

E-COMMERCE ENTREPRENEURIAL OPPORTUNITIES

“OPORTUNITĂȚI ANTREPRENORIALE ÎN MEDIUL VIRTUAL”

FRUNCEAC Alexandra, studentă, specialitatea: BA

Academia de Studii Economice din Moldova,
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: frunceac.alexandra@ase.md

BODORIN Jaclin, studentă, specialitatea: BA

Academia de Studii Economice din Moldova,
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: bodorin.jaclin@ase.md

Abstract: This paper explores virtual entrepreneurship and e-commerce in the digital age. It traces the evolution of e-commerce from its inception to its current significance, emphasizing the profound impact of technology on entrepreneurship. It discusses key entrepreneurial opportunities in the virtual realm and presents case studies illustrating successful virtual ventures. The conclusion highlights future prospects, including the integration of emerging technologies and the reshaping of the gig economy, indicating a shift towards a dynamic and interconnected business landscape.

Cuvinte cheie: Virtual entrepreneurship, e-commerce, digital technology, evolution, impact, opportunities, case studies, future prospects, emerging technologies, gig economy.

JEL CLASSIFICATION: L81, M13, O32, O33, L86, M15

INTRODUCERE

1. Definirea conceptelor cheie: antreprenoriat virtual și e-commerce

În viața cotidiană, internetul a devenit un element de bază pentru fiecare din noi, de asemenea el reprezintă și un generator de idei pentru a începe un start-up în mediul virtual, cât și posibilități de a dezvolta o întreprindere virtuală deja existentă.

Antreprenoriatul digital constituie inițierea și dezvoltarea afacerilor prin utilizarea tehnologiilor digitale pentru a produce valoare economică sau socială. Întreprinderile date se disting prin folosirea intensivă a tehnologiilor avansate, printre care se enumeră: rețelele de socializare, analiza de date mari, tehnologiile mobile și soluții cloud. Acestea au drept scop optimizarea operațiunilor efectuate, inova modele de afaceri, analiza informațiilor de business. [1]

Utilizând internetul pe o scară largă, întreprinderile au descoperit oportunitățile de a-și prezenta produsele și serviciile prestate către un public mult mai vast. De aici și apare conceptul de "E-commerce" [2], ceea ce reprezintă desfășurarea activităților comerciale în mediul electronic. E-commerce poate include tranzacții între companii (B2B), între companii și consumatori (B2C), sau între consumatori (C2C). Acest tip de comerț are loc pe o platformă digital, spre deosebire de metodele tradiționale de retail, incluzând metodele de plată online și strategiile de marketing digital.

2. Importanța mediului virtual pentru antreprenoriat în era digitală

În era digitală, internetul oferă o gamă variată de oportunități pentru antreprenori pentru a se lansa într-o afacere sau de a îmbunătăți caracteristicile celor existente. Mediul online oferă antreprenorilor posibilitatea de a accesa informații statistice, facilitând astfel o înțelegere mai profundă a necesităților și preferințelor clienților. Astfel, datorită dezvoltării tehnologice, se reduc din costurile de inițiere și operare, oferind astfel avantajul de a realoca resurse financiare către alte domenii ale antreprenoriatului virtual, precum marketingul digital.

Chiar dacă lumea E-commerce oferă o gamă variată de oportunități pentru antreprenori și consumatori, există și o serie de riscuri pentru aceștia în era digitală. Consumatorii se pot confrunta cu fraudele și escrocheriile online care vizează furtul de informații personale și financiare. Vorbind de furtul de informații, se atestă des probleme de securitatea datelor cu caracter personal, acestea sunt cauza lipsei de investiție în tehnologiile de securitate a platformelor E-commerce. Între timp, pentru antreprenori una dintre problemele de bază este gestionarea lanțului de aprovizionare și relațiile cu furnizorii, întrucât perturbările în lanțul de aprovizionare pot avea impact semnificativ asupra operațiunilor zilnice.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

1. Scurt istoric al comerțului electronic

Comerțul electronic sau E-commerce a evoluat considerabil chiar din primele sale zile și a jucat un rol esențial până în perioada actuală. Acum acesta reprezintă unul dintre cele mai puternice și dinamice sectoare ale economiei globale, oferind atât companiilor mici și mijlocii, cât și celor mari de a se dezvolta continuu prin oportunitățile care le oferă mediul virtual.

Evoluția comerțului electronic se poate urmări pe parcursul următorilor ani: [3]

1969: Compuserve, primul serviciu online, deschide calea tranzacțiilor digitale.

1979: Michael Aldrich efectuează prima tranzacție electronică, punând bazele comerțului electronic.

1982: Se lansează Boston Computer Exchange, prima companie de E-commerce.

1991: Invenția World Wide Web-ului extinde comerțul electronic global.

1992: Primul site de E-commerce, Book Stacks Unlimited, începe vânzările online.

1994: Netscape Navigator, facilitând accesul la internet și magazine online.

1995: eBay și Amazon, stabilind standardele pentru comerțul electronic.

1998: Paypal revoluționează plățile online.

1999: Alibaba extinde comerțul electronic în Asia.

2000: Google Adwords începe era marketingului digital.

Felicia Jereghi, Managing Director la Indigo Grup menționa că piața de E-commerce "se estimează la aproximativ 320 milioane de euro pe an" iar cercetările recente au arătat că există premise ca în următorii trei ani această cifră să crească de cinci ori doar din contul consumului intern. [8]

La nivel global printre liderul de top pe piața E-commerce se clasifică Statele Unite cu o rată de creștere anuală compusă de 11,8%, evaluandu-se în prezent la 843 de miliarde de dolari SUA. [9]

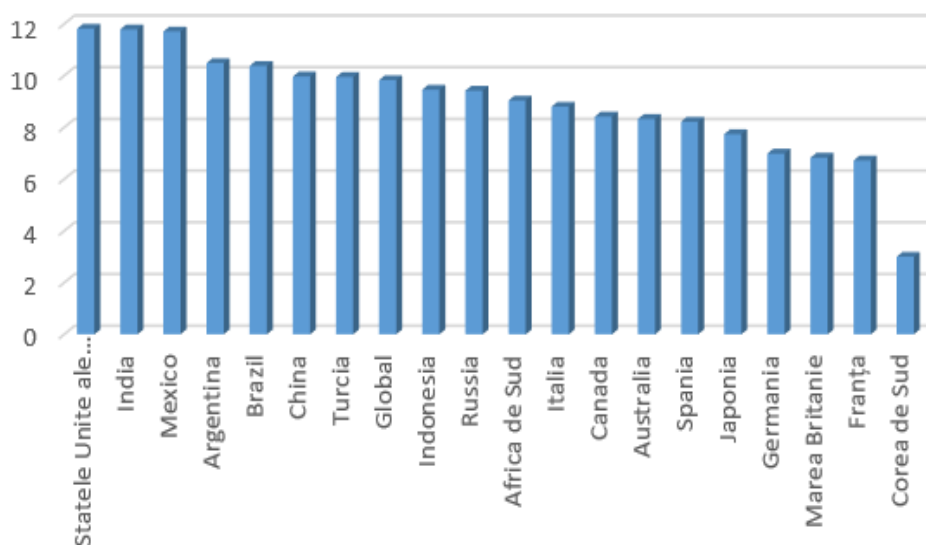


Figura 1. Rata de creștere anuală compusă a vânzărilor de comerț electronic cu amanuntul (CAGR) din 2024 până în 2028, în funcție de țară

Sursa: <https://www.statista.com/forecasts/220177/b2c-e-commerce-sales-cagr-forecast-for-selected-countries>

2. Impactul tehnologiei și al internetului asupra antreprenoriatului

Evoluția antreprenoriatului s-a datorat în mare parte tehnologiilor informaționale și a internetului. Acestea au scăzut considerabil costurile substanțiale. O evoluție determinată de avansul tehnologiilor este digitalizarea proceselor, care a redus în mod eficient riscurile asociate cu erorile umane. În plus, accesul facil la date și analize detaliate oferite de tehnologiile digitale permite antreprenorilor să ia decizii informate, să personalizeze ofertele pentru clienți și să optimizeze strategiile de marketing.

3. Oportunități antreprenoriale principale în mediul virtual

Crearea și gestionarea unui magazin online. Implementarea magazinelor online reprezintă o metodă eficientă de a accesa piețele globale. Principalele tehnologii CMS, cum ar fi Shopify și WooCommerce, permit personalizarea extinsă și gestionarea eficientă a inventarului și a proceselor de vânzare.

Științific vorbind, crearea și gestionarea unui magazin online se bazează pe principiile colaborării în masă și ale economiei deschise, care permit implicarea activă a consumatorilor și partenerilor în procesul de dezvoltare a produselor și serviciilor. Prin adoptarea unui model de inovație deschisă, magazinele online pot accesa o gamă mai largă de idei și soluții, îmbunătățind oferta și adaptabilitatea pe piață. Co-crearea cu clienții și partenerii transformă procesul de design, oferind produse mai aliniate la nevoile și dorințele consumatorilor. Tehnologiile de colaborare, inclusiv platformele de social media și sistemele de gestionare a conținutului, devin instrumente cheie în promovarea transparenței și în construirea unei relații de încredere cu clienții. Această abordare favorizează un dialog deschis și continuu cu utilizatorii, esențial pentru inovație și succesul pe termen lung al magazinelor online. [5]

Servicii digitale și consultanță. Serviciile digitale și consultanța optimizează prezența online și operațiunile prin tehnologie. Analiza predictivă și inteligența artificială anticipează tendințele și comportamentul consumatorilor, fundamentând deciziile strategice. Transformarea digitală impune consultanța pentru navigarea în complexitatea tehnologică și exploatarea oportunităților. Strategiile bazate pe date oferă avantaj competitiv, facilitând adaptarea la schimbări de piață. Cercetarea și inovația continuă susțin eficiența operațională și îmbunătățirea experienței clienților.

Crearea de conținut și monetizarea acestuia. Monetizarea conținutului utilizează canale precum publicitatea online și abonamentele. Colaborarea în masă și economia deschisă sprijină crearea și distribuția de conținut digital. Strategiile de monetizare se adaptează la preferințele consumatorilor și la dinamica pieței. Analiza datelor și feedback-ul utilizatorilor direcționează optimizarea conținutului. Diversificarea surselor de venit asigură sustenabilitatea financiară a creatorilor.

Platforme de freelancing și economia gig. Economia gig și platformele de freelancing modifică structura pieței muncii, permițând flexibilitate și acces la resurse umane la nivel global. Tranziția spre o economie bazată pe partajare evidențiază rolul tehnologiei în acest schimb. Platformele facilitează conexiuni între profesioniști independenți și clienți, sprijinind schimbul de servicii. Evaluările și recenziile oferă un cadru de încredere și calitate. Diversificarea proiectelor și flexibilitatea în alegerea sarcinilor caracterizează experiența lucrătorilor în economia gig. [5]

Tehnologii emergente (AI, AR/VR etc.). Tehnologiile emergente precum AI, AR și VR extind limitele pentru produse și servicii noi. AI optimizează deciziile și procesele, AR și VR îmbunătățesc experiențele utilizatorilor. Aceste tehnologii contribuie la soluții personalizate și interactive. Integrarea în diferite domenii, de la sănătate la educație și divertisment, ilustrează aplicabilitatea largă. Inovația continuă stimulează dezvoltarea economică și tehnologică.

4. Studii de caz în baza a două companii

Compania YARDSTUDIO SRL, activă în domeniul marketingului digital și al dezvoltării web, își maximizează oportunitățile antreprenoriale online prin utilizarea platformelor inovatoare

precum Shopify și Tilda pentru crearea de site-uri web, prin crearea unor automatizări, precum chatbots, și prin furnizarea de servicii suplimentare, cum ar fi consultanță în marketing digital, design grafic și dezvoltare web avansată, optimizare a experienței utilizatorului (UX), implementare de strategii de conversie, analiză și raportare, precum și suport și întreținere tehnică pentru afaceri atât locale, cât și internaționale. Această strategie le permite să ofere soluții personalizate și eficiente clienților, îmbunătățind simultan vizibilitatea online și experiența utilizatorului/clientului. Cu un portofoliu considerabil și abordare orientată către nevoile clienților, YARDSTUDIO își consolidează poziția pe piață și atrage un spectru larg de clienți, stimulând creșterea într-un mediu digital competitiv.

YARDSTUDIO valorifică oportunitățile antreprenoriale online, oferind servicii digitale și consultanță specializată. În plus, compania facilitează afacerile existente să adopte mai bine mediul online și să-și mărească vânzările pe internet.

XY Incubator SRL ajută afacerile e-commerce, cât și startup-urile prin mentorat și suport operațional, transformând ideile de afaceri, cât și afacerile bine stabilite pe piață în produse competitive pe piața locală și internațională. Ce ține de afacerile e-commerce, XY susține oportunitățile virtuale pentru afaceri prin programul "XY E-Commerce Incubator III: Marketing Booster". Acest program intensiv de incubare este destinat afacerilor online, oferindu-le acces la mentorat, workshop-uri și asistență personalizată pentru implementarea a două campanii online pentru Black Friday sau Christmas ceea ce implică strategii de marketing eficiente, scrierea textelor, crearea conținutului foto/video și pentru crearea propriului magazin online pe Shopify. Mentorii, cu experiență vastă în e-commerce și marketing digital, se angajează să colaboreze îndeaproape cu participanții/afacerile locale pentru a maximiza potențialul de creștere a vânzărilor online. [4]

YARDSTUDIO SRL se axează pe furnizarea de servicii digitale și consultanță în marketingul digital și dezvoltarea web, în timp ce XY Incubator SRL oferă programe de mentorat și susținere pentru afacerile e-commerce și startup-uri. Astfel, cele două companii aduc contribuții distincte în antreprenoriatul online, fiecare cu propriile lor obiective și specializări.

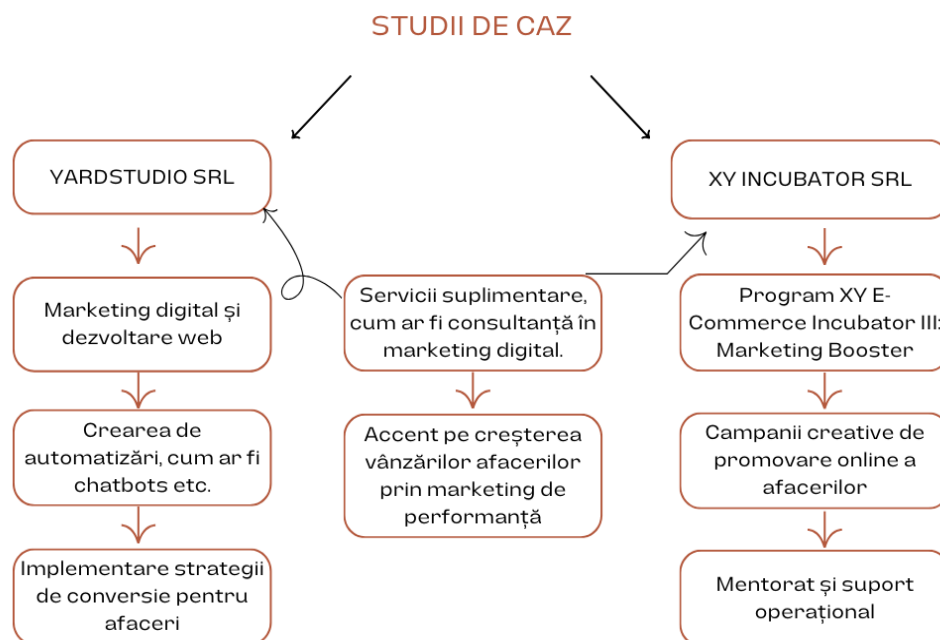


Figura 2. Reprezentare schematică a studiilor de caz

Sursa: Alexandra Frunceac și Jaclin Bodorin

CONCLUZII/RECOMANDĂRI

Companiile analizate reprezintă un exemplu valoros pentru agenții economici care doresc să-și dezvolte competitivitatea pe piață și, totodată, să impacteze și să contribuie la creșterea sectorului de e-commerce. Antreprenoriatul virtual oferă acces ușor la piețele globale și permite o personalizare aprofundată a serviciilor și produselor, datorită utilizării intensive a datelor și analizelor. Provocările includ securitatea datelor, adaptarea la inovațiile tehnologice rapide și gestionarea unei concurențe acerbe online. [7]

În contextul studiului, recomandăm consolidarea instruirilor în domeniul e-commerce, cultura acestuia, precum și a riscurilor și legislației asociate, în cadrul instituțiilor de învățământ. Este esențial ca agenții economici să prioritizeze securitatea datelor prin tehnologii avansate și să adopte rapid noile tehnologii emergente, cum ar fi inteligența artificială, realitatea augmentată și virtuală, pentru a îmbunătăți experiența clienților și eficiența operațională. De asemenea, exploatarea oportunităților oferite de economia gig și integrarea platformelor de freelancing pot oferi acces la talente la nivel global, sprijinind astfel flexibilitatea și creșterea afacerilor în mediul digital.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE

1. Digital Entrepreneurship: Research and practice: https://www.researchgate.net/publication/309242001_Digital_Entrepreneurship_Research_and_Practice
2. The Future of E-commerce: https://www.researchgate.net/publication/377411805_The_Future_of_E-Commerce
3. The History and Evolution of E-commerce: <https://translatebyhumans.com/blog/history-and-evolution-of-ecommerce/#:~:text=1979%3A%20Michael%20Aldrich%20invents%20electronic,Book%20Stacks%20Unlimited%20is%20launched.>
4. XY, incubatorul de afaceri: <https://xy.md/programs/e-commerce-incubator-3>
5. BRYNJOLFSSON E., MCAFEE E. & A., *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*, W.W. Norton & Company, 2014, 336 p., ISBN: 978-0-393-35064-7
Disponibil la:
https://www.academia.edu/6595820/Erik_Brynjolfsson_and_Andrew_McAfee_The_Second_Machine_Age_Work_Progress_and_Prosperty_in_a_Time_of_Brilliant_Technologies_review
6. RIES E., *The lean startup*, Publica, 2011, 336 p., ISBN: 978-606-8360-69-0
Disponibil la:
https://www.google.md/books/edition/The_Lean_Startup/p4LPEAAAQBAJ?hl=ro&gbpv=1&printsec=frontcover
7. How E-commerce fits into Retail's Post-Pandemic Future: <https://hbr.org/2021/05/how-e-commerce-fits-into-retails-post-pandemic-future>
8. Portalul avocaturii de afaceri din Moldova <https://www.bizlaw.md/piata-de-comert-electronic-din-republica-moldova-a-ajuns-la-320-milioane-de-euro-pe-an-cu-cat-se-crede-ca-va-creste-in-urmatorii-ani>

Coordonator științific: ȚURCANU Gheorghe, dr. conf. univ.

Academia de Studii Economice din Moldova,
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

Telefon: +37369315767

e-mail autor: gheorghe.turcanu@gmail.com

ȚÎMBALIUC Natalia, dr. conf. univ.

Academia de Studii Economice din Moldova,
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

Telefon: +37369652344

e-mail autor: timbaliuc_natalia@yahoo.com