

COMERȚUL ELECTRONIC – O NOUĂ OPORTUNITATE DE CREȘTERE A COMPETITIVITĂȚII

(E-commerce – a new opportunity to increase competitiveness)

Impactul extraordinar al tehnologiilor informaționale, tot ceea ce este sau devine „e”, își pune amprenta asupra întregii vieți economice, sociale, culturale, a omenirii și guvernează practic toată lumea modernă.

Într-o lume dominată de micul „e”, într-o lume care nu conține a vorbii despre e-business (afaceri electronice), **e-commerce** (comerț electronic) este un concept care pune în evidență una dintre cele mai importante facilități oferite de rețeaua de Internet: capacitatea de tranzacționare dincolo de granițe, te timp și spațiu.

În concepția Organizației pentru Cooperare și Dezvoltare Economică (OECD), **comerțul electronic** reprezintă desfășurarea unei afaceri prin intermediul rețelei Internet, vânzarea de bunuri și servicii având loc offline sau online. Definit mai sugestiv comerțul electronic reprezintă *„capacitatea de a realiza tranzacții care implică schimbul de bunuri și servicii între două sau mai multe părți, folosind instrumente și tehnici electronice”*.

Mulți oameni consideră comerțul electronic ca fiind orice tranzacție condusă electronic pentru cumpărarea unor produse.

Dar, comerțul electronic are, în sens mai larg, un impact mult mai profund asupra evoluției afacerilor și cuprinde, în fapt, nu numai noile achiziții comerciale ci și totalitatea activităților care susțin obiectivele de marketing ale unei firme și care pot include, spre exemplu,

The extraordinary impact of the information technology, everything that is or becomes „e”, puts its mark on the whole economic, social, cultural life of the mankind and virtually governs the whole modern world.

In a world dominated by the small „e”, in a world that doesn't stop talking about e-business (electronic business), **e-commerce** (electronic commerce) is a concept that underlines one of the most important facilities offered by the Internet network: the capacity to make transactions beyond the borders, time and space.

In the view of the Organization for Economic Cooperation and Development (OECD), **the electronic commerce** represents running a business through the Internet network, selling the products and services being made offline or online. In a more eloquent definition the electronic commerce represents *„the capacity to realize transactions that involve the exchange of products and services between two or more parties, using electronic instruments and techniques”*.

Many people consider the electronic commerce as being any transaction made electronically in order to buy products.

But the electronic commerce, in a wider meaning, has a deeper impact on the evolution of business and includes, in fact, not only the new commercial acquisitions but also all the activities that sustain the marketing objectives of a firm and that can include, for example,

publicitate, vânzări, plăți, activități post-vânzare, servicii către clienți etc.

Principalele caracteristici ale comerțului electronic sunt: ● asigură o viteză ridicată de derulare a tranzacțiilor ● permite accesul la noi segmente de piață ● conferă o flexibilitate crescută politicilor comerciale ● determină reducerea costurilor de aprovizionare, de distribuție, de promovare ● implică simplificarea procedurilor de tranzacționare ● contribuie la creșterea competitivității la nivel de firmă și implicit de țară ● determină creșterea valorii tranzacțiilor prin stimularea cumpărătorilor ● oferă posibilitatea de a configura produse sau servicii și de a vedea imediat prețurile reale ale acestora, în comparație cu prețurile mai multor ofertanți.

În prezent, comerțul electronic a devenit o componentă esențială a politicilor de dezvoltare economică promovată de către țările dezvoltate, în special, dar și de către cele în dezvoltare, devenind astfel și o componentă fundamentală a comerțului internațional.

Comerțul electronic este cheia competitivității întreprinderilor în era informațională, asigurând accesul la noi segmente de piață, creșterea vitezei de derulare a afacerilor, flexibilitatea ridicată a politicilor comerciale, reducerea costurilor de aprovizionare, de desfacere și de publicitate, simplificarea procedurilor etc. Ca urmare el devine o oportunitate de creștere a competitivității atât la nivel micro cât și macroeconomic.

advertising, sales, payments, after-sale activities, customer services etc.

The main characteristics of the electronic commerce are: ● it insures a high speed for carrying on transactions; ● it allows the access to new market segments; ● it ensures an increased flexibility for the commercial policies; ● it determines the decrease of the provisioning, distribution and promoting costs; ● it involves simplifying the transactioning procedures; ● it contributes to the increase of competitiveness on the firm and on the national level; ● it determines the increase of the transactions' value by stimulating the buyers; ● it insures the possibility to configure products and services and immediately to notice their real prices, in comparison with the prices of other offerors.

At present, the electronic commerce has become an essential component of the policies for economic development promoted by the developed countries, particularly, and by the developing ones, thus becoming a fundamental component of the international commerce.

The electronic commerce is the key for enterprises' competitiveness in the informational era, insuring the access to new market segments, increasing the speed of developing business, the increased flexibility of commercial policies, decreasing the provisioning, sale and advertising costs, simplifying the procedures etc. As a result it becomes an opportunity to increase competitiveness both on a micro and macroeconomic level.

**Editor-in-chief,
Conf. univ. dr. Dinu Vasile**