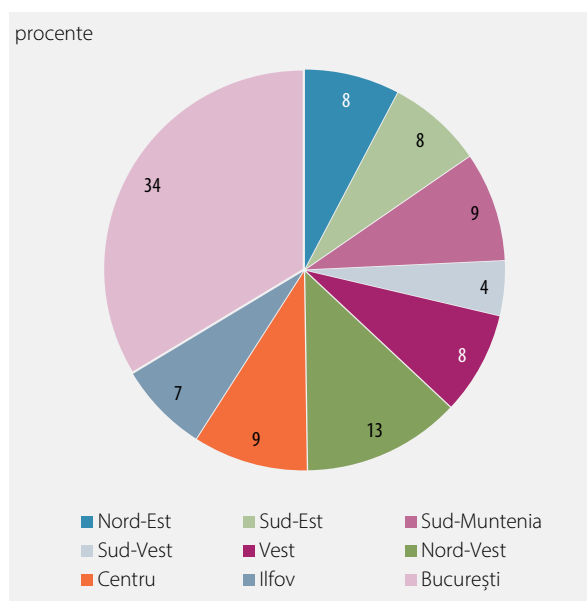
Ediția curentă a sondajului a fost completată cu o secțiune dedicată evaluării nivelului de educație financiară a companiilor nefinanciare din România, dată fiind importanța acesteia pentru desfășurarea în condiții optime a activității firmelor, precum și pentru accesul la finanțare.

Grafic A1. Structura eșantionului după mărimea firmei



Grafic A2. Structura eșantionului după sectorul de activitate al firmei



Grafic A3. Structura eșantionului după regiunea de dezvoltare unde sunt înregistrate firmele

Analiza răspunsurilor

Răspunsurile la întrebări sunt analizate în funcție de forma în care acestea sunt prezentate, astfel:

- a) Pentru întrebările cu grilă de notare se pot urma 3 paliere de analiză:
 - analiza răspunsurilor separat pentru notele indicând o dinamică pozitivă, pentru notele indicând o lipsă de dinamică și pentru notele indicând o dinamică negativă;
 - analiza răspunsurilor doar pentru notele indicând o anumită dinamică;
 - analiza în sold net conjunctural (calculat ca diferență între ponderea celor care au notat o evoluție/problemă ca fiind ascendentă/semnificativă și ponderea celor care au notat o evoluție/problemă ca fiind descendentă/nesemnificativă).
- b) Pentru întrebările cu răspuns multiplu sau întrebările cu răspuns unic: analiza ponderii celor care au ales o anumită variantă de răspuns în totalul respondenților.

În cazul întrebării „A1. Cum apreciați că au evoluat următorii factori în ultimele 12 luni?“, soldul net conjunctural reprezintă diferența dintre procentul companiilor care au considerat că a avut loc o îmbunătățire și al celor care au considerat că a avut loc o înrăutățire în evoluția factorului respectiv. Un rezultat net pozitiv poate indica o îmbunătățire a situației economice la nivel național, a sectorului de activitate sau a companiei, precum și a perspectivelor de dezvoltare sau a relațiilor cu partenerii de afaceri.

În cazul întrebării „A2: Care sunt problemele cele mai presante cu care s-a confruntat compania în ultimele șase luni?”, soldul net conjunctural reprezintă diferența dintre procentul companiilor care au indicat o problemă ca fiind semnificativă și procentul companiilor care au indicat o problemă ca fiind nesemnificativă. Un rezultat net pozitiv înseamnă că o anumită problemă este semnificativă.

În cazul întrebării „A7: Care este opinia dvs. cu privire la evoluția din ultimele 12 luni a termenilor și condițiilor aplicate creditelor contractate (credite în derulare indiferent de vechime) de la bănci și instituții financiare nebancale?”, soldul net conjunctural reprezintă diferența dintre procentul companiilor care au indicat o înăsprire a condițiilor și procentul companiilor care au indicat o relaxare a condițiilor. Un rezultat net pozitiv înseamnă că o anumită condiție a devenit mai stringentă.

Opiniile acoperă evoluțiile din ultimele 12 luni și așteptările privind următoarele 12 luni, cu excepția întrebării A2, care acoperă o perioadă de șase luni, fiind adresată și în secțiunea B a chestionarului.

Definirea companiilor cu credite și a companiilor fără credite în derulare

Separarea companiilor în companii care au credite în derulare și companii care nu au credite în derulare s-a realizat după marcarea grilei cu nota „4 – nu ați avut credite contractate de la bănci și IFN” pentru oricare dintre variantele de răspuns, de la întrebarea „A7. Care este opinia dvs. cu privire la evoluția din ultimele 12 luni a termenilor și condițiilor aplicate creditelor contractate (credite în derulare indiferent de vechime) de la bănci și instituții financiare nebancale?”. Astfel companiile care au marcat cu nota 4 oricare dintre variantele de răspuns au fost clasificate ca firme fără credite în derulare, iar restul, care au ales orice altă notă de la 1 la 3 din cadrul întrebării, au fost clasificate drept firme cu credite în derulare.

Evaluarea nivelului de educație financiară a firmelor

Chestionarul a fost construit pe baza metodologiei utilizate la nivel internațional de către OCDE^{13,14}.

Evaluarea nivelului de educație financiară se face pe 4 paliere:

- A. Alfabetizarea financiară a firmelor, cu trei subcomponente:
 - A1. Cunoștințele financiare;
 - A2. Comportamentul financiar;
 - A3. Atitudinea financiară;

¹³ OECD/INFE core competencies framework on financial literacy for MSMEs, 2018

¹⁴ OECD/INFE Survey Instrument to Measure the Financial Literacy of MSMEs, 2019

- B. Gradul de incluziune financiară;
- C. Cunoașterea și utilizarea produselor financiare;
- D. Gradul de digitalizare a activităților financiare și de afaceri.

Pe baza răspunsurilor la întrebări, se calculează un scor pentru fiecare componentă a educației financiare.

