

**IMPACTUL DIGITALIZĂRII ASUPRA COMPANIILOR CE VÂND  
PRODUSE PRIN MEDIUL ONLINE**  
***THE IMPACT OF DIGITIZATION ON COMPANIES THAT SELL PRODUCTS  
ONLINE***

**SAJIN Vlada, studenta, Specialitatea: MKL,  
SAJIN Andreea, studenta, Specialitatea: MKL,  
ȚVIGUN Ionela, studenta, Specialitatea: MKL,**

Academia de Studii Economice din Moldova,  
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, [www.ase.md](http://www.ase.md)

e-mail: [sajin.vlada@ase.md](mailto:sajin.vlada@ase.md),

[sajin.andreea@ase.md](mailto:sajin.andreea@ase.md),

[tvigun.ionela@ase.md](mailto:tvigun.ionela@ase.md)

**Abstract.** *Digitalization has revolutionized online sales, making it easier and more efficient for businesses to reach their target customers. With the rise of e-commerce platforms, businesses can now sell their products and services to customers around the world, without the need for a physical store. This has opened up new opportunities for small and large businesses alike, enabling them to expand their reach and increase their sales. Digitization is essential for the future of companies, as it allows them to streamline their internal processes, optimize their costs and expand their sphere of influence and market coverage.*

**Key word:** *Digitalization, online sales, businesses, customers, positive and negative aspects*

**JEL CLASSIFICATION:** M31, M37, M39

### **INTRODUCERE**

În zilele de azi, mediul online a devenit una din principalele metode de a vinde ușor orice produs. Vânzările în mediul online au devenit virale datorită creșterii constante a numărului de utilizatori de internet și a popularității magazinelor online. În ultimii ani, vânzările online au depășit cu mult vânzările tradiționale, iar acest trend continuă să crească.

**Scopul și obiectivele cercetării.** În ultimii ani, digitalizarea a schimbat foarte mult viziunea business-urilor și traseul pe care îl avea marketing-ul în viața unei afaceri. Datorită accesibilității sale și a costurilor relative reduse, companiile au apelat din ce în ce mai mult la folosirea mediului online, în defavoarea mijloacelor mass-media tradiționale. Astfel, eforturile pentru marketing-ul online au fost duse la un complet alt nivel.

### **CONȚINUTUL DE BAZĂ**

Unul dintre motivele pentru care vânzările online au devenit virale este accesibilitatea. Prin intermediul magazinelor online, clienții pot face cumpărături de oriunde, la orice oră, fără a fi nevoie să se deplaseze la un magazin fizic. Acest lucru este foarte convenabil pentru consumatori, în special pentru cei care au program încărcat sau care locuiesc în zone îndepă. În plus vânzările online sunt mai ieftine de cât cele tradiționale, deoarece magazinele online pot reduce costurile de operare cum ar fi, chiriile și salariile angajaților și pot oferi prețuri mai mici pentru produsele lor. Un alt motiv pentru care vânzările online au devenit virale este ușurința cu care clienții pot face cumpărături. Magazinele online oferă o experiență de cumpărare simplă și rapidă, de a le cumpăra în doar câteva clicuri.

Transformarea digitală este imperativă pentru toate organizațiile, de la întreprinderile mici la mari. Digitalizarea se referă la procesul prin care companiile și organizațiile își transformă operațiunile și procesele tradiționale într-un format digital, folosind tehnologia și soluțiile digitale pentru a îmbunătăți productivitatea, eficiența și performanța. Impactul digitalizării a început să fie tot mai evident în ultimile decenii, odată cu dezvoltarea tehnologiei și a internetului.[1] De exemplu, digitalizarea a avut un impact major asupra industriei de retail, unde companiile au început să își dezvolte magazinele online și să-și optimizeze procesele de vânzare și administrare a stocurilor. În același timp digitalizarea a transformat și industria bancară, prin dezvoltarea serviciilor bancare online și a soluțiilor de plată electronice. În general, digitalizarea a devenit o necesitate pentru companii indiferent de industria în care activează, deoarece le permite să își îndeplinească eficiența și să rămână competitive pe o piață în continuă schimbare și evoluție. Digitalizarea este esențială pentru companiile care vând online, deoarece le permite să își optimizeze operațiunile și să își îmbunătățească performanța într-un mediu în continuă schimbare și evoluție.[2] Iată câteva dintre beneficiile pe care digitalizarea le aduce companiilor care vând online:

1. *Accesibilitatea*: prin intermediul magazinelor online, companiile pot ajunge la un număr mai mare de clienți, indiferent de locație sau oră.
2. *Eficiența*: digitalizarea proceselor de vânzare și administrare a stocurilor poate reduce timpul și costurile implicate în gestionarea operațiunilor de afaceri.
3. *Personalizarea*: prin utilizarea datelor și a analizelor, companiile pot oferi produse și servicii personalizate pentru a răspunde nevoilor și preferințelor clienților.
4. *Creșterea vânzărilor*: digitalizarea poate ajuta companiile să își optimizeze strategiile de marketing și să își îmbunătățească prezența online, ceea ce poate duce la creșterea vânzărilor.
5. *Competitivitatea*: companiile care adoptă digitalizarea sunt mai susceptibile să rămână competitive pe o piață în continuă schimbare și să își asigure succesul pe termen lung.[3]

În ciuda multor avantaje ale digitalizării, există și câteva impacturi negative pentru companiile care vând online. Iată câteva dintre acestea:

- *Creșterea concurenței*: Digitalizarea a făcut ca piața să fie mai accesibilă pentru noi jucători, ceea ce a dus la creșterea concurenței. Companiile trebuie să se lupte cu o mulțime de concurenți pentru a atrage și a reține clienții.
- *Dependenta de tehnologie*: Companiile care vând online sunt dependente de tehnologie și de infrastructura digitală. O problemă cu serverele sau cu conexiunea la internet poate duce la pierderi financiare semnificative.
- *Securitatea datelor*: Companiile care vând online trebuie să gestioneze datele personale ale clienților, ceea ce poate fi o problemă de securitate. Un atac cibernetic sau o încălcare a securității datelor ar putea afecta reputația companiei și ar putea duce la pierderi financiare.
- *Costuri ridicate*: Digitalizarea necesită investiții semnificative în tehnologie și infrastructură. Companiile trebuie să aloce resurse financiare semnificative pentru a-și dezvolta și menține platformele online.
- *Lipsa interacțiunii umane*: Vânzarea online poate duce la o lipsă de interacțiune umană, ceea ce poate afecta relația cu clienții. Companiile trebuie să găsească modalități de a menține o conexiune umană cu clienții lor, chiar și în mediul digital.

Impactul digitalizării asupra companiilor care vând produse prin intermediul online a fost semnificativ. Aceste companii pot ajunge la o audiență mult mai mare și pot oferi o experiență mult mai bună pentru clienți. De asemenea, digitalizarea poate reduce costurile operaționale și poate îmbunătăți eficiența. Cu cât mai multe companii își desfășoară activitățile prin intermediul online, cu atât mai multă concurență există pe acest sector și, prin urmare, este necesar să se acorde o atenție deosebită marketingului și dezvoltării produselor pentru a rămâne în top. De asemenea, digitalizarea a permis companiilor să colecteze și să analizeze datele clienților în timp real, ceea ce le permite să ia decizii mai bune și să ofere produse și servicii personalizate. Digitalizarea a avut un impact destul

de major pentru o mulțime de companii care au decis să folosească mediul online și să vândă prin această metodă. Cele mai vestite platforme prin care poți vinde la momentul de față sunt Instagram, TikTok, Amazon, Ebay, Etsy, Shopify și Aliexpress.[4] Foarte mult depinde de modul pe care îl abordezi atunci când vrei să vinzi acest produs și cât de bine va arăta ambalajul acestuia. Unele exemple de companii care au crescut profiturile datorită digitalizării sunt:

- *Amazon* este unul dintre cele mai cunoscute exemple de companii care au beneficiat enorm de pe urma digitalizării. Compania a început ca un magazin online de cărți și a evoluat într-un gigant al comerțului electronic care vinde aproape orice, de la electronice la produse alimentare și servicii de streaming video.
- *Netflix* este o companie de divertisment care a revoluționat modul în care oamenii urmăresc filme și seriale TV. Cu ajutorul tehnologiei digitale, compania a creat o platformă de streaming video care permite utilizatorilor să vizioneze conținut oriunde și oricând doresc.
- *Uber* este o companie de ride-sharing care a schimbat modul în care oamenii călătoresc. Cu ajutorul aplicației sale mobile, compania permite utilizatorilor să solicite o mașină și să efectueze plăți digitale, fără a fi nevoie să utilizeze numerar sau carduri de credit.
- *Tesla* este un producător de automobile electrice care a redefinit industria auto prin utilizarea tehnologiei digitale și a inteligenței artificiale în designul și fabricarea vehiculelor sale. Compania a devenit una dintre cele mai valoroase din lume datorită inovației sale în domeniul automobilelor electrice.
- *Apple* este o companie de tehnologie care a revoluționat modul în care oamenii comunică și utilizează dispozitivele mobile. Cu ajutorul inovațiilor sale digitale, cum ar fi iPhone și iPad, compania a creat o piață globală pentru aplicații mobile și conținut digital.

Există mai multe companii din Moldova care și-au dezvoltat vânzările prin intermediul mediului online. Iată câteva exemple: Linella - este o rețea de magazine din Moldova care a început să-și dezvolte activitatea în mediul online prin intermediul platformei lor de comerț electronic. Au lansat, de asemenea, o aplicație mobilă, ceea ce le-a permis să ajungă la o audiență mai largă de clienți și să-și mărească vânzările. Velmart - este un alt magazin online din Moldova, care oferă o gamă largă de produse de la produse alimentare până la electronice. Acesta a devenit o destinație populară de cumpărături online pentru consumatorii din Moldova, datorită prețurilor competitive și a unei game variate de produse. iTehnologia - este un magazin online specializat în electronice, care a reușit să-și crească vânzările semnificativ prin intermediul platformei lor de comerț electronic. Aceasta oferă clienților săi un serviciu de calitate, rapid și un suport tehnic profesionist. Moldcell - este una dintre cele mai mari companii de telecomunicații din Moldova, care și-a dezvoltat vânzările prin intermediul magazinului lor online. Aceasta oferă clienților săi o gamă largă de produse și servicii, cum ar fi telefoane mobile, abonamente și cartele preplătite.

Digitalizarea companiilor are un impact major asupra comportamentului consumatorului, deoarece le oferă consumatorilor mai multă accesibilitate și comoditate în procesul de achiziție și interacțiune cu brandurile lor preferate. Digitalizarea companiilor a făcut ca cumpărăturile online să fie mai ușoare și mai accesibile pentru consumatori. Aceștia pot cumpăra produse și servicii de oriunde și oricând, fără a fi nevoie să viziteze fizic magazinele sau să se plimbe prin oraș. Prin utilizarea datelor de comportament și preferințe ale consumatorilor, companiile pot crea reclame personalizate și relevante, care atrag atenția consumatorilor și îi fac să se simtă valorizați. Companiile pot oferi acum servicii de suport online, precum chatbot-uri, asistență online sau suport prin e-mail, care permit consumatorilor să obțină ajutor în orice moment, fără a fi nevoie să se deplaseze fizic în magazine sau să aștepte la telefon pentru a vorbi cu un reprezentant al companiei. Consumatorii pot acum să furnizeze feedback și recenzii despre produsele și serviciile companiilor prin intermediul platformelor digitale, precum site-uri de revizuire și rețele sociale. Acest lucru îi ajută pe alți consumatori să ia decizii mai informate și îi încurajează pe companii să ofere produse și servicii de mai bună calitate pentru a obține recenzii pozitive.

## **CONCLUZII/RECOMANDĂRI**

Digitalizarea companiilor are un impact semnificativ asupra comportamentului consumatorului, oferindu-le acestora mai mult acces și comoditate în procesul de achiziție și interacțiune cu brandurile lor preferate. Achizițiile online, reclamele personalizate, serviciile de suport online, feedback-ul și recenziile, toate sunt exemple ale modului în care digitalizarea a schimbat comportamentul consumatorilor. Consumatorii pot acum face cumpărături de oriunde și oricând, pot obține ajutor în orice moment, pot furniza feedback și recenzii pentru produse și servicii și pot interacționa cu brandurile lor preferate prin intermediul platformelor digitale. În plus, digitalizarea a creat o piață globală pentru aplicații mobile și conținut digital. În general, digitalizarea a făcut ca interacțiunea dintre companii și consumatori să fie mai ușoară, mai rapidă și mai convenabilă, ceea ce a dus la creșterea nivelului de satisfacție a consumatorilor și la dezvoltarea unor relații mai puternice între aceștia și brandurile lor preferate. Prin urmare, digitalizarea continuă să joace un rol important în evoluția comportamentului consumatorului și în îmbunătățirea experienței acestora cu brandurile.

## **BIBLIOGRAFIE**

1. Digitalizarea – o necesitate pentru a rămâne competitivi pe termen lung. Disponibil la: <https://ro.linkedin.com/pulse/digitalizarea-o-necesitate-pentru-r%C4%83m%C3%A2ne-competitivi-pe-luchici> Accesat la 22.03.2023
2. Magazinul online, principala formă de digitalizare, Disponibil la: <https://www.blugento.ro/blog/magazinul-online-principala-form-de-digitalizare-a-imm-urilor> Accesat la 22.03.2023
3. De ce ar trebui să fii digital?, Disponibil la : <https://fii.digital/despre-noi/> Accesat la 23.03.2023
4. Wall-street, TOP 5: companiile cu cele mai mari vanzari in online

**Coordonator științific: CRISTAFOVICI Profira, conf. univ., dr.**  
Academia de Studii Economice din Moldova,  
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, [www.ase.md](http://www.ase.md)  
e-mail:[cristafovici.profira@ase.md](mailto:cristafovici.profira@ase.md)