

INTRODUCERE ÎN ECONOMIA DIGITALĂ

E-Business

Modele, evoluție și provocări în desfășurarea afacerilor prin internet

Facultatea de Cibernetică, Statistică și Informatică Economică

Academia de Studii Economice din București (ASE)



Patru întrebări despre E-Business



01

Ce este?

- Definiție și procese
- Spectrul de servicii
- Context cloud
- Scurt istoric — IBM



02

Modele

- B2C
- B2B
- C2B
- C2C
- Exemple notabile



03

Beneficii & riscuri

- Avantaje operaționale
- Tipuri de adopție
- Provocări
- Securitate



04

În context

- E-business vs. e-commerce
- In-house vs. ASP
- Cifre actuale
- Concluzii

Ce este E-Business?

E-business = desfășurarea proceselor de afacere prin intermediul internetului: cumpărarea și vânzarea bunurilor și serviciilor, oferirea de servicii clienților, procesarea plăților, administrarea producției, colaborarea cu partenerii, partajarea informațiilor, servicii automate pentru angajați, recrutare, etc.



Tranzacții

cumpărare, vânzare, procesare plăți



Clienți & parteneri

servicii, colaborare, partajare date



Operațiuni interne

producție, HR, recrutare, servicii automate

Spectrul E-Business și contextul cloud



Intraneturi, extraneturi, ASP

E-business-ul acoperă un spectru larg: de la dezvoltarea intraneturilor și extraneturilor, până la e-serviciile oferite de furnizori de aplicații (ASP — Application Service Providers).



Regândirea afacerii prin cloud

Comaniile își dezvoltă afacerea cumpărând materiale/servicii de la alte firme, colaborând cu furnizori (ex. promoții comune) sau participând la studii de piață comune.

Noi cerințe de business — clienții așteaptă opțiuni self-service și experiențe personalizate, în interacțiuni rapide și securizate. Pe partea de reglementare, au apărut legi și bune practici noi (criptare, certificate digitale) pentru a proteja tranzacțiile electronice împotriva hackerilor, fraudelor și furturilor.

Scurt istoric: Campania IBM din 1997



IBM a fost una dintre primele companii care a folosit termenul *e-business* — în octombrie 1997, printr-o campanie menită să lămurească confuzia consumatorilor legată de afacerile bazate pe internet. Compania a investit circa **500 milioane USD** în publicitate și marketing, pentru a arăta că deține „talentul, serviciile și produsele” necesare clienților care doreau să beneficieze de acest nou mod de a face afaceri.

1994

Cifra de afaceri IBM

64 miliarde USD

2000

Cifra de afaceri IBM

88 miliarde USD

01

PARTEA I

Modele de E-Business

Cine vinde cui — patru moduri în care internetul reorganizează schimbul de valoare

Patru modele clasice



B2C

Business-to-Consumer

Vânzătorii oferă online produse și servicii direct consumatorilor.



B2B

Business-to-Business

Comaniile tranzacționează între ele prin internet, de-a lungul lanțului de furnizori.



C2B

Consumer-to-Business

Consumatorii își creează propria valoare și cerere pentru bunuri și servicii.



C2C

Consumer-to-Consumer

Consumatorii sunt deopotrivă cumpărători și vânzători, prin marketplace-uri online.

B2C — Business-to-Consumer



B2C — vânzătorii oferă online produse și servicii direct consumatorilor, iar cumpărătorii le achiziționează prin intermediul internetului.

Cel mai răspândit model — majoritatea magazinelor online (retail electronic) funcționează pe acest principiu: un singur vânzător, mulți cumpărători individuali, tranzacții simple și relativ rapide.

B2B — Business-to-Business



B2B — companiile folosesc internetul pentru a realiza tranzacții între ele.

Diferență cheie față de B2C: tranzacțiile B2B implică, de regulă, mai multe tranzacții online la fiecare pas din lanțul furnizor (supply chain) — de la materie primă, la producție, distribuție și retail.

C2B — Consumer-to-Business



C2B — consumatorii își creează propria valoare și cerere pentru bunuri și servicii.

Exemplu: licitațiile de tip reverse auction — precum site-urile de bilete de avion (ex. Priceline, în SUA) — unde clientul propune un preț, iar furnizorii concurează pentru a-l accepta.

C2C — Consumer-to-Consumer



C2C — consumatorii sunt deopotrivă cumpărători și vânzători, prin intermediul unor marketplace-uri online.

Exemple: eBay, Amazon, Alibaba, OLX.ro, eMAG, lajumate.ro

Model de venituri: modelele C2C generează venituri prin reclame, taxe de membru/abonamente sau comisioane aplicate tranzacțiilor desfășurate pe platformă.

Exemple: Companii născute digital vs. transformate digital



Companii „născute digital”

Gartner definește firmele înființate după 1995 ca având „modele de operare și capabilități bazate pe exploatarea tehnologiilor digitale ca și competență de bază”.



Companii transformate digital

Firme consacrate, precum Schindler Group (Elveția, fondată în 1874) și-au încorporat e-business-ul: IoT și servicii digitale pentru produse și mobilitate.

Amazon

cel mai mare marketplace de comerț electronic din lume

**Uber, Bolt, Uber Eats,
Glovo**

platforme de mobilitate și livrare

TripAdvisor, Travelocity

cercetare, planificare și rezervare de călătorii

PARTEA II

Beneficii, Tipuri și Provocări

Ce câștigă o organizație — și ce riscă atunci când își mută afacerea online

Eficiență operațională și Cash-Flow



Facturare și plăți automate

Facturarea electronică și sistemele digitale de plată reduc timpul alocat de angajați acestor sarcini, eliberându-l pentru activități cu valoare mai mare.



Cash-flow îmbunătățit

Sistemele digitale reduc timpii de așteptare între facturare și plată, cu efect direct asupra fluxului de numerar al afacerii.

Comunicare și productivitate

Email, video-conferință și platforme de colaborare — cu dinamismul social-media inclus — cresc productivitatea prin scăderea întârzierilor dintre cereri și răspunsuri.



Angajați ↔ Angajați

colaborare internă rapidă



Angajați ↔ Parteneri

coordonare externă eficientă



Angajați ↔ Clienți

răspuns rapid la cerințe

Rezultat: viteza sporită duce la decizii mai rapide, companii mai agile și mai reactive la cererile pieței — plus economii prin reducerea cheltuielilor de transport și un cadru mai deschis, colaborativ, pentru angajați, indiferent de departament sau locație.

Agilitate și globalizare



Dincolo de zidurile companiei

Aplicațiile cloud permit angajaților să lucreze de acasă sau din alte locații la distanță, inclusiv de la sediile clienților.



O piață activă non-stop

Natura 24/7 a internetului permite tranzacții permanente pe tot globul, oferind freelancerilor și micilor afaceri acces la piața globală.

Inteligența artificială și noi modele de Business



Tehnologiile emergente — *machine learning* și *inteligența artificială* — au îmbunătățit ușurința în utilizare, viteza și eficacitatea arhivării informației, căutării datelor, înregistrării tranzacțiilor și conectării cu clienții prin mesaje personalizate.

Software-ul avansat de e-commerce a adus noi modele de business:

Email marketing

comunicare personalizată, directă cu clienții

Magazine online

infrastructură completă de e-commerce, la cerere

Vânzări C2C/B2C (ex. eBay)

noi modele de tranzacționare între utilizatori

Rețele sociale (Facebook, Twitter)

platforme construite integral pe interacțiune online

Tipuri de E-Business



Capabilități limitate

O afacere mică poate procesa plățile printr-un singur serviciu mobil, fără a folosi alte servicii digitale.



E-business integral

Modelul de business este caracterizat pe deplin de servicii electronice și digitale, integrate în fiecare proces.

Clasificări tradiționale folosite în continuare:

B2B

B2C

C2C

C2B

B2G — Business-to-Government

B2E — Business-to-Employee

Provocările E-Business-ului



Securitate

Protejarea serviciilor împotriva atacurilor cibernetice



Scalare

Extinderea rapidă a serviciilor fără degradarea performanței



Evoluție tehnologică

Ritm suficient de rapid pentru dinamismul pieței



Talent

Găsirea și formarea angajaților care țin pasul cu domeniul



„Always on”

Mentținerea unui nivel înalt de disponibilitate permanentă

Securitate și riscuri



Riscuri de securitate a datelor

Clienții oferă informații confidențiale (date de contact, carduri) — proprietarii trebuie să asigure criptarea pentru tranzacții sigure.



Riscuri de infrastructură

Servicii proaste de hosting sau probleme de conexiune/bandwidth pot perturba puternic afacerea.



Riscuri de marketing

Tehnicile online diferă semnificativ de cele offline; o campanie neadecvată înseamnă resurse investite inefficient.



Riscuri sistemice

E-business-urile sunt vulnerabile la șocuri globale ale pieței online — exemplu: crash-ul dot-com din 2000–2001.

PARTEA III

E-Business în context

Cum se delimitează conceptul — și unde se află astăzi

E-Business vs. E-Commerce



E-commerce

Se referă strict la vânzarea/cumpărarea produselor online.



E-business

Definește un spectru mult mai larg de procese: SCM, e-procurement, CRM, ERP, transportation planning, etc.

Relația dintre ele: comerțul electronic poate fi văzut ca o submulțime a e-business-ului — orice tranzacție de e-commerce este e-business, dar nu orice proces de e-business înseamnă neapărat o vânzare.

Gestionare in-house vs. ASP



In-house

Procesele de e-business sunt gestionate intern, prin intermediul rețelei proprii a companiei.



ASP — Application Service Providers

Procesele provin din surse externe — companii ce oferă servicii de tip Application-as-a-Service sau similare.

E-Business astăzi, în cifre

6,42 trilioane \$

vânzări globale de comerț electronic în 2025 —
20,5% din retailul mondial

~2,8 miliarde

cumpărători online în lume — aproape o
treime din populația globală

32,8 trilioane \$

valoarea estimată a comerțului electronic B2B
— de peste 5× mai mare decât B2C

~59%

din tranzacțiile online se fac de pe dispozitive
mobile

Surse: Capital One Shopping, eMarketer, Mordor Intelligence, Flowlu (estimări 2025)

Concluzii

- ✓ E-business înseamnă mult mai mult decât vânzare online — acoperă întreg spectrul proceselor de afacere desfășurate prin internet.
- ✓ Cele patru modele clasice — B2C, B2B, C2B, C2C — descriu cine tranzacționează cu cine, nu doar ce se vinde.
- ✓ Beneficiile (eficiență, comunicare, agilitate, AI) vin la pachet cu provocări reale: securitate, scalare, talent și disponibilitate permanentă.
- ✓ E-commerce este o submulțime a e-business-ului — distincția contează pentru înțelegerea completă a proceselor digitale ale unei organizații.

Urmează — de la modelele de business, la tehnologiile care le susțin: infrastructură, platforme și arhitecturi de e-business.