

# Importanța Comerțului Electronic în Procesul Globalizării Ramurii de Telecomunicații și a Economiei Naționale

Gujuman L., Sava L.

Facultatea Inginerie și Management în Electronică și Telecomunicații  
Universitatea Tehnică a Moldovei  
Chișinău, Moldova  
gujuman76@mail.ru

**Abstract** — Developments of the Internet allowed to improve some independent applications that allowed to construct base of some personal areas of a network.

From them electronic commerce has strategic situation in development of modern world economy, and also telecommunication field, emphasizing a role of small and medium-sized enterprises with more dynamic.

**Termeni cheie** — Comerț electronic, Internet, organizații, globalizare, sector TIC, tehnologii moderne, grad de penetrare, telecomunicații, tranzacții electronice, economie națională, economie mondială, rețele de calculatoare, progresul tehnologic.

## I. INTRODUCERE

Globalizarea este procesul în care, în condițiile contemporane, relațiile de putere și de comunicații sunt întinse pe tot globul, ceea ce duce la comprimări de timp și spațiu și o revedere de raporturi a relațiilor sociale. Abordările curente mai definesc globalizarea în primul rând în ceea ce privește densitatea rețelei de legături crescînde între națiuni.

Globalizarea rețelelor de telecomunicații, care inițial a început în unele dintre țările în care sectorul telecomunicațiilor a fost liberalizat, pune presiune concurențială asupra tuturor operatorilor, chiar și cei care nu au nici o intenție de a obține profituri de pe piețele internaționale. Globalizarea poate fi văzută ca o modalitate ca operatorii să se adapteze la aceasta prin creșterea concurenței pe piețele interne și internaționale.

Apariția și expansiunea globalizării au condus la emergența economiei digitale. Operarea într-o economie înalt concurențială, bazată pe tehnologiile informaționale și telecomunicaționale, impune firmelor să adopte noi modele de afaceri. În aceste condiții, comerțul electronic a devenit o realitate a lumii afacerilor actuale și o prerogativă a obținerii succesului pe piață pentru orice firmă. Mai pot oare firmele secolului XXI, implicit cele Din R.Moldovao, ignora utilizarea comerțului electronic în afacerile lor? În țara noastră, deși numărul utilizatorilor de Internet este încă relativ redus și există încă o reticență din partea consumatorilor față de procesarea tranzacțiilor on-line, comerțul electronic a cunoscut și va cunoaște un trend crescător, dovadă fiind și creșterea continuă numărului magazinelor virtuale autohtone.

Organizații de toate dimensiunile, din toată lumea, folosesc

rețele de calculatoare și Internetul pentru localizarea furnizorilor și potențialilor cumpărători, pentru negocierea contractelor cu aceștia și chiar pentru alte servicii importante în sprijinul lor. Folosirea rețelelor de calculatoare s-a dovedit foarte productivă și pentru desfășurarea activităților de cercetare, coordonare organizațională și control, dar este fundamentală pentru comerțul electronic și afacerile electronice. Prin intermediul internetului se dezvoltă o relație de schimb și servicii între ofertant și viitor cumpărător.

## II. PARTEA DE BAZĂ

Revoluția tehnologică a ultimelor două decenii a schimbat modul de comunicare dintre oamenii de pe întreaga planetă. În acest context, Internetul a devenit un mijloc de comunicare obișnuit, fără hotare. Cu o rată de penetrare și extindere mult mai mare decât cea a televiziunii, internetul tinde să devină un fenomen de masă. Creșterea numărului de utilizatori, în paralel cu diversificarea ofertei de servicii, dezvoltate peste infrastructura Internetului, creează condițiile optime pentru ca rețeaua să devină mijlocul de comunicare al viitorului.

Dezvoltarea Internetului a permis perfecționarea unor aplicații de sine stătătoare ce au pus bazele unor noi domenii care, momentan, sunt sectoare individualizate ale rețelei. Dintre acestea, comerțul electronic beneficiază de o poziție strategică în dezvoltarea economiei mondiale contemporane, cu accentuarea rolului dinamizator al întreprinderilor mici și mijlocii. [1]

Impactul global al comerțului electronic asupra stilului de viață poate fi comparat cu cel al dezvoltării telefoniei. În doar câțiva ani a popularizat simțit dezvoltarea sa atât la nivelul activităților ce se desfășoară în mediul comercial, cât și pe ansamblul societății. Pentru firmele care-i exploatează la maxim potențialul, comerțul electronic oferă posibilitatea unor schimbări fundamentale care modifică atât de radical așteptările consumatorilor, încît ajung să redefină din nou piața sau să creeze noi piețe. Mai mult decât atât, cu tehnologiile avansate disponibile acum, se vorbește tot mai des de Economia Digitală (DE - Digital Economy).

Comerțul electronic se enumără în clasamentul invențiilor din ultimii 50-60 de ani care au influențat cel mai mult desfășurarea activităților zilnice. S-a dezvoltat în anii 1960 și 1970 din schimbul de informații făcut prin intermediul rețelelor computerizate între unele companii. În anii 1980,

CompuServe a creat Electronic Mall, primul magazin on-line, de unde clienții puteau achiziționa produsele firmei. Iar odată cu lansarea în anii 1990 a browsere-lor, comerțul electronic a explodat. [2]

Firmele care încearcă să ignore noile tehnologii, vor fi influențate de schimbările în așteptările consumatorilor și ale caracteristicilor piețelor, din cauza ratei prea mari de inadaptabilitate la condițiile din ce în ce mai impredictibile.

Impactul Internetului în viața de zi cu zi în lumea afacerilor, precum și a cetățeanului de rând cunoaște o amploare din ce în ce mai mare. Accesul la Internet a crescut spectaculos în perioada 2006-2014, în top la acest capitol se găsește Olanda (94% din populație are acces la Internet), fiind urmată de Luxemburg și Suedia (91%). Viteza cu care evoluează tehnologia Internetului este impresionantă, acesta devenind mediul de comunicare și de informare cel mai utilizat. Internetul oferă o serie de tehnologii pentru realizarea unor servicii de comunicare între grupuri de interese: BBS-uri, servicii de conversație (chat), conferințe multimedia.

Pentru a putea realiza tranzacții economice online, era nevoie de dezvoltarea unei soluții de comerț electronic pe o platformă capabilă să transpună în mediul virtual totalitatea operațiilor executate manual în momentul efectuării acțiunii de vânzare-cumpărare a unui produs sau serviciu. Soluțiile de comerț electronic au ca promotori companii importante din domeniul IT&C. Principalii dezvoltatori ai soluțiilor de comerț

electronic sunt IBM Corporation, Microsoft Corporation, Oracle Corporation, Amazon.com, Blue Martini Software Inc.

Comerțul electronic este elementul de bază al noii economii, iar Internetul reprezintă principalul mediu prin care acesta își face simțită prezența. În declarația comună între Uniunea Europeană și Statele Unite privind comerțul electronic se scoate în evidență rolul comerțului electronic global în dezvoltarea economiei mondiale în secolul XXI. Se subliniază, de asemenea, rolul pe care acesta îl va avea în dinamizarea întreprinderilor mici și mijlocii: "În particular, micile companii vor fi capabile să obțină un acces fără precedent la piețele mondiale cu prețuri reduse, iar consumatorii vor fi capabili să aleagă dintr-o gamă tot mai largă de produse și servicii. [3]

La etapa actuală comerțul electronic antrenează productivitatea în toate sectoarele economiei, susține mai departe afiș comerțul de bunuri și servicii, cât și investițiile, crează noi sectoare de activitate, noi forme de marketing și vânzare, noi fluxuri de venituri și, ceea ce este mai important, noi slujbe. În prezent Europa de Vest conduce vânzările din retailul electronic de la nivel global, cea mai matură piață fiind Marea Britanie, urmată de Franța și Germania (Fig.1.). Populația acestor țări care cumpără regulat pe site-uri fiind cuprinsă între 82% și 75%, media europeană fiind de 58% arată un studiu recent apărut în publicația eMarketer.

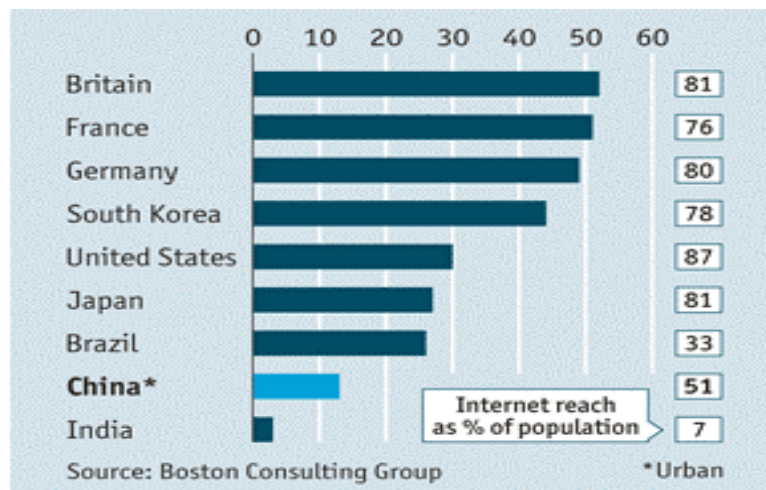


Fig. 1. Țările cu cel mai mare rulaj în vânzările online

Sursa: Boston Consulting Group

Marea Britanie are cea mai dezvoltată economie online și cea mai mare piață pentru comerțul electronic. Valoarea afacerilor online se ridică la 100 de miliarde de lire pe an, în timp ce veniturile din Internet reprezintă 7,2% din PIB. De asemenea, Marea Britanie are și cea mai mare piață de publicitate online din lume, după cea din SUA, potrivit Daily Telegraph.

Potrivit companiei de cercetare Collins Stewart, Europa va domina acest segment până în 2017, când vânzările online vor depăși 200 miliarde dolari. "Populația cumpărătorilor online din această regiune crește în mod constant, dar chiar și așa sunt diferențe importante în aceste piețe", a declarat Karin von

Abrams, analist eMarketer. Studiul mai releva că infrastructura și comportamentul cumpărătorilor diferă de la o zonă la alta. Franța și Germania au avut o activitate mai dezvoltată de e-commerce printre utilizatorii online decât a avut Italia sau Spania, unde internetul reprezintă o mică parte din volumul total de retail. De exemplu, în Germania, achizițiile online au reprezentat 6,9% din vânzările totale în 2014, în timp ce în Italia achizițiile online au reprezentat doar 0,8%.

În prezent peste trei sferturi de miliard din populația globului are acces la Internet. Site-urile care oferă produse sau servicii sunt într-o continuă creștere. Utilizatorii tind să prefere

cumpărăturile online datorită comodității de a comanda un produs fără efort sau deplasare. Aproximativ 98% din e-cumpărători spun că intenționează să cumpere online și în viitor.

Un raport întocmit de Forrester Research (SUA) preconizează o creștere de cel puțin 15% a vânzărilor online în lume, până în anul 2017, datorită faptului că tot mai multe persoane vor prefera să-și petreacă timpul liber în fața calculatorului, beneficiind de avantajele tranzacțiilor sigure și rapide, care-i ajută pe de altă parte să economisească timp și bani. Potrivit sursei citate, încrederea în comerțul electronic va înregistra o remarcabilă transformare pozitivă, iar Europa va urma exemplul Statelor Unite, din acest punct de vedere, așteptările specialiștilor situând nivelul creșterii pe bătrânul continent la valoarea de 10% pentru anul 2015.

Dezvoltarea progresivă a Internetului în Republica Moldova prevede totodată și creșterea comerțului online. Progresul tehnologic face societatea mai transparentă, aduce cetățenii mai aproape de serviciile publice și de aleșii lor, pune la dispoziția profesorilor instrumente noi de lucru, facilitează căutarea unui loc de muncă și permite utilizarea în mod eficient a informației. Lucrurile noi în faza inițială întâmpină deseori criticismul, scepticismul și opoziție din partea societății în ansamblu. Abia, după ce lucrurile noi, depășesc testul încrederii, oamenii sunt pregătiți să îmbrățișeze beneficiile oferite. Cu cât ideea devine tot mai cunoscută, auzită, societatea tinde a se conforma noilor schimbări spre o evoluție mai modernă, pînă într-un final când "lucrul nou" devine unul obișnuit în viața de zi cu zi. Istoria demonstrează că acest lucru s-a întâmplat decenii la rînd, în mod repetat, indiferent de spațiu, perioadă, domeniu, etc. [4]

Pentru economia țării noastre, comerțul electronic a intervenit ca o soluție salvatoare. În aceste vremuri grele cînd în lumea afacerilor rezistă doar cei mai flexibili la turbulențe neașteptate și știe să facă față schimbărilor, odată cu implantarea comerțului electronic pe piața națională, vor fi deschise multe uși pentru micii întreprinzători, firmele mici și mijlocii, și un moment prielnic pentru cei care nu au condus niciodată o afacere pînă acum. Iar firmele mari, deja puternice pe plan național au posibilitatea de a-și lărgi hotarele peste tot în lume, acolo unde sînt bani mulți și puterea de cumpărare este mult mai ridicată decît în țărișoara noastră. Comerțul electronic promite mai mult confort și comoditate oamenii de rînd, simplii salariați, vor întâmpina modificări radicale în comportamentul obișnuit.

Dezvoltarea comerțului electronic în Republica Moldova oferă șanse unice de reorganizare a afacerilor, de redefinire a piețelor sau creare de noi piețe. Inițiativele de comerț electronic vor influența scăderi ale costurilor, creșteri ale veniturilor și o eficiență mai mare pentru companiile care urmăresc să dobîndească un avantaj în mediul competitiv din zilele noastre.

Importanța comerțului electronic începe să devină din ce în ce mai relevantă pentru activitățile comerciale din întreaga lume.

În condițiile înregistrării unui ritm mediu anual de creștere a schimburilor comerciale internaționale fără precedent de

mare, comerțul electronic are un impact puternic asupra dezvoltării comerțului global, fapt reliefat de următoarele aspecte:

- Comerțul electronic transformă piața. Au loc modificări de substanță în managementul firmei. Accentuarea comunicării interactive din fiecare birou, presupune o redefinire a sarcinilor personalului anagajat.

- Comerțul electronic oferă posibilitatea practicării marketingului individual (one to one marketing). Apropierea producătorului de consumator permite adaptarea în mai bune condiții a produsului la necesitățile acestuia din urmă. Potențialul consumator trebuie sfătuit să navigheze pe internet și să indice în format electronic ce caracteristici ar trebui să îndeplinească un anumit produs. Acțiunile întreprinse de consumator pe site-ul unui producător vor fi atent monitorizate. Sunt vizate paginile web vizitate pe site-ul respectiv, timpul petrecut pe fiecare pagină, reclamele care au atras atenția.

- Comerțul electronic sporește interactivitatea economică. Internetul fiind prin excelență un „sistem deschis”, asigură dezvoltarea comerțului electronic. Firmele, inclusiv cele mai puțin puternice pot să-și diversifice sursele de aprovizionare și piețele de desfacere, pot să atenueze o parte din riscurile asumate și, nu în ultimul rînd, beneficiază de mai multe posibilități de acțiune în condițiile de volatilitate accentuată ce caracterizează piața internațională a zilelor noastre.

- Comerțul electronic diminuează importanța factorului timp în afaceri. Prin eliminarea barierelor geografice, prin reducerea distanțelor, comunicarea electronică asigură diminuarea timpului necesar proiectării produselor, desfacerii acestora etc, scurtînd astfel durata ciclurilor de producție. Firmele au astfel posibilitatea să opereze în condiții de eficiență, iar consumatorii pot să achiziționeze în orice moment mărfurile care să le satisfacă într-o măsură cît mai mare necesitățile.

- Comerțul electronic **contribuie la accentuarea globalizării**. Cristalizarea unei piețe globale bazată pe rețele, prezintă avantajul înlăturării restricțiilor impuse de comerțul clasic. Dacă au în vedere și costurile scăzute pe care le presupune o tranzacție comercială electronică, managerii firmelor trebuie să prefere o astfel de piață care le asigură profituri substanțiale. Pe de altă parte în condițiile expansiunii susținute a sistemului producției internaționale controlat de societățile multinaționale, comerțul electronic devine un mijloc esențial de integrare a țărilor gazdă în economia globală.

Comerțul cu informații este omniprezent și inevitabil. Toți comunicăm, și această stare, în fapt, este influențată, evident, de rațiunea umană. Informația este cheia globalizării spre care tindem, iar mediul virtual este modalitatea cea mai eficientă de diseminare a elementului informațional. [5]

### III. ÎNCHEIERE

Consecințele sociale ale globalizării includ restructurarea relațiilor și condițiilor de angajare, precum și concurența internațională de capital pe baza forței de muncă mai ieftină,

promovarea de consum și stiluri de viață individualiste, transformarea structurilor sociale, culturale și politice.

Impactul comerțului electronic are mari tendințe de a comprima în câțiva ani vechiul sistem comercial. Acest fapt este deja demonstrat în Europa de Vest, care conduce vânzările din retailul electronic de la nivel global. Cea mai matură piață, la etapa actuală, este Marea Britanie, urmată de Danemarca, Suedia și Germania, populația acestor țări care cumpără regulat pe site-uri fiind cuprinsă între 82% și 75%, media europeană fiind de 58%.

Înfluența comerțului electronic, asupra procesului de globalizare se mai explică și prin faptul că informația circulă direct între diverși parteneri, cum sunt: vânzătorul, cumpărătorul, societatea de transport, instituțiile bancare, fără a mai utiliza sistemul de documente pe hârtie, ceea ce contribuie la creșterea eficienței tranzacțiilor efectuate prin reducerea timpului, a numărului de intermediari, etc. Comerțul electronic, pe lângă faptul că oferă o deschidere mondială, este un mijloc rapid, accesibil și puțin costisitor, prin care orice persoană fizică/juridică poate să se informeze asupra unei game foarte largi și variate de bunuri și servicii, și chiar să procedeze la efectuarea unui veritabil comerț electronic.

Impactul comerțului electronic asupra globalizării este la fel de mare ca și cel al unor companii multinaționale care lucrează în mediul real, de fapt termenii – globalizarea și internetul se constituie unul din altul, fiindcă internetul este un bun spațiu de publicitate ce poate fi văzut de oricine din întreaga lume, totodată este o piață ce poate fi accesată de oricine, indiferent de locația pe glob unde se află, plus la asta mai ales în domeniul IT este dezvoltat foarte mult Offshore Outsourcing-ul care reprezintă posibilitatea și chiar conclucrarea unei firme dintr-un anumit domeniu, cu o alta

dintr-un domeniu diferit, unde are cunoștințe și logistică necesară, pentru ca prima a-și satisfacă nevoile, nefiind obligată să-și angajeze personal, departamente, training-uri și să se orienteze în principal pe activitatea sa.

Dezvoltarea comerțului electronic contribuie la obținerea a o serie de avantaje pentru operatorii de telecomunicații cât și pentru agenții economici din întreaga economie națională și anume: creșterea economică, în special prin investiții și fluxuri de capital; stimulente competitive pentru operatorii existenți; idei inovatoare și obiceiurile noi în management; acces la piețele dezvoltate; piață echitabilă; creșterea concurenței, care poate îmbunătăți calitatea și diversitatea serviciilor; creșterea oportunităților economice pentru consumatori și producători; generarea locurilor de muncă; creșterea eficienței pe piețele naționale; răspândirea de know-how tehnic, culturii, educației; efecte juridice și etice etc.

Comerțul electronic este factorul principal care facilitează globalizarea economiei mondiale prin eliminarea distanțelor între partenerii comerciali și reducerea timpului de comunicare la încheierea afacerilor. Pe de altă parte, globalizarea economiei mondiale este factorul principal care impulsionează dezvoltarea comerțului electronic.

#### BIBLIOGRAFIE

- [1] Mihai Felea, Dezvoltarea comerțului electronic în condițiile globalizării, Academia de Studii Economice, București, 2008.
- [2] Vasile Florescu, Comerțul electronic și impactul organizațional, Academia de Studii Economice, București, 2007.
- [3] Bill Gates Electronic commerce for everyone.
- [4] Revista Informatică Economică, nr. 7/2014.
- [5] Revista eMarketer;nr. 4, 6/2014.