

**MACROMEDIUL - CA PROVOCARE
ÎN CALEA GLOBALIZĂRII
PIEȚELOR DE SERVICII
BANCARE**

Lect. univ. dr. Laura OLTEANU
Universitatea Babeș-Bolyai Cluj Napoca

Abstract.

În prezent firmele sunt într-o continuă expansiune. Concurența puternică determină extinderea. Extinderea determină provocări noi la care firmele trebuie să facă față. Acest lucru devine posibil printr-o adaptare permanentă. Adaptarea se poate realiza prin cunoașterea piețelor pe care firmele urmează să activeze, cunoașterea factorilor de mediu extern. Factorii mediului extern sunt factorii care influențează firmele – factorii demografici, socio-culturali, politico-legislativi, economici., naturali, tehnologici.

Cuvinte cheie - factorii macromediului, mediul demografic, mediul socio-cultural, mediul politico-legislativ, factorii de influență, globalizarea piețelor.

În procesul globalizării, firmele trebuie să facă față mai multor provocări. Aceste provocări pot fi determinate de factorii de mediu, dar și de comportamentul consumatorului, pe lângă altele. Pe piețele concurențiale, orientarea firmelor este către client. Cunoașterea clientului, a preferințelor sale, a mediului în care activează este esențială firmelor.

Performanțele unei firme sunt în strânsă corelație cu capacitatea ei de a înțelege exigențele cadrului economic și social în care își desfășoară activitatea¹. Firmele din domeniul serviciilor sunt influențate în activitatea lor de factorii macromediului, cum ar fi factorii mediului demografic, mediului economic,

**MACRO ENVIRONMENT – A
CHALLENGE IN THE WAY OF THE
BANKING SERVICES’
GLOBALIZATION**

PhD Laura OLTEANU
Babes-Bolyai University Cluj Napoca,

Abstract.

At present companies are continuously growing. The strong competition determines their extension. Extension determines new challenges companies must face. This becomes possible through a permanent adaptation. Adaptation can be realized by knowing the markets that companies are going to carry out their activities on, by knowing the external environmental factors. The factors of the external environment are those factors which influence the companies – demographical, socio-cultural, political-legislative, economic, technological factors.

Keywords – factors of the macro environment, demographical environment, socio-cultural environment, political- legislative environment, influencing factors, globalization of the markets.

During the process of globalization, companies must face several challenges. These challenges are determined by environmental factors but also by consumer behaviour, among other factors. On the competitive markets, the orientation of the companies is towards the client. It is essential for companies to know the client, his preferences, and the environment in which he activates.

The performances of a company are in a close correlation with its capacity to understand the demands of the economic and social framework in which it carries out its activity. Companies in the field of services are influenced in their activity by macro environmental factors such as

mediului socio – cultural, mediului tehnologic și mediului politico-legislativ².

Factorii macromediului ce influențează firmele din domeniul serviciilor

Mediul demografic influențează activitatea firmelor de servicii prin faptul că acestea își orientează oferta către clienți. Numărul persoanelor active din societate, influențează cererea de servicii, de asigurări, de cursuri de perfecționare, carduri pentru salarii, etc. În acest sens băncile și-au dezvoltat sistemul de automate bancare, pentru ca, clienții să poată obține mai ușor numerar. Creșterea numărului de copii, determină băncile să ofere credite pentru vacanțe la dobânzi avantajoase. Nu trebuie uitat faptul că atrăgând copii, băncile încearcă o fidelizare a clientelei pe interval lung. Creșterea numărului de persoane active în economie, asigură venituri, ceea ce duce la solicitarea ofertei turistice.

Dezvoltarea activității turistice și comerciale atrage după sine o circulație mai accelerată a fluxului de numerar .

Mediul economic influențează puternic activitatea firmelor de servicii prin faptul că nivelul de dezvoltare economică este direct legată de activitatea acestora. În desfășurarea activităților economice un rol important îl dețin băncile. Creșterea numărului de agenți economici, indiferent de activitatea economică, determină băncile să își dezvolte oferta, în funcție de solicitări. Dezvoltarea activității economice, oferă venituri care se întorc în bancă, fie sub formă de depozite, fie sub forma dobânzii datorate creditelor contractate. Creșterea veniturilor persoanelor fizice, determină solicitarea ofertei bancare puse la dispoziție de bănci. În acest sens, se solicită nu numai depozitele sau certificatele de depozit, ci și cecurile de călătorie, în lei și valută, transferurile în lei și valută- serviciul Money Gram sau

factors of the demographical environment, economic environment, socio-cultural environment, technological environment, political-legislative environment.

Macro environmental factors that influence companies in the field of services

The demographical environment influences the activity of companies in the field of services by the fact that these direct their offer to the clients. The number of active people in the society influences the demand of services, of insurance, of refresher courses, of cards for salaries, etc. In this respect the banks have developed their system of automatic teller machines so that employees could get cash more easily. The increase of children’s number determines banks to offer holiday loans at advantageous interests. One shouldn’t forget the fact that by attracting children, the banks try to make the clientele devoted for a long period of time. The increase of active people’s number in the economy assures incomes, which leads to enquiry in the field of tourism.

The development of tourist and commercial activities brings about a faster circulation of cash flow.

The economic environment strongly influences the activity of companies in the field of services by the fact that the level of economic development is directly connected to the activity of these. Banks have an important role in the unfolding of economic activities. The increase of salesmen’s number, no matter what their economic activities are, determines the banks to develop their offer according to the demands. The development of economic activity offers incomes which go back to the bank either under the form of deposits or under the form of interest due to contracted loans. The increase of the physical persons’ incomes determines the demand of the banking offer put at clients’ disposal by the banks. In this respect not only the deposits or the deposit

Western Union. O prezență activă în activitatea comercială o au lanțurile de magazine cu vânzare în rate, Altex, Domo, Flanco. Aceste magazine atrag clienții și către bănci prin condițiile avantajoase de vânzare oferite. Se constată astfel o dezvoltare a comerțului și a transporturilor. Achiziționarea de bunuri de folosință îndelungată ridică calitatea vieții, dar crează posibilități pentru dezvoltarea asigurărilor. Totodată asigură condiții pentru prestarea unor servicii postvânzare, servicii care pentru firme pot reprezenta un avantaj competitiv. Reducerea ratei inflației, permite practicarea unor dobânzi avantajoase la creditele oferite atât către persoanele fizice, cât și către persoanele juridice. Creșterea exporturilor, antrenează activitatea bancară, prin viramentele valutare efectuate. În cazul activității de export-import, băncile pun la dispoziția firmelor produse și servicii bancare pe măsura solicitărilor. Nu lipsesc în acest sens acreditivele, scrisorile de garanție bancară, viramentele, licitațiile. Creșterea exporturilor asigură valorificarea producției interne, dezvoltarea firmelor de transport, echilibrarea balanței de plăți. Asigură solicitarea licitațiilor.

Totodată dezvoltarea activității economice, permite băncilor o posibilă specializare, fie către sectorul întreprinderilor mici și mijlocii, fie spre o activitate economică distinctă. În ultimul timp au intrat pe piață o serie de instituții nespecializate, care oferă credite persoanelor fizice. Un rol important în dezvoltarea serviciilor bancare îl are rata șomajului. Prin rata șomajului se înțelege proporția procentuală a șomerilor în cadrul populației active³. Potrivit datelor furnizate de Agenția Națională a Ocupării Forței de Muncă, numărul șomerilor înregistrați la sfârșitul lunii decembrie 2003 a fost de 658, 9 mii persoane, comparativ cu decembrie 2002, a fost mai

certificates are demanded, but also the travel cheques, in lei and in foreign currency, the transfers in lei and in foreign currency- Money Gram service or Western Union. The chains of shops specialized in hire-purchase (Altex, Domo, and Flanco) have an active presence in the commercial activity. These shops attract clients towards the banks as well through advantageous sales conditions. Thus, we can notice a development of trade and transport. The purchase of long term employment goods raises the quality of life, but it creates possibilities for the development of insurances. At the same time it assures conditions for the performance of some after sale services which may represent a competitive advantage for companies. The decrease of the inflation rate allows the use of some advantageous interests to the granted loans both in the case of physical and legal persons. The increase of exports involves the banking activity through the performed currency transfers. In the case of export-import activities, banks put at the companies' disposal banking products and services according to demands. In this case letters of credit, warranties, transfers, auctions are used. The development of export assures the capitalization of the internal production, the development of the transportation companies, equilibration of the balance of payments. It assures demand for auctions.

At the same time the development of economic activity allows banks a possible specialization either in the sector of small and medium sized enterprises, or in a distinct economic activity.

A series of non-specialized institutions which grant loans to physical persons have entered the market recently. The unemployment rate has an important role in the development of banking services. By unemployment rate the percentage proportion of the unemployed as part of the active population is to be understood.

mic cu 101, 7 mii persoane. Din această cifră femeile reprezintă 43, 5%. La sfârșitul lunii octombrie 2004, numărul șomerilor a fost de 550, 7 mii persoane, comparativ cu octombrie 2003, numărul șomerilor înregistrați a fost mai mic cu 84 mii persoane. Și în acest caz femeile reprezentau 42, 9 %. Se constată o puternică implicare a femeilor în activitățile economice.

Rata șomajului a înregistrat în 2004 o valoare de 6, 2 %, față de 2003, când a fost de 7, 4%, și 8, 4 % în 2002. Deci se constată o descreștere pe perioada 1999 - 2004. La femei rata șomajului a înregistrat 5, 6 % în 2004, 6, 4 % în 2003 și 7, 8% în 2002.

În 2003 rate ridicate ale șomajului s-au înregistrat în Hunedoara – 12, 3%, Vaslui – 11, 9%, Ialomița – 10, 8%, Olt – 10, 6%, Brașov – 10%. În 2004 rate ridicate s-au înregistrat în aceleași județe cu 11, 7%, 11, 4% și 10, 7%. Se constată creșterea șomajului în județul Brașov și reducerea în celelalte două județe. Rate reduse se înregistrează în Satu Mare 1, 4% în 2004, față de 2, 7 % în 2003, în Timiș 2, 5% în 2004, față de 3, 5 % în 2003, Bihor 1, 8 % în 2004, față de 2, 5 % în 2003. În București rata șomajului în 2004 a fost de 2, 6 % și a scăzut 1 % față de anul precedent. În 2005 rata șomajului continuă să scadă și ca o cerință a aderării României la Uniunea Europeană. O rată a șomajului mai mică este benefică sectorului bancar datorită faptului că există populația activă, care are venituri, care poate solicita produse și servicii bancare.

Rata inflației a înregistrat o scădere accentuată din 1999 de la 45,8 % la 11,9 % în 2004, respectiv la 9 % în 2005. Inflația a înregistrat și în anii următori valori în scădere, astfel în 2006 a înregistrat 6,56 %, iar în 2007 – 4,84 %. Rata inflației influențează direct activitatea bancară atât în ce privește

According to data provided by the National Agency for Employment, the number of the unemployed registered at the end of the month of December 2003 was 658.9 thousand people, compared to December 2002, it was 101.7 thousand people less. Women represent 43.5% out of this number. At the end of October 2004, the number of the unemployed was 550.7 thousand people, compared to October 2003, the number of the unemployed registered was 84 thousand people less. Women represented 42.9% in this case, too. Women's strong involvement in economic activities can be noticed.

The unemployment rate recorded in 2004 a value of 6.2, compared with 2003, when it was 7.4% and 8.4% in 2002. So, a decrease was registered in the period of 1999-2004. The female unemployment rate was 5.6% in 2004, 6.4% in 2003 and 7.8% in 2002.

In 2003 high unemployment rates were recorded in the county of Hunedoara – 12.3%, Vaslui – 11.9%, Ialomița – 10.8%, Olt – 10.6%, Brașov – 10%. In 2004 high unemployment rates were recorded in the same counties with 11.7%, 11.4% and 10.7%. We can notice an increase of unemployment in the county of Brasov and a decrease in the other two counties. Low rates were recorded in Satu Mare 1.4% in 2004, compared with 2.7 % in 2003, in Timiș 2.5% in 2004, compared with 3.5 % in 2003, Bihor 1.8 % in 2004, compared with 2.5 % in 2003. In Bucharest the rate of unemployment was 2.6 % and it decreased 1 % compared to the previous year. The unemployment rate continued to decrease in 2005 as a condition of Romania's joining the European Union. A smaller unemployment rate is beneficial for the banking sector due to the fact that there is an active population which has incomes and can request banking products and services.

The inflation rate recorded a strong decrease from 45.8 % in 1999 to 11.9 % in 2004 and to 9% in 2005. Inflation recorded

activele, cât și pasivele bancare. În caz de inflație ridicată instrumentele de depozitare și economisire sunt mai puțin solicitate. Acordarea de credite se face prin riscuri mai mari .

Mediul socio-cultural influențează activitatea firmelor de servicii în mod indirect. Spre exemplu, dacă nu cu mult timp în urmă în bănci intrau cei care lucrau direct cu banca prin intermediul serviciului lor, în prezent în bănci există o mare fluctuație de persoane din toate categoriile sociale. Astăzi intră în bancă și copilul care și scoate alocația și pensionarul care își ridică pensia.

De asemenea în ultimii ani s-a dezvoltat activitatea de asigurări, dar comparativ cu țările occidentale, mai are destul de recuperat.

Se poate constata o mare deschidere către clienți din partea firmelor de servicii. Diferitele categorii sociale, pot devenii piețe țintă pentru fiecare firmă, datorită caracteristicilor omogene pe care le au. Dacă inițial aveau telefoane mobile numai afaceriștii, în prezent telefonია mobilă este atât de extinsă încât și copii din liceu dețin telefoane mobile.

Mediul tehnologic influențează activitatea firmelor de servicii prin creșterea operativității efectuării serviciilor și calitatea prestației. Astăzi nu ar trebui să existe probleme legate de echipamentul informatic, sau de sistemele de comunicare. Fiecare firmă de servicii, fiecare ghișeu dintr-o bancă sau de la o agenție de turism, sau de la asigurări, trebuie să dispună de calculator performant.

Dezvoltarea tehnologiei va schimba întreaga activitate a firmelor de servicii. Astfel băncile electronice vor asigura operativitatea maximă pentru clienții săi. Persoanele juridice își pot vizualiza contul bancar la sediul firmei, pot efectua plățile fără să se deplaseze la bancă prin sistemul Multicash. Nu peste mult timp atât

decreasing values in the following years as well, thus, it was 6.56% in 2006 and 4.84% in 2007. Inflation rate directly influences the banking activity as both banking assets and liabilities are concerned. In case of a high inflation deposit and saving instruments are less required. Granting loans involves high risks.

The socio-cultural environment indirectly influences the activity of companies in the field of services. For example, if not long time ago those who were working directly with the bank due to their jobs entered the banks, at present there is a big fluctuation of people from all social categories. Nowadays both the child who gets his allowance and the retired employee who cashes his pension enter the bank.

An insurance activity was also developed in the last years, but compared with the western countries, it still has enough to catch up with.

One can notice companies' great opening towards the client in the field of services. Different social categories can become target markets for each company, due to the homogenous characteristics they have. If initially only businessmen had mobile phones, today mobile telephony is so widespread that high school children also have mobile phones.

The technological environment influences the activity of companies in the field of services by the increase of the efficiency in carrying out services and of the quality of service. Today, there should not be problems with the information technology equipment or with the communication systems. Each company in the field of services, each pay-office in a bank or in a tourist agency or in an insurance agency must have a high-performance computer.

The development of technology will change the whole activity of companies in the field of services. Thus, electronic banks will assure maximum promptness

persoanele fizice, cât și cele juridice vor putea comanda produse și vor putea plăti de la terminalul calculatorului. Se poate aprecia faptul că în bănci, numărul calculatoarelor a crescut, dar trebuie avut în vedere nu numai factorul cantitativ ci și cel calitativ.

Comerțul electronic este o activitate care deși nu este extinsă în România, este o activitate care va lua amploare în viitor. Vânzarea prin internet va schimba semnificativ nu numai obiceiurile de cumpărare, dar și posibilitățile de plată. Plățile electronice vor fi apreciate de clienți, în momentul în care vor fi posibile.

O realizare tehnologică reprezintă marea varietate a telefoanelor mobile, care stau la baza dezvoltării telecomunicațiilor.

Convorbirile telefonice iau amploare în perioada sărbătorilor. Astfel în decembrie 2004 s-au înregistrat convorbiri telefonice, pe telefonia mobilă de 2, 5 milioane dolari. La trecerea dintre ani 2004-2005 s-au înregistrat 35, 4 milioane SMS-uri. În prezent s-a înființat Serviciul de Telefonie Specială, care centralizează datele deținătorilor de telefoane mobile, fapt perceput ca fiind un lucru pozitiv.

Mediul politico-legislativ

Factorii politici sunt specifici fiecărei țări și reprezintă în principal structurile societății, clasele sociale, forțele politice, gradul de inlicare a statului în economie, gradul de stabilitate a climatului politic.⁵ Mediul legislativ este format din ansamblul actelor și normelor ce reglementează activitatea firmelor. Există norme generale, ce reglementează activitatea firmelor din toate domeniile și norme specifice unui anumit sector de activitate. Banca Națională a României elaborează norme ce reglementează activitatea bancară.

for their clients. Legal persons can visualize their bank accounts at the headquarters of the company; they can make payments through Multicash system, without going to the bank. In short time both physical and legal persons will be able to order products and will be able to pay at the computer terminal. It can be appreciated that the number of computers has increased in banks, but not only the quantitative but also the qualitative factor must be kept in view.

E-commerce, though not wide-spread in Romania, is an activity that will increase in the future. Sales on the Internet will significantly change not only purchasing habits, but also payment possibilities. E-payments will be appreciated by clients at the moment when they become possible.

The great variety of mobile phones which are at the basis of the development of telecommunication represents a technological achievement.

Telephone calls increase during the holiday period. Thus, telephone calls of 2.5 million dollars were recorded on mobile telephony in December 2004. At the new year's eve separating 2004 from 2005 35.4 million sms messages were registered. At present the Special Telephony Services has been established which centralizes mobile phone owners' data, which is considered to be a positive fact.

Political-legislative environment.

The political factors are specific for each country and they mainly represent the structures of the society, the social classes, the political forces, the degree of the state's involvement in the economy, the stability degree of the political climate. The legislative environment consists of the whole of acts and norms that regulate the activity of companies. There are general norms which regulate the activity of companies in all fields and norms specific to a certain field of activity. The Romanian National Bank works out norms which

Mediul politic influențează activitatea firmelor de servicii prin legislația pusă în vigoare și prin deciziile aduse.

Schimbările politice realizate în luna decembrie 2004, au dus la formarea unui nou guvern, cu o nouă orientare. O schimbare majoră, ce a influențat activitatea firmelor a fost introducerea cotei unice de impozitare, de 16 %. Prima reacție a fost constatată la bursă unde s-au cumpărat acțiuni. Introducerea cotei unice de impozitare, a asigurat firmelor majorarea capitalurilor. Până în 4 ianuarie 2005 s-au tranzacționat la bursă, acțiuni în valoare de 800 miliarde lei, și s-a preconizat o creștere de 13% în continuare. Din punct de vedere a legilor existente se poate aprecia faptul că există legi valabile tuturor categoriilor de organizații, dar există și legi specifice diferitelor domenii de activitate.

Funcționarea activității bancare în România are la bază o serie de legi cum ar fi Legea 31/1990 privind înființarea și funcționarea societăților comerciale în spiritul căreia fiecare bancă este considerată o societate comercială de drept comun, Legea 34/1990 privind înființarea și funcționarea Băncii Naționale a României,⁶ Legea 33/1990 devenită Legea 58/1998 privind activitatea bancară din România.⁷ Există și o serie de reglementări date de BNR, spre exemplu cele cu privire la instrumentele de plată de debit – cecul, cambia și biletul la ordin, sau cele de credit – ordinul de plată.⁸ Dintre acestea amintesc: Normele tehnice nr. 8/1994 privind ordinul de plată, Normele tehnice nr. 9/1994 privind cecul sau Normele tehnice nr. 10/1994 privind cambia și biletul la ordin.⁹

Legislația bancară românească a cunoscut modificări în 2004, astfel încât să fie adaptată legislației, practicilor și procedurilor europene. O nouă lege a statutului BNR a fost aprobată în 2004,

regulate the banking activity.

The political environment influences the activity of companies in the field of services by the legislation entered into force and by the issued decisions. The political changes of December 2004 led to the formation of a new government with a new orientation. A major change which influences the activity of companies was the introduction of the flat tax of 16%. The first reaction was noticed at the stock-exchange where transactions were made. The introduction of the flat tax assures companies the increase of their capitals. Until the 4th January 2005 transactions in value of 800 billion lei were made at the stock-exchange, and an increase of 13% is foreseen. From the standpoint of the existing laws it can be observed that there are valid laws for all categories of organizations, but there are also specific laws to all fields of activity.

The functioning of the banking activity in Romania is based on a series of laws like the Law 31/1990 concerning the establishment and functioning of commercial companies in virtue of which each bank is considered a trade company under the common law, the 34/1990 Law concerning the establishment and functioning of the Romanian National Bank, the 33/1990 Law which has become the 58/1998 Law concerning the banking activity in Romania. There are a series of regulations issued by the RNB, for example those concerning the debit payment instruments - the cheque, the bill of exchange, the promissory note or those of credit – money order. Among these I mention: the Technical Norms Nr. 8/1994 concerning the money order, the Technical Norms Nr. 9/1994 concerning the cheque, the Technical Norms Nr. 10/1994 concerning the bill of exchange and the promissory note.

The Romanian banking legislation went through changes in 2004, in order to be adjusted to the European legislation,

îmbunătățind independența băncii centrale și stabilind ca principal obiectiv al acesteia stabilitatea prețurilor. Datorită necesității adoptării principiilor care sunt aplicabile pieței financiare europene, Legea bancară nr. 58/1998 a fost modificată în decembrie 2003 și republicată la sfârșitul lunii ianuarie 2005. Această versiune adună toate modificările care au fost făcute începând din 1999 până la sfârșitul 2004.

Aderarea la Uniunea Europeană a determinat creșterea concurenței bancare pe piață, lucru favorabil clienților și economiei în general. Concurența a determinat diversificarea ofertei bancare, creșterea calității prestării serviciilor, dar cel mai important este că a determinat băncile să se orienteze către client. Orientarea către client presupune cunoașterea clienților, a nevoilor lor reale, a exigențelor sale.

Concluzia lucrării

Pentru instituțiile financiar bancare cunoașterea evoluției factorilor macromediului și a influenței lor asupra firmelor este vitală. Nici o firmă nu poate intra pe piață fără a cunoaște acest mediu, fără a cunoaște piața, respective preferințele și nevoile clienților potențiali. În cadrul globalizării pieței trebuie să se țină cont și de ce există pe diferite piețe, întrucât sunt și elemente care nu permit schimbarea, sau schimbarea se face extrem de greu. În acest caz se are în vedere costul schimbării.

Firmele trebuie să se adapteze în permanență la clienți, mediu și piață. Aceste elemente sunt provocări pentru firme, întrucât oricât de mult ar standardiza un produs sau serviciu, ele trebuie să țină cont de mediul existent în fiecare țară, de clienții potențiali.

Înțelegerea mediului în care activează firmele și clienții, ușurează înțelegerea clienților, a comportamentelor și motivațiilor acestora.

practices, and procedures. A new law of the RNB statute was approved in 2004, improving the independence of the central bank and establishing as its main objective the stability of prices. Due to the necessity of adoption of principles that are applicable to the European financial market, the banking Law Nr. 58/1998 was modified in December 2003 and republished at the end of the month of January 2005. This version adds up all improvements that were made starting with 1999 until the end of 2004.

Besides knowing the evolution and influence of the external factors of the company, it is required to have a knowledge of consumer behaviour.

Conclusion of the work

For the financial banking institutions it is vital to know the macro environmental factors' evolution and their influence upon companies. No company can enter the market without knowing this environment, without knowing the market, the preferences and the needs of potential clients. Within the globalization of the market one has to take into consideration what there is on different markets, as there are elements which do not allow the change or the change is made with extreme difficulty.

In this case the cost of change is kept in view. Companies must permanently adapt to clients, environment and market. These elements are challenges for companies since, no matter how much they would standardize a product or a service; they must take into consideration the existing environment in each country, and the potential clients. Understanding the environment in which companies and clients work makes it easier to understand clients, their behaviour and their motivation.

At present these elements are essential for the success of any business, but mostly in the case of the companies' extension on the external markets, with different

În prezent aceste elemente sunt esențiale pentru reușita oricărei afaceri, dar mai cu seamă în cazul extinderii firmelor pe piețe externe, cu culturi diferite, cu valori, clase sociale diferite, cu potențial de cumpărare diferit.

cultures, values, different social classes with different buying potential.

Bibliografie

1. Banca Națională a României, Raport anual 2004, București, 2006
2. Funar Sabina, Produse și servicii bancare, Ed. AcademicPres, Cluj Napoca, 2001
3. Ionescu G. Mihai, Silberstein I, Legislație bancară, vol 2, Ed. Expansion- Armonia,1998
4. Ionescu Lucian (coordonator), Fundamentele profesiei bancare. Băncile și operațiunile bancare, Ed. Economică, București, 1996
5. Someșan Cornel, Cosma Smaranda, Bazele marketingului, Ed. Efes, Cluj Napoca, 2001
6. Someșan Cornel, Cosma Smaranda, Bazele marketingului, Ed. Efes, Cluj Napoca, 2001
7. Vorzak Almos, Plăiaș Ion, Pop Marius, Marketing. Politici de marketing, Partea a II – a, Ed. Risoprint, Cluj Napoca, 2000
8. Vorzsak Magdalena, Macroeconomie, Ed. Presa Universitară Clujană, Cluj Napoca, 1998
9. www.banca-agricola-raiffaisen.ro

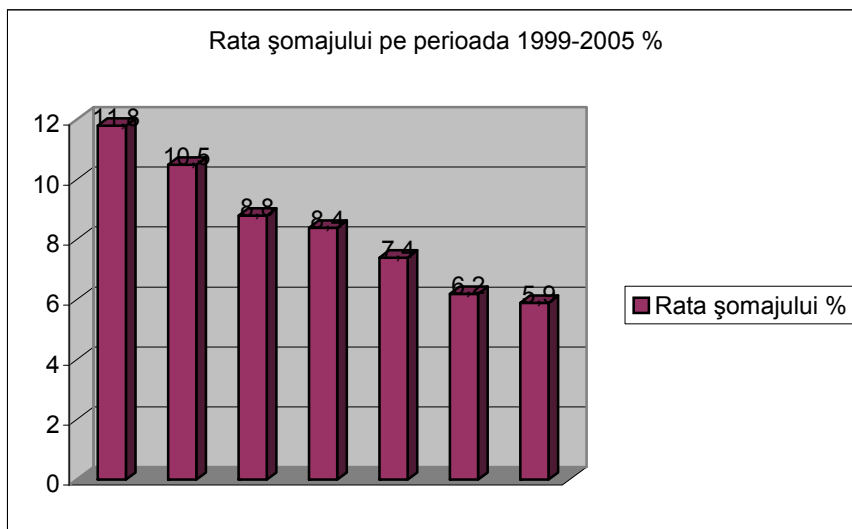
Bibliography

1. Banca Națională a României, Raport anual 2004, București, 2006
2. Funar Sabina, Produse și servicii bancare, Ed. AcademicPres, Cluj Napoca, 2001
3. Ionescu G. Mihai, Silberstein I, Legislație bancară, vol 2, Ed. Expansion- Armonia,1998
4. Ionescu Lucian (coordonator), Fundamentele profesiei bancare. Băncile și operațiunile bancare, Ed. Economică, București, 1996
5. Someșan Cornel, Cosma Smaranda, Bazele marketingului, Ed. Efes, Cluj Napoca, 2001
6. Someșan Cornel, Cosma Smaranda, Bazele marketingului, Ed. Efes, Cluj Napoca, 2001
7. Vorzak Almos, Plăiaș Ion, Pop Marius, Marketing. Politici de marketing, Partea a II – a, Ed. Risoprint, Cluj Napoca, 2000
8. Vorzsak Magdalena, Macroeconomie, Ed. Presa Universitară Clujană, Cluj Napoca, 1998
9. www.banca-agricola-raiffaisen.ro

Tabel nr. 1 Analiza ratei șomajului %

Indicatorul	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Rata șomajului %	11,8	10,5	8,8	8,4	7,4	6,2	5,9

Sursa: Banca Națională a României, Raport anual 2004, București, pag. 241

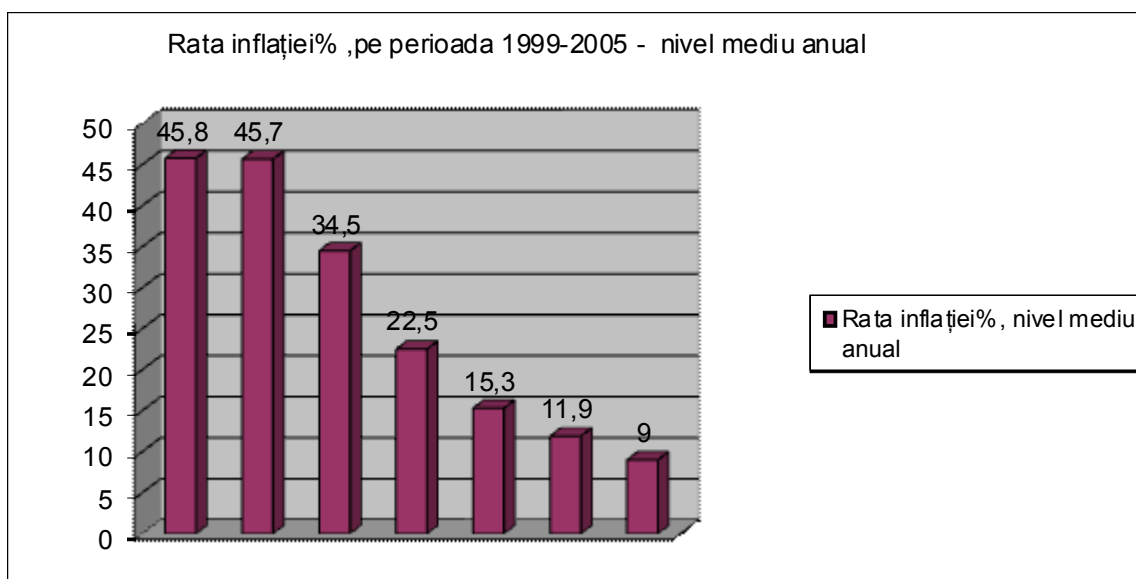


Grafic nr. 1 Analiza ratei șomajului %

Tabel nr. 2. Rata inflației

Indicatorul	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Rata inflației%, nivel mediu anual	45,8	45,7	34,5	22,5	15,3	11,9	9

Sursa: Banca Națională a României, Raport anual 2004, București, pag. 241



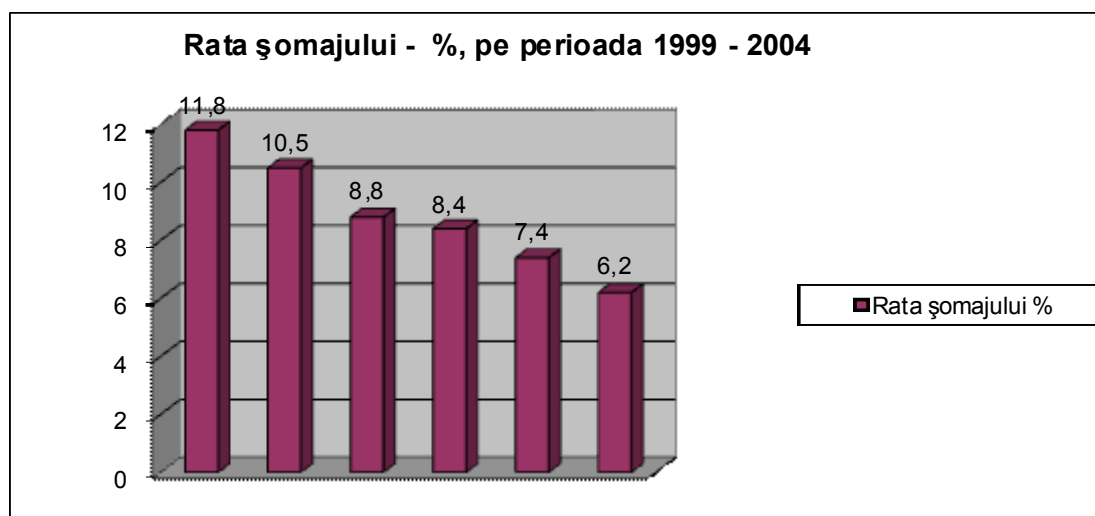
Grafic nr. 2. Rata inflației % pe perioada 1999-2005 – nivel mediu anual

Sursa: Banca Națională a României, Raport anual 2004, București, pag. 241

Table Number 1. Analysis of unemployment rate %.

Indicator	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Unemployment rate %	11,8	10,5	8,8	8,4	7,4	6,2

Source: The National Bank of Romania, Annual report 2004, Bucharest, pg. 241



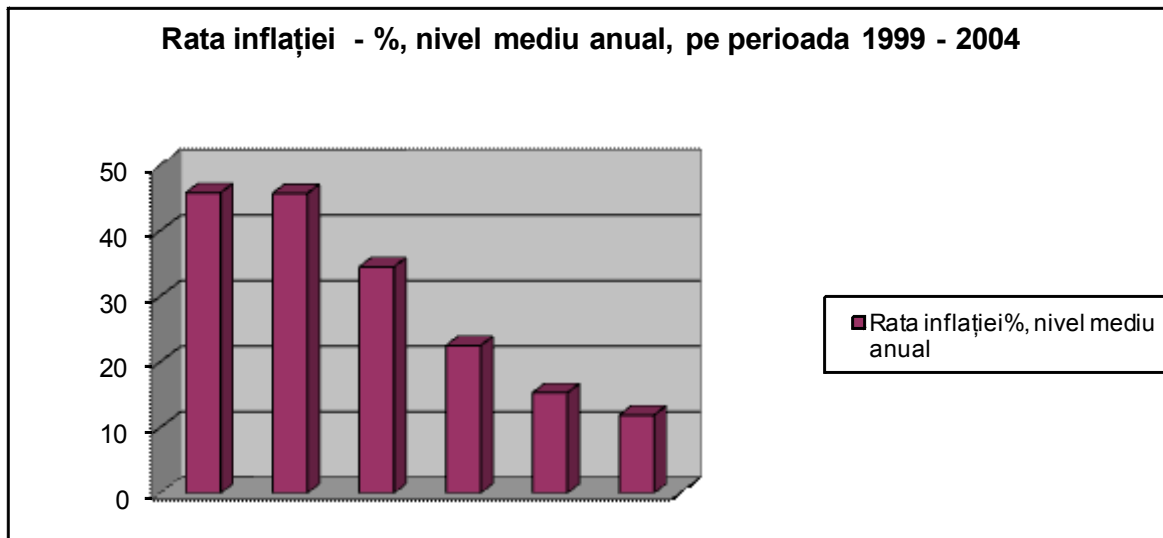
Graphic Nr.1. Analysis of unemployment rate %

Table Number 2 Inflation rate

Indicator	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Inflation rate %, annual average level	45,8	45,7	34,5	22,5	15,3	11,9

Source: The National Bank of Romania, Annual report 2004, Bucharest, pg. 241

Inflation rate - %, average annual level, in the period of 1999-2004



Graphic Nr.2.

Source: The National Bank of Romania, Annual report 2004, Bucharest, pg. 241