

**ECONOMIE DIGITALĂ –
PREMIȘĂ A DEZVOLTĂRII ECONOMICE
ÎN SECOLUL XXI**

*Viorica ȚURCAN, magistru în economie, ULIM
Alexandru GRIBINCEA, dr.hab., prof.univ. ULIM
Iulita BÎRCĂ, cercet. șt. stagiar, INCE*

Conceptul economiei digitale, numit „noua economie”, include anumite transformări moderne ale activităților economice, care sunt o consecință a utilizării tehnologiilor digitale. Acestea, la rândul lor oferă acces, procesare și stocare a informației într-un mod mai simplu și mai ieftin. Apariția unei economii noi, este explicată prin intensificarea promovării serviciilor și produselor noi, importanța mai mare acordată inovațiilor ca fenomen și modalitate de activitate economică, și influența asupra procesului de globalizare. Un volum enorm de informații modifică modul în care funcționează piețele, făcând posibilă restructurarea corporativă și apariția noilor oportunități pentru crearea și operarea diferitor tipuri de informație.

Cuvinte cheie: economie digitală, dezvoltare economică, comerțul electronic, e-business, e-commerce, e-banking, cerere, ofertă, consumator, afaceri electronice.

Introducere. Noua economie sau economia digitală, rezultantă a interacțiunii dintre calculatorul personal, telecomunicații, Internet și electronică, se caracterizează printr-o serie de trăsături cu totul deosebite de economia tradițională.

În primul rând, este vorba de crearea unui nou model de afaceri (e-business, e-commerce, e-banking etc.), unde intra și internetul, care schimbă radical eficiența acestora în sensul reducerii costurilor, inclusiv a celor tranzacționale, pe baza relației afaceri/afacere, afacere/cumpărător, afacere/angajat etc.

În ultimul timp, comerțul electronic a căpătat extinderea cea mai mare ca formă concretă de realizare a unor afaceri, la care se adaugă și conturarea unor piețe, în special a cunoștințelor științifice, impulsionată de ritmul fără precedent al dezvoltării sectorului cercetare-dezvoltare.

Conținut de bază. Noua economie plasează, în prim plan, cererea, nevoile consumatorilor care se implică, într-o măsură din ce în ce mai mare la conceperea, realizarea și utilizarea bunurilor și serviciilor, începând încă din stadiul cercetării și dezvoltării acestora. Din acest punct de vedere, noua economie are un caracter interactiv, participativ, realizând interfața dintre ofertă și cerere pe un areal de volum și structură, în spațiu și timp, cu mult mai riguros.

Rolul consumatorului crește mai ales în sensul că acesta poate deveni o importantă sursă de idei inovatoare pentru producător, sau de forțare a inovării în scopul menținerii sau extinderii pieței, al sporirii gradului de confort sau, ceea ce este foarte important, al ridicării nivelului de sustenabilitate a dezvoltării economice [1].

Concurența și cooperarea reprezintă două laturi inseparabile ale economiei digitale, ținând seama de

**DIGITAL ECONOMY –
A PREMISE FOR ECONOMIC DEVELOPMENT
IN THE 20TH CENTURY**

*Viorica TURCAN, Master in economics, ULIM
Alexandru GRIBINCEA, PhD, Professor, ULIM
Iulita BIRCA, Junior Scientific Researcher, INCE*

The concept of digital economy called "new economy" involves particularly modern transformation of economic activities, which is a consequence of the use of digital technologies. These in turn provide access, processing and storage of information in a way cheaper and easier. The emergence of a new economy is explained by the enhanced promotion of new products and services, the increasing importance of innovation as a phenomenon and means of economic activity and the influence of globalization process. Enormous volume of information is changing the way markets function, making possible corporate restructuring and the emergence of new opportunities for the creation and operation information of different nature.

Key words: digital economy, economic development, e-commerce, e-business, e-commerce, e-banking, demand, supply, consumer, electronic businesses.

JEL Classification: L81, L86, O1

Introduction. The new economy or the digital economy, which represents the resulting interaction between the personal computer, telecommunications, Internet and electronics, is characterized by a series of very special and different features from the traditional economy.

First of all, it is about creating a new business model (e-business, e-commerce, e-banking, etc.), where the internet is included, radically changing their efficiency in order to reduce costs, including transaction costs, based on the relationship business/business, business/customer, business/employee etc.

Recently, electronic commerce has become the largest expansion as a particular embodiment of some businesses, plus shaping some markets, especially those of scientific knowledge, driven by the unprecedented pace of development of the research-development sector.

Core content. The new economy prioritizes the demand and needs of consumers who engage increasingly in the design, implementation and use of goods and services, starting from their stage of research and development. From this point of view the new economy is an interactive, participatory one, making the interface between supply and demand on an area of volume and structure in space and time, much more rigorous.

The consumer's role grows mostly due to the fact that it can become an important source of innovative ideas for the producer, or force innovation in order to maintain or expand the market, increase the comfort level and, what is very important, increase the sustainability level of the economic development [1].

Competition and cooperation represent two inseparable

interacțiunea dintre cerere și ofertă, mai sus menționată. Formele de manifestare a concurenței între producători sunt radical schimbate de prioritatea care se acordă unui consumator în continuă și rapidă schimbare în ceea ce privește nevoile, gusturile și cerințele, astfel încât acesta îi obligă pe competitori să coopereze.

Economia digitală presupune un consum mai mare de muncă de concepție, de înaltă calificare care creează o valoare adăugată mai ridicată, noi locuri de muncă, segmente, practic, nelimitate de oportunități de afaceri și creativitate, prin existența unor standarde flexibile și interconectivitate, care facilitează nevoia integrării și individualizării diferiților consumatori. De aici, și constatarea, că noua economie este una "creativă" [2].

Diminuarea consumului de resurse, mărirea spiritului novator și întreprinzător, creșterea productivității muncii, a vitezei producerii și schimbării fenomenelor și proceselor economice, sporirea valorii adăugate reprezintă doar câteva dintre efectele economice care au impus economia digitală ca formă superioară a economiei în general.

Important este de menționat, că fiecare dintre principiile noii economii deschid paradigme specifice pentru știința economică, în general, dar mai ales pentru diferitele discipline și specializări ale acesteia.

Noua economie se supune principiului potrivit căruia "cu cât mai multe persoane se implică cu atât avantajul pentru fiecare implicat este mai mare".

Existența în sine a economiei digitale presupune existența unei noi societăți informaționale, care utilizează tehnologia informațiilor și comunicațiilor din ce în ce mai mult. Astfel, se atestă o dezvoltare a activității de luare a deciziilor prin optimizarea creativității, capacității de inovare și pregătirii intelectuale a specialiștilor (și nu doar) în domeniu.

Nu în ultimul rând, tindem să remarcăm ponderea economiei digitale în domeniul afacerilor. Afacerile electronice, în marea lor diversitate de expresie, reprezintă suportul noii economii în societatea informațională, care antrenează, deopotrivă, organizații, cetățeni, administrații centrale și locale.

În prezent, economia vitezelor mari înlocuiește economia scării mari. Timpul se transformă într-o variabilă critică, fiecare interval temporal valorând mai mult decât cel anterior. Concurența dintre firme se bazează pe timp, mai exact pe rapiditatea reacțiilor, iar abordările lente, secvențiale, pas cu pas, sunt înlocuite de „abordări simultane”. În noua economie vom asista la câteva transformări importante privind munca. Prima și, poate, cea mai importantă vizează natura ei. Se presupune, că accentul va cădea din ce în ce mai mult pe gândire și creație. Produsele create vor fi de natură intangibilă – informație și cunoștințe [3].

Piața forței de muncă se va globaliza: de exemplu, un „muncitor” intelectual din Republica Moldova poate fi angajatul unei societăți de oriunde. Politica angajării va fi a competenței intelectuale pe proiect și nu a angajării pe viață și pentru toți, iar riscurile pentru angajați se vor amplifica. Va crește necesitatea perfecționării continue, diploma de absolvire a unei școli fiind necesară, dar nu suficientă. Relațiile dintre angajator și angajat se vor

sidele of the digital economy, taking into account the interaction between supply and demand mentioned above. The forms of expression of the competition between producers are radically changed by the priority that is given to a rapidly changing consumer regarding its needs, tastes and requirements, and thus forces competitors to cooperate.

The digital economy presumes a higher consumption of design work, high skills which create a higher added value, new job offers, segments, practically unlimited with business opportunities and creativity, through the existence of flexible interconnected standards that facilitate the need for integration and individualization of different consumers. From here, we find that the new economy is a "creative" one [2].

The decrease of resource consumption, increased innovation and entrepreneurial spirit, the increase of labor productivity, production rate and economic phenomena and processes of change, increased added value are just some of the economic effects that forced the digital economy as a high form of economy.

It is important to note that each of the principles of the new economy open paradigms specific for economics in general, but especially for its various disciplines and specializations.

The new economy is subject to the principle that "the more people are involved, the higher is the benefit for each involved party".

The existence itself of a digital economy implies the existence of a new information society that increasingly uses information and communication technologies. Thus, it is noted a development of the decision-making process by optimizing creativity, capacity for innovation and intellectual training of professionals (and not only) in the field.

Not least, we tend to note the share of the digital economy in the business field. Electronic business, in its great diversity of expression, is the support of the new economy in the information society, which drives organizations, citizens, and local governments.

Currently, high speed economy replaces the large scale economy. Time becomes a critical variable, each time slot worth more than the previous one. The competition between companies is based on time, namely on fast reactions and the slow approaches, sequential, step by step, which are replaced by "simultaneous approach". In the new economy we will see some significant changes regarding the work process. The first, and perhaps most important regards its nature. It is assumed that the focus will be increasingly more on thinking and creation. The products created will be intangible – information and knowledge [3].

The labor market will globalize: for example, an intellectual Moldovan "worker" can become the employee of a company, located anywhere. The employment policy will be the intellectual competence on a project and not lifelong employment for everyone, and therefore the risks for employees will increase. Also, the need for continuous improvement will increase, a school diploma being necessary, but not sufficient. Relations between employer

baza tot mai mult pe cooperare și mai puțin pe subordonare. De asemenea, va crește ponderea telemuncii în totalul formelor de muncă. Piața forței de muncă va fi influențată de efectul liberalizării și globalizării informațiilor și comunicațiilor, în care tot mai multe activități sunt desfășurate de e-cetățeanul societății contemporane.

and employee will be based increasingly on cooperation and less on subordination. It will also increase the share of the e-work in work forms. The labor market will be influenced by the effect of liberalization and globalization of information and communication, in which more and more activities are carried out by the e-citizen in the contemporary society.

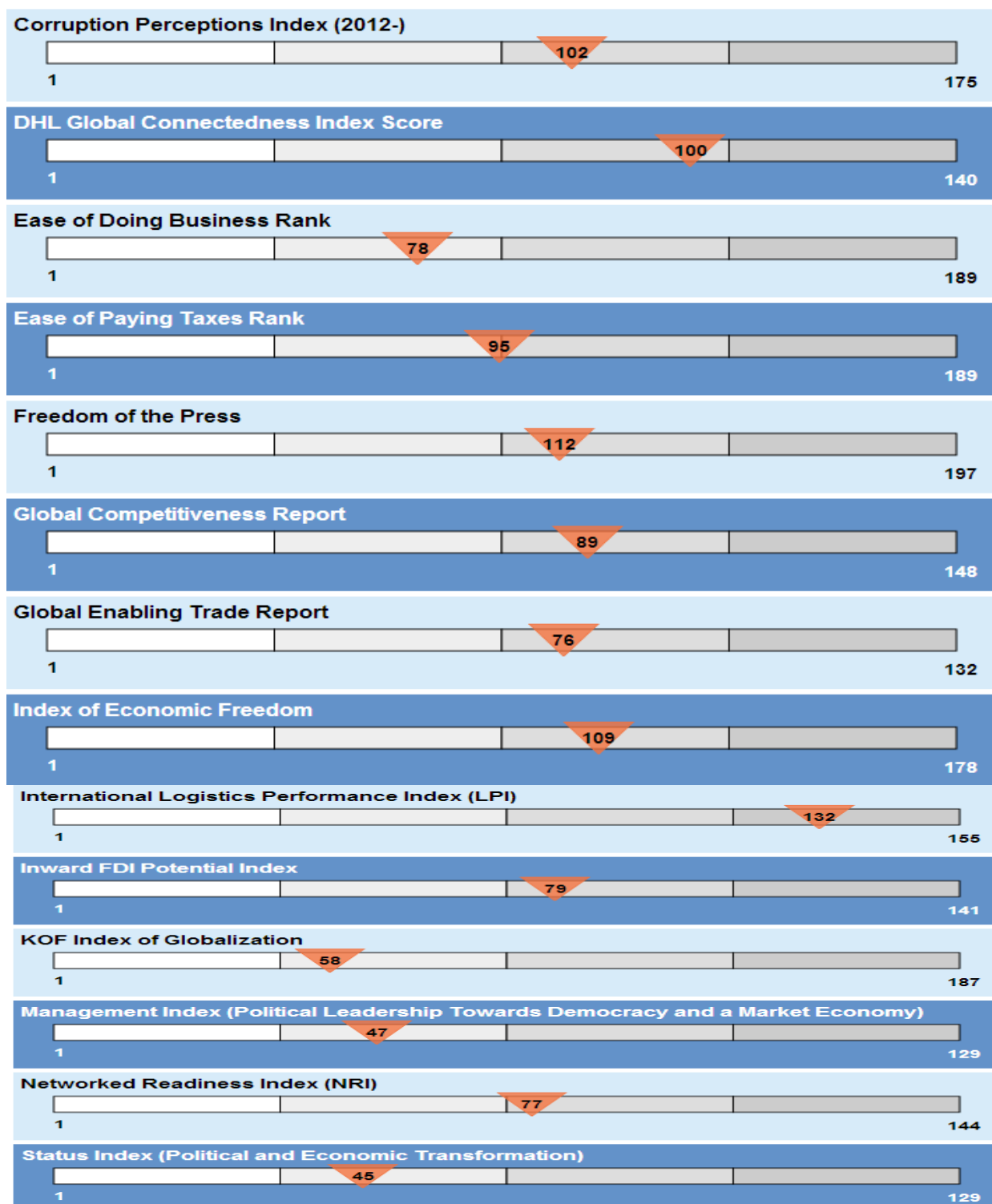


Fig. 1. Cunoștințe de afaceri în R.Moldova și la nivel mondial/
Fig. 1. Business knowledge in the Republic of Moldova and worldwide

Sursa/Source: <http://globaledge.msu.edu/countries/moldova/indices>.

Vorbind mai detaliat despre afaceri electronice, putem concluda existența, în prezent, a mai multor mijloace sau soluții utilizate frecvent ca metodă de lucru în sfera economică. Așadar, acestea sunt:

- *Cataloge online*. Primul pas în digitalizarea unei afaceri este crearea unui catalog online de produse și servicii, astfel încât să fie accesibil cât mai multor clienți vizati, să fie ținut întotdeauna la zi, să reducă costurile de actualizare printr-un singur proces, să permită un feedback interactiv al clientului și să permită o achiziționare interactivă.

- *Instruirea online*. Educația și comunicarea constituie bazele schimbării, iar schimbarea este motorul inovației, dezvoltării și valorii. Sistemele de instruire și educare online (e-training și e-coaching) asigură: educație convenabilă la nivel de organizație, indiferent de numărul de solicitanți sau spațiu; informarea rapidă a angajaților asupra noilor strategii și produse; coordonarea de la distanță a reprezentanților de vânzare (extrem de comod în cazul organizațiilor cu sediu în alt stat și reprezentanțelor internaționale ale acestora), inclusiv evaluarea feedback-urilor individuale.

- *Vânzarea online en-detail (e-tailing)*. Este considerată un succes al afacerilor pe Internet prin reducerea semnificativă a costurilor. Principalele avantaje constau în: păstrarea unei baze de date largi de clienți; mărirea numărului acestora, facându-se cu efort minim; posibilități de urmărire a obiceiurilor de cumpărare, în scopul unei oferte relevante; economisirea timpului și banilor clientului, determinându-l, astfel, să devină un client fidel.

- *Licitația electronică*. Aceasta, prin urmare, s-a dovedit a fi un model de mare succes, care poate fi utilizat multilateral, datorită faptului că este un domeniu cu interes sporit, poate fi integrat în magazinele virtuale obișnuite. Produsele vândute prin licitație electronică includ de la bunurile materiale, metale și materii prime agricole până la obiecte de artă unicat. O licitație electronică include mai mulți vânzători. Operatorul licitației elaborează mecanismele pentru plasarea obiectului licitației și pentru licitarea propriu-zisă și oferă servicii de plăți și livrare [4].

Referitor la impactul economiei digitale asupra societății informaționale vom menționa, atunci observăm că utilizarea largă a tehnologiilor informației și comunicațiilor și progresul tehnic asigură creșterea economică în condiții de protecție sporită a mediului, accelerând reducerea consumului fizic în favoarea valorificării informației și a cunoașterii, deplasarea centrului de greutate de la investiții în mijloacele fixe la investiții în capitalul uman.

În acest mod, societatea informațională integrează și *obiectivele dezvoltării durabile*, bazată pe dreptate socială și egalitatea șanselor, libertate, diversitate culturală și dezvoltare inovativă, protecție ecologică, restructurarea industriei și, îndeosebi, a mediului de afaceri.

Impactul internetului, ca principalul mijloc de influență, asupra economiei globale constituie un subiect important de cercetare în aspect mondial. Astfel, McKinsey Global Institute a dat publicității un raport ce analizează impactul internetului asupra creșterii economice în 13 țări, care, împreună, cumulează peste 70% din economia lumii. Potrivit datelor din raport, două miliarde de oameni au acces la internet, numărul lor crescând cu 200 milioane pe an, iar comerțul on-line

Speaking more about electronic businesses, we can conclude that there are currently more means or solutions commonly used as a working method in the economic field. Therefore, these are:

- *Online catalogs*. The first step in the digitization of a business is to create an online catalog of products and services, in order for them to be accessible to as many targeted customers as possible, to reduce the updating costs through a single process, allowing interactive customer feedback and an interactive purchase.

- *Online training*. Education and communication are the basis of change, and change is the engine of innovation, growth and value. Online education and training systems (e-training and e-coaching) provide: good education at the organization level, regardless of the number of applicants or space; quick information of employees on new strategies and products; remote coordination of sales representatives (very convenient for organizations with headquarters in another state and international subsidiaries thereof), including the assessment of individual feedback.

- *Online selling retailers (e-tailing)*. It is considered a success of Internet businesses due to significantly reduced costs. The main advantages are: the maintenance of a large customer database; increasing their number by making a minimal effort; possibilities of tracking purchasing habits, the goal being a relevant offer, saving customers' time and money, and thus making them become loyal customers.

- *Electronic auction*. This option has proved to be a successful model that can be used multilaterally because it is an area of growing interest, and that can be integrated into conventional virtual stores. Products sold through electronic auction include from material goods, metals and agricultural raw materials to custom artwork. An electronic auction includes several vendors. The operator of the auction shall develop mechanisms for placement of the auction objects and bidding the auction itself and also provides payment and delivery services [4].

Regarding the impact of the digital economy on the information society, we will mention that the widespread use of information and communication technologies and technical progress ensure growth under enhanced protection conditions of the environment, accelerating the reduction of physical consumption for the exploitation of information and knowledge, moving the center of weight from investments in fixed assets to investments in human capital.

This way, the information society integrates the *sustainable development objectives*, based on social justice and equality of opportunity, freedom, cultural diversity and innovative development, environmental protection, industry restructuring, and particularly of the business environment.

The impact of the Internet as the primary means of influence on the global economy is an important research topic in the global aspect. Therefore, the McKinsey Global Institute released a report that examines the impact of the internet on economic growth in 13 countries, which together accumulate more than 70% of the world economy. According to the report, two billion people have Internet access, their number increases by 200 million per

generează un volum al afacerilor egal cu cca 8.000 miliarde dolari. De asemenea, raportul arată, că internetul generează 3,4% din PIB-ul celor 13 țări (6% în Suedia și Marea Britanie), procent mai mare decât în agricultură (2,2%) sau sectorul educațional (3%). Respectiv, se estimează, că, la nivel mondial, internetul generează o valoare adăugată de 1.672 miliarde dolari, respectiv 2,9% din PIB.

În ultimii 15 ani, internetul a generat 7% din creșterea economică înregistrată în cele 13 țări, procentul majorându-se la 11%, în ultimii 5 ani. Iar un studiu recent realizat de Universitatea din Munchen a arătat, că o creștere cu 10% a gradului de penetrare a internetului de mare viteză determină o creștere a PIB per capita cu 0,9-1,5 puncte procentuale.

O altă concluzie a raportului este că utilizarea internetului a dus la o creștere cu 10% a profitabilității companiilor, jumătate din câștig fiind determinat de creșterea afacerilor și jumătate de reducerea costurilor. Iar un studiu, realizat în Franța, a arătat că utilizarea pe scară largă a internetului a dus la eliminarea a 500.000 de locuri de muncă, în ultimii 15 ani, în economia tradițională, însă, în același timp, a generat 1,2 milioane de locuri de muncă în sectoarele conexe, ceea ce înseamnă că pentru fiecare loc de muncă pierdut au fost create alte 2,4 locuri de muncă. La nivel mondial, raportul este de 2,6/1.

Un alt aspect descris este că în Franța, Germania și SUA, 40% dintre utilizatori vizitează lunar site-uri care îi ajută să compare prețurile diverselor produse (1.000 miliarde comparații au avut loc în 2009), suma de bani economisită prin folosirea internetului variind între 13 euro/user pentru o lună în Germania și 20 euro/user pentru o lună în Marea Britanie [5].

În fiecare an, revista Foreign Policy publică topul statelor lumii în baza indicelui globalizării. Indicele globalizării evaluează douăsprezece variabile (de exemplu, volumul valoric al comerțului exterior, al investițiilor străine directe, numărul utilizatorilor de Internet, accesul la telefonie, numărul organizațiilor internaționale etc.), care sunt împărțite în patru clase, respectiv:

- integrare economică;
- conectivitate tehnologică;
- contacte personale;
- angajament politic.

year, and on-line business generates a volume equal to about 8.000 billion USD. The report also shows that the Internet generates 3.4% of the GDP of the 13 countries (6% in Sweden and the UK), a percentage higher than agriculture (2.2%) or the education sector (3%). Accordingly, it is estimated that globally, the Internet creates an added value of 1.672 billion USD, respectively 2.9% of the GDP.

In the past 15 years, the Internet has generated 7% of the economic growth in the 13 countries, the percentage increasing to 11% in the last five years. And a recent study conducted by the University of Munich showed that a 10% increase in the penetration degree of high-speed internet determines an increase of the GDP per capita by 0.9-1.5 percentage points.

Another conclusion of the report is that the use of the internet has led to a 10% increase in the profitability of companies, half of the gain being determined by business growth and the other half by cost reduction. And a study conducted in France showed that the widespread use of the Internet has eliminated 500.000 jobs in the past 15 years, in the traditional economy, but at the same time, generated 1.2 million jobs in related sectors, which means that for every lost job were created other 2.4 jobs. Worldwide, this ratio is 2.6/1.

Another described aspect is that in France, Germany and the U.S., 40% of users monthly visit sites that help them compare the prices of various products (1.000 billion comparisons took place in 2009), the amount of money saved by using the Internet ranging from 13 euro/user for a month in Germany and 20 euro/user for a month in the UK [5].

Every year, the Foreign Policy magazine publishes the top countries of the world based on the globalization index. The globalization index assesses twelve variables (eg the value volume of foreign trade, of foreign direct investments, the number of Internet users, access to telephones, international organizations, etc.), which are divided into four classes, and namely:

- economic integration;
- technology connectivity;
- personal contacts;
- political commitment.

Tabelul 1/Table 1

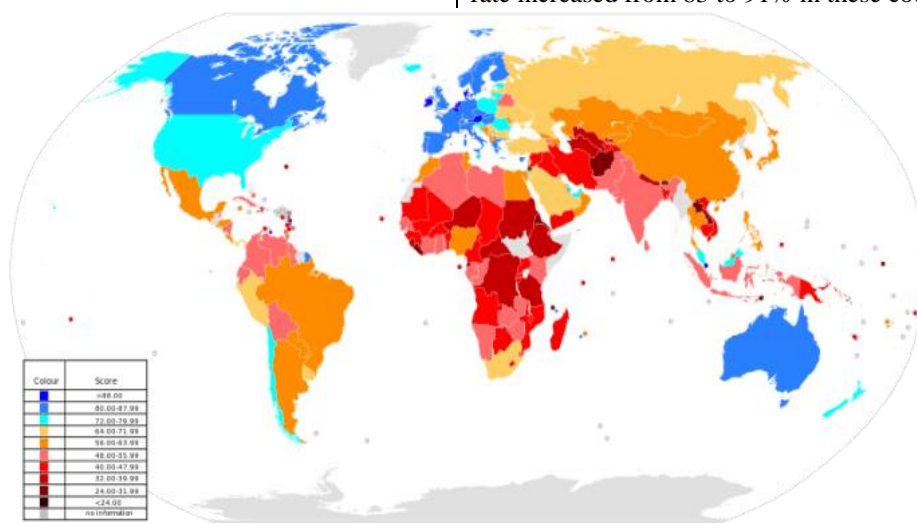
**Topul celor mai globalizate zece state ale lumii, 2010 și 2011/
The top ten most globalized countries in the world, 2010 and 2011**

Anul 2010/Year 2010		Anul 2011/Year 2011	
1	Singapore/Singapore	1	Singapore/Singapore
2	Irlanda/Ireland	2	Elveția/Switzerland
3	Elveția/Switzerland	3	SUA/USA
4	SUA/USA	4	Irlanda/Ireland
5	Olanda/The Netherlands	5	Danemarca/Denmark
6	Canada/Canada	6	Canada/Canada
7	Danemarca/Denmark	7	Olanda/The Netherlands
8	Suedia/Sweden	8	Australia/Australia
9	Austria/Austria	9	Austria/Austria
10	Finlanda/Finland	10	Suedia/Sweden

Sursa/ Source: Datele sunt preluate din publicația periodică "Globalizare, economie digitală și comerț electronic în secolul XXI"/Data is taken from the newspaper "Globalization, digital economy and e-commerce in the XXI century".

Zonele cele mai „expuse” globalizării au cunoscut cele mai înalte creșteri. În perioada anilor 1987 și 2001, ponderea în PNB-ul mondial al Americii Latine a crescut de la 4,1 la 5,7%, pentru Asia (fără Japonia) de la 8,8 la 12,2%, în timp ce pentru Africa (zona cea mai puțin atinsă de „virusul” globalizării) această pondere a scăzut de la 2,4 la 1,5%. Eficiența finanțării private în procesul de globalizare este, de asemenea, demonstrată de fapte: investițiile în țările emergente au crescut de la 13 miliarde dolari pe an (în 1981 și 1989) la o medie de 84 miliarde pe an (în 1990 și 2001). În ceea ce privește Asia, dezvoltarea nu este un mit, ci o realitate. Durata medie a vieții în Coreea de Sud, Thailanda și Malaiezia este acum de 68 de ani, față de 57 în anii '70. În aceeași perioadă, rata de alfabetizare a crescut de la 83 la 91% în aceste țări.

The most "exposed" areas of globalization have seen the highest increases. Between the years 1987 and 2001, the share in world GNP of the Latin America has increased from 4.1 to 5.7% for Asia (excluding Japan), from 8.8 to 12.2%, while for Africa (the area least reached by the globalization "virus") this ratio decreased from 2.4 to 1.5%. The efficiency of financing the private sector in the process of globalization is also demonstrated by the facts: investments in emerging countries rose from 13 billion USD per year (in 1981 and 1989) at an average of 84 billion USD per year (in 1990 and 2001). Regarding Asia, development is not a myth but a reality. Life expectancy in South Korea, Thailand and Malaysia is now 68 years, compared to 57 in the '70s. In the same period, the literacy rate increased from 83 to 91% in these countries.



**Fig. 2. Harta privind scorul pentru Indicele KOF de globalizare/
Fig. 2. The map showing the score for the KOF Index of Globalization**

Sursa/Source: http://wik.org/wiki/Globalization_Index.

Schimbările majore din ultimii ani – creșterea comunicațiilor mobile și a numărului utilizatorilor de Internet, contribuția sectorului tehnologiilor informației și comunicațiilor la creșterea economică și la crearea locurilor de muncă, restructurarea companiilor și a businessului în general pentru a beneficia mai eficient de noile tehnologii, dezvoltarea accelerată a comerțului electronic – susțin tranziția de la era industrială la cea post-industrială.

Remarcăm, însă, că țările, precum Franța au rămas, relativ vorbind, în urmă. Contribuția comerțului său extern la PIB este de doar 55%. O excepție sunt și Statele Unite, unde contribuția comerțului exterior la PIB este mică și aproape neschimbată în ultimii 20 de ani. În anii 2006-2007, comerțul exterior al SUA era de numai o treime din PIB (față de o cincime în a.1990). America este, însă, marea excepție. SUA este marea piață de consum a omenirii și cel mai mare exportator de bunuri și servicii în termeni absoluți, mai mare decât China și Germania. America este centrul galaxiei schimburilor comerciale mondiale, în jurul căruia se învârtă celelalte națiuni. Ea este punctul nemișcător într-o lume în mișcare. În lumea globală a anilor 1990, America a pus în umbră orice competitor. PIB-ul Americii a crescut cu 62%, în ultimii 20 de ani, atingând cifra de 11 trilioane de dolari în 2007. Această cifră reprezintă o treime din PIB-ul mondial. Populația Americii reprezintă numai 5% din totalul mondial.

The major changes in recent years – increasing the number of users of mobile communications and Internet, the contribution of the information and communications technologies sector to economic growth and new jobs, restructuring companies and business in general to benefit more efficiently from new technologies, the accelerated development of electronic commerce – all these factors support the transition from the industrial era to the post-industrial one.

However, we note that countries such as France, relatively speaking, have stayed behind. Its external trade contribution to the GDP represents only 55%. An exception to be recounted is the United States, where the contribution of foreign trade to the GDP is low and unchanged in the past 20 years. In the years 2006-2007, the U.S. foreign trade represented only one-third of the GDP (compared to a fifth in 1990). America, is however the great exception. U.S. is the largest consumer market in the world and the absolute largest exporter of goods and services, larger than China and Germany. America is the trade center of the galaxy, around which other nations revolve. It is the immovable point in a moving world. In the global world of the 1990s, America overshadowed any competitor. America's GDP grew by 62% in the last 20 years, reaching 11 trillion USD in 2007. This represents a third of world GDP. America's population represents only 5% of the world total. In

În aceeași perioadă, PIB-ul german a crescut cu numai 33%, iar cel Francez – cu 37%. Totodată, PIB-ul german – de 2.1 trilioane, și cel al Franței – de 1.5 trilioane de dolari, în 2007, sunt de cinci-zece ori mai mici ca PIB-ul american.

the same period, Germany's GDP grew by only 33% and the French – by 37%. However, Germany's GDP – 2.1 trillion, and that of France – 1.5 trillion dollars in 2007, are five to ten times smaller than the U.S. GDP.

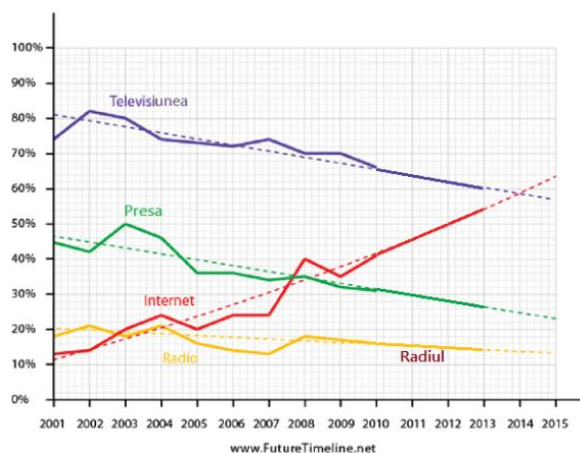


Fig. 3. Sursele, din care americanii obțin cele mai multe știri naționale și internaționale/
Fig. 3. The sources, from which Americans get most of their national and international news

Concluzii. Noile tehnologii digitale fac accesul, stocarea și transmiterea informației din ce în ce mai facile și mai accesibile. Beneficiind de informația digitală, aceasta poate fi transformată în noi valori economice și sociale, creând imense oportunități pentru dezvoltarea de noi produse și servicii. Informația devine, din ce în ce mai mult, resursa-cheie pentru economia digitală.

Utilizarea tehnologiei mobile permite organizațiilor neguvernamentale să fie mai aproape de persoanele care susțin cauza lor, dar și să găsească soluții inovatoare de abordare a diferitelor probleme cu care se confruntă în îndeplinirea misiunii lor. Conform studiului State of the Nonprofit Industry (2012), realizat pe baza a peste 1500 de răspunsuri din nouă țări – Australia, Canada, Franța, Germania, Italia, Olanda, Noua Zeelandă, Marea Britanie și Statele Unite, două treimi din organizațiile din Franța plănuiau să aplice în practică cel puțin o strategie ce include utilizarea telefoniei mobile în campaniile de strângere de fonduri, iar majoritatea organizațiilor din Marea Britanie au utilizat trimiterea SMS-urilor ca parte din strategia lor de fundraising. Același studiu indica faptul, că două treimi din organizațiile interviewate planificau să-și optimizeze website-urilor pentru a fi accesate pe mobil.

Conclusions. The new digital technologies make access, storing and transmitting information increasingly easier and more accessible. Digital information can be transformed into new social and economic values, creating huge opportunities for developing new products and services. Information becomes more and more the key resource for the digital economy.

Using mobile technology allows NGOs to be closer to the people who support their cause, but also to find innovative solutions that address the various problems faced in carrying out their mission. According to the study State of the Nonprofit Industry (2012), based on over 1.500 responses from nine countries – Australia, Canada, France, Germany, Italy, Netherlands, New Zealand, United Kingdom and United States, two-thirds of organizations in France planned to apply in practice at least one strategy that includes the use of mobile devices in fundraising campaigns, and most organizations in the UK have used sending SMS as a part of their fundraising strategy. The same study indicates that two thirds of the surveyed organizations were planning to optimize their websites to be accessed on mobile devices.

Referințe bibliografice / References

1. Economia digitală [accesat 21 martie 2014]. Disponibil: www.academiaromana.ro/pro_pri/doc/st_g04.doc
2. GHILIC-MICU, B. Afacerile în economia digitală. In: Informatică Economică. 2002, nr. 3, pp. 30-35.
3. Economia digitală și impactul ei asupra societății [accesat 20 aprilie 2014]. Disponibil: http://team.salvaeco.org/nika/h/economia_digitala.php
4. COMISIA EUROPEANĂ. Provocările Europei privind economia digitală. 2013, 24-25 octombrie [accesat 20 aprilie 2014]. Disponibil: http://ec.europa.eu/europe2020/pdf/20131010_ro.pdf
5. MCKINSEY GLOBAL INSTITUTE. Internet matters: The Net's sweeping impact on growth, jobs and prosperity. 2011, may [accesat 12 mai 2014]. Disponibil: http://www.mckinsey.com/insights/high_tech_telecoms_internet/internet_matters
6. Globalization index [accesat 20 iulie 2014]. Disponibil: http://en.wikipedia.org/wiki/Globalization_Index
7. FutureTimeline.net [accesat 20 aprilie 2014]. Disponibil: <http://www.futuretimeline.net>
8. Global Business knowledge [accesat 20 aprilie 2014]. Disponibil: <http://globaledge.msu.edu/countries/moldova/indices>
9. MORARU, S. Cum va fi anul 2014 din perspectiva tehnologiei pentru organizațiile neguvernamentale? [accesat 20 aprilie 2014]. Disponibil: http://adevarul.ro/tech/internet/cum-anul-2014-perspectiva-tehnologiei-organizatiile-negovernmentalee-1_530b62fcc7b855ff569fd343/index.html

Recomandat spre publicare: 08.04.2014