

HMM Personalia

• Ioan-Matei PURCĂREA – *Measuring the Impact of E-Commerce on the Economy*

Note from the HMM Editorial Board

The distinguished Professor Gheorghe Zaman, the late Director of the Institute of National Economy (IEN, the oldest public settlement of economic research in Romania), recommended a research paper entitled "E-Commerce Contribution In Sustainable Development: Towards A New Era Of Safe And More Sustainable Products" (presented in February 2021 at IEN, Romanian Academy, National Institute for Economic Research "Costin C. Kirițescu", by a PhD student at IEN) for publication in the Holistic Marketing Management Journal. He also suggested that:

- *The next research paper, entitled "The Effects of Industry 4.0 on e-commerce" (presented in November 2021 at IEN), to be published in the Romanian Distribution Committee Magazine;*
- *Considerations regarding the research paper entitled "The Effects of Industry 4.0 on e-commerce" (these considerations were presented on December 3, 2021 at IEN) to be published in the Holistic Marketing Management Journal;*
- *The next research papers, entitled "The Digital Transformation and e-commerce" (presented in June 2022 at IEN) and "Measuring the Impact of E-Commerce on the Economy" (presented in February 2023 at IEN) to be published in the Holistic Marketing Management Journal.*



Measuring the Impact of E-Commerce on the Economy

Ioan-Matei PURCĂREA

Abstract

There are two imperatives for e-commerce SMEs. First of all, to be aware of the importance of open innovation, reinventing oneself and participating in this innovation process located at the confluence between MMM e-commerce delivery model and the metaverse, emphasizing on immersion and integration in reality. Secondly, to increase, on this basis, its impact on the country's economy, e-commerce being an engine of the economic growth, inclusive trade and job creation, creating substantial economic value for both consumers and businesses and society at large across a range of dimensions, ensuring economic resilience, thereby making direct and indirect contributions to the good progress of the national economy.

Keywords: E-Commerce; Impact on the Economy; Open innovation; Marketplace Maturity Model; Metaverse-driven e-commerce

JEL Classification: D83; L81; L86; M15; M31; O32; O33



Măsurarea impactului e-commerce în economie Ioan-Matei PURCĂREA

CUPRINS

Introducere

Capitolul 1 *Ancorarea mai fermă a e-commerce în economie și societate. Sectorul comerțului digital a devenit indispensabil și foarte rezistent*

Capitolul 2 *Comerțul electronic, unul dintre indicatorii care ilustrează dimensiuni cheie ale societății informaționale europene*

Capitolul 3 *Comerțul electronic, motor al creșterii economice, al comerțului incluziv și al creării de locuri de muncă. Impactul macroeconomic al e-commerce pe piața unică digitală a Uniunii Europene. Efectul general pozitiv al e-commerce asupra economiei din perspectiva bunăstării sociale*

Capitolul 4 *Contribuții directe și indirecte ale comerțului electronic la mersul economiei. Schimbarea către digital și tendințele preconizate a domina comerțul electronic în următorii ani. Analiza pieței de comerț electronic din România în contextul UE-27*

Capitolul 5 *Politici UE și interne cu impact asupra comerțului electronic din România. Schimbări în comportamentul de consum. Tendințe specifice pe piața comerțului electronic de la noi*

Capitolul 6 *Piața de comerț electronic globală și piața comerțului electronic din România. Unele estimări comparabile*

Capitolul 7 *Provocări pentru comerțul electronic din România începând cu anul 2022. Factori determinanți ai creșterii pieței comerțului electronic și așteptări privind perioada 2022-2027. Evoluții privind efectuarea plăților online*

Concluzii: *La confluența dintre modelul pieței online ca viitor al comerțului electronic și comerțul electronic ca motor dominant al economiei metaversului*

Referințe bibliografice

5

