

**COMERȚUL ELECTRONIC – COMPONENTĂ DE BAZĂ A COMERȚULUI MODERN****Elena BĂDĂRĂU***Institutul de Relații Internaționale din Moldova*

The evaluation of the world experience in the domain of the electronic commerce has a wide research interest, especially in the context that the multilateral system of the international commerce is threatened by the proliferation of the commercial blocks, which promote protectionist tendencies towards third countries. In this respects, the research adopted the problem of implementing the electronic commerce in Republic Moldova.

Internetul reprezintă cel mai important eveniment tehnologic ce marchează hotarul dintre mileniile doi și trei. Se poate afirma că Internetul schimbă istoria omenirii. În prezent, evoluția comerțului electronic la nivel mondial este extrem de dinamică. De la un an la altul apar modificări substanțiale, încât este greu de prevăzut ce ne va rezerva viitorul în acest domeniu. Comerțul electronic se referă la desfășurarea activităților specifice mediului de afaceri (tranzacții) într-un sistem automatizat integrat pentru schimbul de informații utilizând mijloace electronice (rețele de calculatoare). Conform Legii Republicii Moldova privind comerțul electronic, nr.284-XV din 22.07.2004, comerțul electronic este activitatea de întreprinzător a persoanelor fizice și juridice de vânzare a bunurilor, executare a lucrărilor sau prestare a serviciilor, efectuată cu utilizarea comunicărilor electronice și/sau a contractelor electronice. 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 off-line sau on-line.*

La nivel mondial, comerțul electronic nu mai este o simplă activitate sau formă de comerț, care concentrează eforturile țărilor și companiilor, aflate în competiția de a câștiga noi piețe și de a răspunde cât mai bine exigențelor acestora. În prezent, comerțul electronic a devenit o componentă esențială a politicilor de dezvoltare economică promovate de țările industrializate, în special. Comerțul electronic este, practic, o noțiune care presupune un amestec complex de tehnologii, infrastructuri, procese și produse. El reunește toate industriile și aplicațiile acestora, în cadrul pieței globale numite „Internet”. La nivelul actual al evoluției sale, comerțul electronic presupune trei tipuri de infrastructuri:

*Infrastructura tehnologică necesară creării unei piețe Internet.* Comerțul electronic are la bază: o varietate de tehnologii, care se dezvoltă continuu și se interconectează cu o viteză amețitoare (interconectarea între tipurile de telecomunicații, cablu, satelit etc.); furnizorii de servicii Internet (Internet service providers – ISP) conectează utilizatorii la aceste „coloane vertebrale” și dispozitivele (aparatele) utilizatorilor finali, cum ar fi PC-urile, TV-urile sau telefoanele mobile.

*Infrastructura ca proces de conectare a pieței Internet la piața tradițională.* Această infrastructură face ca plățile prin intermediul Internetului să fie posibile (ex.: cu ajutorul cărților de credit, debit sau smart card-urilor). Ajută de asemenea la distribuția (on-line sau fizică) a produselor cumpărate de consumatori, prin Internet.

*„Infrastructura” sub forma legilor, reglementărilor sau uzanțelor.* Această infrastructură afectează gestionarea acelor afaceri influențate sau angajate în comerțul electronic, precum și relațiile dintre oamenii de afaceri, consumatori sau guvern. Exemplele pot include comunicațiile tehnice și interconexiunea standardelor; legalitatea și modalitatea semnăturii digitale, certificarea și criptarea.

Puse laolaltă, aceste trei tipuri de infrastructuri dau posibilitate comerțului electronic să înnoiască piața tradițională în trei moduri:

Inovarea proceselor. Comerțul electronic simplifică, face mai eficiente, reduce costurile sau influențează într-un alt mod procesele prin care o tranzacție este pusă în practică. De exemplu, Boeing a folosit comunicațiile electronice și un sistem de design asistat de calculator pentru a coordona 238 de echipe de design-eri implicați în producerea la nivel global a modelului 777, care a determinat o reducere a ratei erorilor cu 50%, reducând totodată atât costurile, cât și timpul necesar lansării modelului pe piață.

Inovarea produselor. Comerțul electronic creează sau facilitează obținerea de noi produse care nu erau disponibile anterior. De exemplu, MP3-urile permit deopotrivă „beneficiarilor” să asculte muzica descărcată pe computer, cât și muzicienilor să încarce muzica lor pe Internet, creând astfel un nou mediu unde poate fi produsă și consumată muzică.

Inovarea pietelor. Comerțul electronic creează noi piețe în timp, spațiu și informații care altfel nu pot exista datorită faptului că tranzacțiile și coordonarea costurilor ar fi prohibitiv de mari. Sugestive sunt exemplele băncii on-line Wingspan, care oferă servicii non-stop de plată a facturilor sau ale Priceline, care gestionează un sistem de licitație inversă, prin care îi informează pe oamenii de afaceri despre prețurile exacte pe care consumatorii ar fi dispuși să le plătească pentru anumite produse, reducând, totodată, și pentru consumatori costurile de achiziție.

De remarcat ar fi și faptul că tipurile de infrastructuri de care depinde comerțul electronic reprezintă elemente-cheie ale activității la nivel intern. Cele trei sectoare de servicii, care sunt în același timp și tipuri de infrastructuri – telecomunicațiile, serviciile financiare și distribuția – sunt componente esențiale ale activității economice în ansamblu. Liberalizarea semnificativă a serviciilor poate determina creșterea PIB-ului la nivel global cu 4-6 puncte procentuale. Aceasta reprezintă dublul creșterii scontate datorită înțelegerilor realizate prin intermediul Runderi Uruguay și o creștere globală pe termen lung de la o rată de 3,2% la 5%. Fiecare dintre sectoarele anterior menționate sunt deja vizate de acordurile în vigoare, stabilite în cadrul GATT – OMC: telecomunicațiile sunt vizate de Acordul privind Telecomunicațiile de Bază, serviciile financiare – de Acordul privind Serviciile Financiare, distribuția este reglementată de TRIMS, serviciile de livrare – de GATS 2000, iar produsele privind tehnologia informației fac obiectul ITA. Liberalizarea acestor infrastructuri a fost, deci, vizată deja de acordurile menționate, ceea ce sporește șansele derulării și mai departe a comerțului electronic în variantă „duty free”.

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.

Aceste caracteristici oferă comerțului electronic, în comparație cu cel clasic, o mai mare elasticitate și un potențial imens de creștere în viitor. Bineînțeles, în funcție și de evoluția tehnologiei în domeniu. Există o legătură indisolubilă între evoluția tehnologiei și dezvoltarea comerțului electronic. Acest lucru poate fi extrem de ușor sesizat, fie și numai dacă se face o apreciere în cifre absolute asupra valorii sau volumului comerțului electronic cu un deceniu în urmă, acestea fiind comparate cu cifrele existente în prezent. Se poate aprecia că secolul XXI va fi unul caracterizat, printre altele, și de o „explozie” a tranzacțiilor în variantă electronică.

**Tabel**

#### Avantajele și dezavantajele cumpărărilor on-line

Caracteristici	Avantaje	Dezavantaje
Accesibilitate	nu implică deplasarea, elimină granițele geografice, se poate cumpăra orice, oricând de oriunde	există un număr limitat de consumatori cu acces la Internet
Bogăția informațiilor despre produse pot fi obținute	pot fi obținute numeroase detalii, sortarea datelor este facilă, informații multimedia, posibilitatea unei evaluări mai realiste, posibilitatea consultării și obținerii de informații de la terțe părți	bunurile nu pot fi atinse, gustate, ... sau încercate
Impactul personal	mai multe servicii personalizate	contactul direct cu vânzătorul este dificil și este greu, chiar imposibil de stabilit o relație personală directă
Securitate și respectarea intimității	efectuarea plăților se face după proceduri simple	nesiguranța securității plăților, dificultatea gestionării unor plăți foarte mici sau foarte mari

Dintre aceste tipuri de tranzacții, cele mai răspândite sunt tranzacțiile business to business (B2B) și business to consumer (B2C).

Expansiunea comerțului electronic prin intermediul Internetului nu depinde numai de progresul infrastructurii informatice și de sporirea oportunităților de acces în rețea, ci și de creșterea șanselor de a realiza în acest fel tranzacții profitabile. Internetul oferă posibilități ce depășesc cu mult orice alte tehnologii existente de informare și comunicare. În principiu, toate elementele ce țin de derularea unei afaceri pot fi derulate on-line, Internetul oferind posibilitatea integrării fax-ului, poștei (electronice sau clasice), serviciilor telefonice la costuri relativ reduse. Mai mult decât atât, Internetul permite transferul informațiilor aflate în stare digitală de la un computer la altul, de asemenea la prețuri scăzute.

**Bibliografie:**

1. Bari I. Globalizare și probleme globale. - București: Editura Economică, 1992.
2. Bucur C.M. Comerț electronic. - București: ASE, 2002.
3. Costea C. Afaceri comerciale: abordări moderne. - București: ALL Beck, 2005.
4. Forester Research Inc. Global On-line Trade Will Climb to 18% of Sales, 2001.
5. Hamzescu I.R. Noua economie și societatea informațională. - Craiova: Universitaria, 2002.

*Prezentat la 22.03.2010*