

THE SPECIFICS OF ONLINE BUSINESS

SPECIFICUL AFACERILOR ONLINE

TURTUREANU Serafima, studentă, Specialitatea: MKL

Academia de Studii Economice din Moldova

Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: turtureanu2000@mail.ru

Abstract. *Online business has grown this year, and is enjoying great success. Platforms such as Instagram, Facebook, more recently TikTok have become the main tools in its realization. Of course, the implementation of a business conducted on the Web has both advantages and disadvantages. The virtual market offers much more possibilities, if we know notions such as marketing/ promotion, analysis of factors, targets, etc., as well as knowledge of the stages of implementation (risk identification, design, implementation, business administration, identification of arguments for an e-business, market competition, etc)*

Keywords: *online business, marketing, services, analyze*

JEL CLASSIFICATION: A13

INTRODUCERE

Afacerea online sau e-business reprezintă orice tip de tranzacție comercială care include partajarea informațiilor pe internet. Comerțul constituie schimbul de produse și servicii între companii, grupuri și persoane și poate fi văzut ca una dintre activitățile esențiale ale oricărei afaceri. Afacerile derulate pe Web sunt asemănătoare afacerilor realizate într-o manieră tradițională: oferă posibilitatea de a vă prezenta potențialilor clienți sau parteneri, să afle cine sunteți, ce faceți, ce produse le puteți oferi și unde puteți fi găsiți.

CONȚINUT DE BAZĂ

Este foarte important în cazul în care dorim să deschidem o afacere online să cunoaștem, să ne documentăm și să fim pregătiți să ne întâlnim în cale cu diferite piedici. Obiectivele cercetării noastre sunt cunoașterea avantajelor și dezavantajelor acestui tip de afacere. În continuare vom prezenta *avantajele* unei afaceri online, care includ [1]:

- ***O piață mai mare de desfacere-*** este unul dintre cele mai mari avantaje atunci când ești prezent în mediul online, însemnând faptul că oricine, oriunde s-ar afla, poate să vadă produsele sau serviciile pe care le oferi, prin intermediul a 2-3 click-uri fără să fie limitat de un drum până la firma ta sau de un spațiu unde îți vei expune aceste produse;
- ***Cheltuieli mici-*** însemnând scăderea costurilor în procesul desfășurării activității firmei, în special ce țin de realizarea, procesarea, distribuirea, păstrarea și regăsirea informațiilor păstrate pe hârtie. În cazurile afacerilor online sunt folosite soluții informatice, automatizate, pentru aceste activități. O afacere online nu presupune plata unei chirii lunare și a unor utilități. În mare parte, cheltuielile pot fi programate, deoarece sunt sume fixe, considerabil mai mici decât o afacere normală. O afacere online poate fi demarată chiar și fără nici-un angajat, fără un sediu central, ci doar un spațiu de depozitare al produselor, care poate fi propria locuință;
- ***Comunicare ușoară*** prin mediul online fapt ce îți ușurează alegerile și care te ajută în același timp să îți alegi cele mai bune produse într-un timp foarte scurt. Fiecare produs are câte o descriere, tocmai pentru a-ți putea face o părere. Poți face comparații de preț, dar și de caracteristici între produse de pe alte site-uri, iar în final să scoți în evidență produsul potrivit nevoilor tale.

În același timp putem remarca și unele *dezavantaje* ale afacerii online [1]:

- ***Nu există un spațiu așezat central/strategic,*** spre deosebire de acele magazine fizice poziționate strategic în fața traficului intens care au un impact mai mare în fața publicului

- **Produsele nu pot fi văzute în realitate**, înainte de a fi comandate, produsele nu pot fi probate, nu sunt palpabile, iar acesta poate fi un dezavantaj major în special în afacerile ce se ocupa cu comercializarea articolelor vestimentare. Oamenii încă sunt reticenți la comenzile online, deoarece nu au întotdeauna încredere în mărimile trecute pe site, ori nu au încredere să își introducă sau să își facă vizibile datele personale pe internet;
- **Cheltuieli promoționale și logistice mai mari**, ce subînțelege că o afacere online are nevoie de o promovare atentă, deoarece competiția virtuală este tot mai mare. Din fericire, există o mulțime de strategii online de promovare, iar acest lucru este de ajutor pentru orice afacere. De asemenea, vorbim despre costuri și în ceea ce privește livrarea produselor. Acestea sunt mult mai mari spre deosebire de o afacere normală, acolo unde produsele sunt ridicate de către cumpărător.

Pentru a crea o afacere în mediul online, sunt necesari câțiva pași de efectuat. De fapt, etapele realizării afacerilor electronice sunt foarte similare celor realizării afacerilor tradiționale, și anume[4]:

1. Analiza afacerii electronice;
2. Argumente pentru o afacere electronică;
3. Identificarea riscurilor;
4. Proiectarea;
5. Realizarea;
6. Promovarea;
7. Administrarea afacerii.

Anul 2020 a adus o creștere neașteptată pentru industria eCommerce. Pandemia de COVID-19 a propulsat-o în topul industriilor profitabile. Numeroase companii fără activitate eCommerce până în primul trimestru al acestui an au deschis rapid variante digitale ale afacerilor lor.

La nivel global, se preconizează că industria afacerilor online va atinge 6,5 trilioane de dolari până în anul 2022, luând în considerație evoluția situației pandemice în lume, așa că este de așteptat ca aceasta cifră să crească. În acest context putem menționa că în Republica Moldova în anul 2020, industria comerțului online a avut o creștere de 38,4% [3].

În linii generale, perspectivele acestui domeniu sunt îmbucurătoare. Însă, dacă industria crește în ansamblul ei, aceasta nu înseamnă că este ușor să ai o cifră de afaceri mare în comerțul online. Dimpotrivă, atunci când o industrie crește, crește și concurența din interiorul ei. Pentru a funcționa în legalitate, orice magazin online trebuie să îndeplinească cel puțin câteva reguli:

- Să fie operat de o persoană juridică: firma (S.R.L, S.A, Î.I, etc), persoană fizică autorizată sau întreprindere individuală. Numele persoanei juridice și datele de identificare trebuie afișate obligatoriu pe site;
- Să existe link către ANPC (Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor) în magazinul online. Să respectați GDPR (General Data Protection Regulation);
- Este recomandat să fie adăugat în actul constitutiv al firmei codul CAEN – Comerț cu amănuntul prin intermediul caselor de comenzi sau prin internet.

În același timp putem menționa că ceea ce privește latura mai experimentală, comerțul cu amănuntul se află în avangarda implementării tehnicilor wireless, în scopul îndeplinirii obiectivelor strategice de ansamblu. Soluțiile wireless, pentru punctele de vânzare, sunt deja folosite de 17% din comercianții cu amănuntul din România, în timp ce 38% dintre comercianții abia intenționează să implementeze tehnologii wireless pentru punctele de vânzare în următorii doi ani. Soluțiile concrete pentru dezvoltarea comerțului electronic inclusiv în Republica Moldova includ[5]:

- Rețele Intranet și portaluri de instruire electronică ;
- Dispozitive Web pentru magazine sau chioșcuri de înaltă tehnologie care pot asigura puncte suplimentare de contact cu clienții, precum și o mai bună instruire a angajaților și a traficului între site și parteneri;
- Aplicații wireless pentru punctele de vânzare și consumatori;
- Comunicații în rețea cu partenerii din lanțul de aprovizionare.

Este evident că soluțiile de comerț electronic oferă o gamă largă de avantaje companiilor de orice mărime, care sunt:

- **Venituri mai mari**- astfel încât comerțul electronic dă posibilitatea de diversificare a fluxurilor de venit prin includerea de noi produse și servicii Web. Aceste surse suplimentare de venituri pot include taxele de publicitate pentru reclamele publicate în paginile online și/sau veniturile din asocieri generate de noile alianțe;
- **Lărgirea piețelor**- comerțul electronic poate ajuta să se vândă produsele și serviciile și să se facă cunoscute numele și mărcile, dincolo de limitele pieței actuale ale companiei, la un cost mai redus decât în cazul altor alternative tradiționale, cum ar fi construirea de noi magazine sau lansarea de campanii publicitare;
- **Accesul la informații despre clienți**- comerțul electronic oferă informații importante privind comportamentul de cumpărare al clienților. Managerii pot folosi aceste date pentru a stabili și păstra relații solide cu toți clienții, fapt care conduce la un avantaj esențial în competiție și o mai mare fidelitate a clienților;
- **Costuri reduse**- comerțul electronic mărește volumul activității de vânzări și eficientizează fluxul de informații între departamentele companiei. Această funcționalitate poate ajuta să crească eficiența și productivitatea reprezentanților de vânzări și a personalului de asistență.
- **Crearea de valoare**- în mediul actual de afaceri electronice pentru clienți, parteneri, acționari și rezultatul final îmbracă mai multe forme.

Un domeniu esențial în momentul de față pentru companii este, în opinia lui Ed Jimenez, creator de strategii în cadrul Grupului Cisco de Soluții pentru Afaceri prin Internet (Internet Business Solutions Group – IBSG), instruirea electronică la cerere, care poate genera o valoare semnificativă pe termen scurt prin îmbunătățirea administrării deplasărilor și cheltuielilor, stimularea productivității magazinelor și posibilitatea angajaților de a petrece mai mult timp cu clienții și mai puțin cu întocmirea de documente.

CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI

Suntem cu toții de acord că distanțarea fizică și socială este necesară și imperativă pentru sănătatea întregii comunități. Trebuie să recunoaștem și faptul că această măsură are un efect negativ și asupra mediului de business, devastator pe alocuri, manifestat asupra multor afaceri care se bazează pe interacțiunea cu publicul pentru a-și desfășura activitatea. De la hoteluri la restaurante, de la mici buticuri de haine și cadouri, la florării, saloane de înfrumusețare și servicii de curățătorie etc, companiile au fost nevoite să-și amâne strategiile pe care se bazează în mod obișnuit și să găsească, contra-cronometru, noi soluții de supraviețuire. Principala concluzie la care am ajuns în urma micii noastre investigații poate fi sintetizată într-un singur cuvânt cheie: *flexibilitate*. În vremuri total opuse cu ceea ce cunoaștem ca fiind ”business as usual”, afacerile care reușesc în această perioadă să-și mențină clienții, veniturile și angajații, dau dovadă de multă flexibilitate și creativitate în strategia lor comercială și de distribuție.

Exemple ce pot fi înscrise în această categorie sunt foarte multe, ele subliniind importanța deschiderii oricărui business către zona online: acest canal nu doar te poate ajuta să rămâi în contact cu clienții tăi și să minimizezi pierderile, ci, chiar mai mult, îți poate oferi posibilitatea de a atrage clienți noi din zone geografice pe care, în cazul unui magazin fizic, nu ai fi avut cum să îi atragi. Internetul a fost creat pentru comunicare, încă de la început și nimeni nu a știut că va evolua în acest mod. Internetul a apărut ca o soluție la problema oamenilor de știință, de a comunica și de a pune în comun resurse hard și soft, iar astăzi nu mai putem vorbi doar de comunicare, ci și de comerț, publicitate, stocare, informare etc.

De la bun început, rețeaua de internet s-a extins datorită conceptului de sistem deschis care stă la baza ei. Odată cu extinderea rețelei și a creșterii posibilității de acces din ce în ce mai multor oameni la resursele acesteia, comunitatea de afaceri internațională a descoperit că Internetul poate fi un alt mediu de dezvoltare a relațiilor comerciale. Internetul a devenit așadar, în ultimii ani, o importantă unealtă a marketingului modern, și, practic, o componentă nelipsită din orice campanie promoțională.

Afacerile online sunt de mare viitor și deja sunt foarte răspândite. Din ce în ce mai multe firme fac comerț electronic, oferă diferite servicii sau fac publicitate online altor firme. Oricine are șansa să câștige bani, dacă are acces la Internet și vrea să deschidă o afacere online, având acces la diferite platforme online gratuite sau contracost. Astăzi putem ușor găsi modele de afaceri online din diverse domenii de activitate economică, în cazul în care vrem să dezvoltăm și noi o afacere similară.

Piața virtuală este clar viitorul și este de la un an la altul într-o creștere accelerată. Cu toate acestea, dacă vrei să-ți deschizi o afacere online, este absolut necesar în primul rând să înțelegi și dezavantajele pe care le ai în cazul acestui tip de afacere, nu doar avantajele! Dacă vrei să lansezi cu o afacere online, trebuie să fii pregătit să investești în promovare și să studiezi cât mai mult nu doar cum funcționează această afacere în sine, dar care sunt principiile de lucru în spațiul virtual. Iar acum cum suntem în perioada pandemiei, acest tip de afacere este chiar o necesitate!

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. <https://ideideafaceri.manager.ro/articole/afaceri-online-23/afacere-online-avantaje-si-dezavantaje-19245.html/> accesat 09.04.21
2. <https://www.gomag.ro/blog/cum-imi-fac-un-magazin-online/> accesat pe 10.04.21
3. <https://www.merchantpro.ro/blog/marketing/viitorul-ecommerce-6-trenduri-pentru-2021-pentru-care-sa-te-pregatesti/> accesat pe 10.04.21
4. https://www.academia.edu/8500843/Afaceri_electronice/ accesat pe 11.04.21
5. https://www.utgjiu.ro/revista/ec/pdf/2007-01/88_Bogdanoiu%20Cristiana%20-%20Luminita.pdf/ accesat pe 12.04.21

Coordonator științific: SAHARNEAN Liliana, lect. univ.
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: saharnean.liliana@ase.md