

DOI: <https://doi.org/10.53486/sstc2024.v1.20>

CZU: 334.72:004.738.5(478)

## VIRTUAL BUSINESS – THE BUSINESS OF THE XXI CENTURY

### AFACEREA VIRTUALĂ – AFACEREA SECOLULUI XXI

MORĂRAȘ Adelina, studentă, specialitatea: MKL

Academia de Studii Economice din Moldova,

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

telefon: +37376042056,

g-mail: adelinamoraras2000@gmail.com

**Abstract:** *In the 21st century, virtual business has become a crucial element of the global economy, with distinct advantages and disadvantages. Advantages include expanded access to global markets, reduced costs and increased flexibility. Companies can reach customers around the world and save money by eliminating costs associated with physical infrastructure. However, there are also disadvantages, such as vulnerability to cyber security and lack of direct human interaction, which can lead to difficulties in communication and management. Virtual business marketing strategies focus on the effective use of digital technology to attract and engage your target audience. These include content marketing, online advertising and search engine optimization. The future of virtual business looks promising, with the evolution of technologies such as virtual and augmented reality that will change the way we interact with the online environment. The global growth of virtual businesses will continue to be fueled by innovation and adaptability, opening up new opportunities and challenges. Addressing issues such as cybersecurity and government regulation is essential to ensure the long-term success of virtual businesses in an increasingly digitized world.*

**Cuvinte cheie:** antreprenoriat, digitalizare, strategie, tehnologie, marketing.

**JEL CLASSIFICATION:** A14, J46, F23, M15

#### INTRODUCERE

În era digitală al secolului XXI, afacerile virtuale devin din ce în ce mai prevalente și mai importante pentru economia globală. O afacere virtuală poate fi definită ca o entitate comercială care operează în principal sau exclusiv pe internet, fără o prezență fizică într-o locație tradițională. Aceste afaceri beneficiază de tehnologia digitală pentru a-și desfășura operațiunile, a interacționa cu clienții și a-și gestiona resursele. Prin utilizarea internetului și a altor tehnologii digitale, afacerile virtuale pot să-și desfășoare activitățile într-un mod eficient și scalabil. Ele pot să ofere produse sau servicii direct clienților lor prin intermediul platformelor online, să își promoveze afacerea și să interacționeze cu publicul țintă prin intermediul rețelelor sociale, blogurilor, e-mailurilor și altor canale digitale.

#### CONȚINUTUL DE BAZĂ

Afacerile virtuale oferă numeroase avantaje, inclusiv economii semnificative în chirie și alte costuri asociate cu spațiile de birouri tradiționale, precum și reducerea costurilor de transport și stocare prin vânzările online și livrarea directă către clienți. Prin intermediul internetului, aceste afaceri pot atinge o audiență globală, depășind limitele geografice ale magazinelor fizice, oferind astfel oportunități uriașe de creștere și expansiune. Utilizarea tehnologiilor digitale și a software-urilor specializate poate automatiza multe procese operaționale, reducând erorile umane și îmbunătățind eficiența întregii afaceri. Flexibilitatea locului de muncă oferită de lucrul de la distanță sau gestionarea unei afaceri online permite angajaților și antreprenorilor să își organizeze mai bine timpul, contribuind la un echilibru mai bun între viața personală și cea profesională.[4]

Deși afacerile virtuale prezintă numeroase avantaje, există și anumite dezavantaje. Acestea includ competiția acerbă pe mediul online, necesitatea unei strategii de marketing solide și

diferențiere clară pentru a se face remarcate. De asemenea, fiind bazate pe tehnologie și internet, sunt vulnerabile la atacuri cibernetice și probleme tehnice, necesitând investiții în securitatea cibernetică.

Lipsa unei prezențe fizice poate pune în dificultate construirea și menținerea încrederii clienților, fiind importantă furnizarea unei experiențe plăcute și sigure, a informațiilor clare despre produse și servicii, precum și a suportului clienților de calitate pentru a câștiga și menține loialitatea clienților.

Pentru a iniția o afacere virtuală, sunt esențiale următoarele etape:

1) Identificarea unei nișe de piață profitabile și cu potențial de creștere prin cercetarea nevoilor și preferințelor clienților, identificarea lacunelor în piață și găsirea unei oportunități unice de afaceri.

2) Elaborarea unui plan de afaceri detaliat, care să includă obiectivele, strategia de marketing, analiza concurenței, structura organizațională și proiecțiile financiare.

3) Crearea unui site web atractiv și ușor de navigat, și utilizarea platformelor de socializare pentru a vă conecta cu clienții potențiali și pentru a promova afacerea.

4) Asigurarea securității datelor și a confidențialității clienților prin investiții în soluții robuste de securitate cibernetică, precum antivirus, firewall și criptare a datelor, respectând standardele de securitate și confidențialitate.

Afacerile virtuale vor avea succes dacă se vor adopta strategii de marketing eficiente:

1) *Utilizați tehnici SEO* pentru a vă îmbunătăți poziționarea în rezultatele căutării pe internet și pentru a atrage trafic organic către site-ul dvs. web.

2) *Creeați și distribuiți conținut de calitate*, relevant pentru publicul dvs. țintă, cum ar fi articole de blog, ghiduri, infografice, videoclipuri etc., pentru a vă consolida autoritatea în domeniu și pentru a vă angaja și educa audiența.

3) *Fiiți activi pe platformele de socializare relevante pentru afacerea dvs.*, interacționând cu urmăritorii, distribuind conținut, participând la conversații și folosind publicitatea plătită pentru a vă extinde audiența.

4) *Construiți și mențineți o listă de abonați*, oferind conținut valoros și oferte speciale prin campanii de email marketing pentru a vă menține angajați și pentru a stimula vânzările.

5) *Colaborați cu influenceri relevanți din domeniul dvs.* pentru a vă promova produsele sau serviciile și pentru a vă extinde reach-ul către publicul lor loial.[4]

Pentru a gestiona eficient o afacere virtuală, trebuie acordată o atenție următoarelor aspecte cheie. De a stabili canale de comunicare eficiente pentru colaborarea și coeziunea echipei, utilizând instrumente de comunicare online și conferințe video. Este important să definim clar rolurile și responsabilitățile membrilor echipei și să implementăm procese și sisteme pentru coordonarea și monitorizarea activităților lor. Urmărim progresul echipei și identificăm orice problemă sau întârziere în timp util, stabilind obiective clare și KPI-uri pentru evaluarea succesului. La fel este important să fie protejate datele sensibile ale companiei și ale clienților prin implementarea măsurilor de securitate adecvate și de asigurat că membrii echipei respectă protocoalele și procedurile de securitate stabilite.

Unele din afacerile virtuale de succes se enumără:

- **Amazon** este unul dintre cele mai mari și de succes magazine online din lume. A început ca o librărie virtuală și s-a extins ulterior pentru a vinde aproape orice, de la produse electronice și îmbrăcăminte până la produse alimentare și mobilier. Amazon și-a construit reputația prin oferirea unei game largi de produse, livrare rapidă și servicii clienți excelente.

- **Airbnb** este o platformă online de închiriere a locuințelor care a revoluționat industria turismului. Permite calătorilor să se conecteze cu gazde locale pentru experiențe de cazare unice și autentice. Cu ajutorul Airbnb, oamenii pot să-și închirieze propriile locuințe sau camere și să câștige bani suplimentari, iar călătorii pot găsi opțiuni de cazare personalizate și accesibile.

- **Shopify** este o platformă de comerț electronică care permite antreprenorilor să-și construiască și să-și gestioneze propriile magazine online. Cu ajutorul Shopify, oamenii pot să vândă produsele lor online fără a avea nevoie de cunoștințe tehnice avansate. Platforma oferă o gamă largă de instrumente și servicii pentru a facilita vânzările online și pentru a sprijini creșterea afacerii.

Creșterea globală a afacerilor virtuale este semnificativă, cu estimări care indică o piață în creștere rapidă. Până în 2027, aceasta va atinge 5.508 miliarde USD, cu o creștere anuală compusă (CAGR) de 15.7% din 2022. De asemenea, numărul lucrătorilor de la distanță este în creștere, cu estimări care va ajunge la 36.2 milioane până în 2025. Tendința reflectă schimbările în comportamentul consumatorilor către cumpărături online și avantajele oferite de mediul online. În ansamblu, această creștere demonstrează importanța continuă a digitalizării în economia globală și aduce oportunități semnificative pentru antreprenori și companii care adoptă modele de afaceri virtuale.[1]

Exemple de companii din Republica Moldova care au evoluat și au devenit afaceri virtuale, cum ar fi:

1. **Librăria online Libris.md:** Inițial, ea a fost o librărie tradițională cu sediu fizic în Moldova. În 2015, a făcut tranziția completă către mediul online. Acum, oferă o gamă largă de cărți în limba română și alte limbi, devenind liderul pieței de comerț electronic cu cărți din Moldova.

2. **Magazinul online La Mama:** A pornit ca o afacere mică de familie, vânzând produse alimentare tradiționale moldovenești. A evoluat într-un magazin online de succes cu o gamă largă de produse și oferă livrare în toată Moldova.

3. **Agencia de turism online Travel.md:** Oferă o gamă largă de servicii turistice online. Permite utilizatorilor să rezerve bilete de avion, cazare și alte pachete turistice online. A devenit una dintre cele mai populare agenții de turism din Moldova.

4. **Platforma online de educație iAcademy.md:** Oferă cursuri online în diverse domenii și permite utilizatorilor să învețe de la experți din Moldova și din întreaga lume. A contribuit la democratizarea educației în Moldova, oferind acces la cunoștințe și resurse educaționale din diverse domenii.

Statistica în Republica Moldova arată că mediul afacerilor virtuale este în creștere, dar întâmpină și unele provocări. Potrivit unui studiu BNS din 2018, doar aproximativ o cincime dintre antreprenorii din Moldova utilizează internetul pentru a-și promova afacerea. Cele mai frecvente tipuri de afaceri virtuale în țară includ magazinele online, marketingul online, consultanța online și dezvoltarea de software. Deși aceste afaceri contribuie cu aproximativ 5% la PIB-ul Moldovei, infrastructura IT din țară este încă în curs de dezvoltare, ceea ce poate fi o provocare pentru sectorul online. Există și o lipsă de competențe în domeniul comerțului electronic și al marketingului online. Mai mult, afacerile virtuale moldovenești se confruntă cu o concurență puternică din partea companiilor internaționale, care au resurse și experiență considerabilă în acest domeniu. Aceste provocări trebuie abordate pentru a stimula creșterea și inovația în sectorul afacerilor virtuale din Moldova.[1]

În mai 2023, a fost adoptat de Parlament un nou set de propuneri legislative elaborate pe platforma Consiliului Economic, care vin să sprijine implementarea Inițiativei Contactless Business în Moldova. Una din cele mai importante realizări legislative a fost cadrul legal pentru perfectarea actelor notariale la distanță și regimul juridic al actelor notariale electronice, ținând cont de importanța autentificării notariale în administrarea afacerilor în RM. Modificările legislative vor permite stabilirea identității și capacității persoanelor, exprimarea voinței, alcătuirea actelor notariale și stabilirea consimțământului subiecților la distanță - fără interacțiunea fizică între părți și notar. O altă prevedere ține de asigurarea disponibilității în limba engleză a legislației, formularelor-tip, serviciilor publice, etc., ce țin de crearea și administrarea afacerii la distanță de către investitorii străini. O realizare importantă ține de legalizarea muncii la distanță în RM, fiind create condițiile pentru activitatea economică în țară, fără a fi necesară obținerea vizei, dreptului de ședere și a permisului de ședere în scop de muncă, dar și fiind clarificate regimul taxelor, contribuțiilor sociale, asigurărilor medicale, protecției și securității muncii, etc.[3]

Este promițător, fiind susținut de o creștere continuă a adopției tehnologiei digitale și a comerțului electronic. În timp ce acestea au devenit deja o parte integrantă a peisajului economic, se preconizează că vor continua să evolueze și să se extindă în următorii ani, datorită mai multor factori-cheie:

1) Inovațiile continue în domenii precum inteligența artificială, realitatea virtuală și blockchain-ul vor continua să influențeze modul în care afacerile operează și interacționează cu clienții. De exemplu, utilizarea inteligenței artificiale pentru personalizarea experienței clientului și îmbunătățirea eficienței operaționale, sau implementarea blockchain-ului pentru securitatea și transparența tranzacțiilor.

2) Comerțul electronic va rămâne un motor important al afacerilor virtuale în viitorul apropiat și îndepărtat. Odată cu creșterea confortului și încrederii consumatorilor în achizițiile online, se așteaptă o expansiune a pieței și diversificarea ofertei de produse și servicii disponibile online.

3) În contextul schimbărilor aduse de pandemia COVID-19, lucrul remote și flexibil a devenit o realitate pentru mulți angajați și companii. Această tendință se va menține și în viitor, susținând dezvoltarea și extinderea afacerilor virtuale. Lucrul remote oferă avantaje semnificative, cum ar fi reducerea costurilor operaționale și atragerea talentelor din întreaga lume.

4) În mediul economic dinamic de astăzi, adaptabilitatea și capacitatea de inovare sunt cheia succesului pentru afacerile virtuale. Antreprenorii și companiile care sunt capabile să răspundă rapid la schimbări și să implementeze tehnologii noi și soluții creative vor fi într-o poziție avantajoasă pentru a profita de oportunitățile emergente și pentru a-și consolida poziția pe piață.[2]

## CONCLUZII/RECOMANDĂRI

În concluzie, afacerile virtuale reprezintă un sector în creștere rapidă în Republica Moldova, având un potențial semnificativ de contribuție la economie. Există numeroase oportunități pentru antreprenorii moldoveni de a iniția și dezvolta afaceri online. Totuși, există și anumite provocări care trebuie depășite, precum infrastructura IT insuficientă și lipsa de competențe în domeniul comerțului electronic și al marketingului online. Guvernul și organizațiile de dezvoltare pot juca un rol important în sprijinirea afacerilor virtuale prin investiții în infrastructura IT, dezvoltarea programelor de instruire și facilitarea accesului la finanțare. Afacerile virtuale au un potențial semnificativ de a contribui la creșterea economică a Republicii Moldova și la crearea de noi locuri de muncă. Prin depășirea provocărilor existente și prin sprijinirea din partea Guvernului și a organizațiilor de dezvoltare, afacerile virtuale din Moldova pot prospera și pot contribui la o economie mai puternică și mai diversificată.

## REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. BNS, dezvoltarea mediului de *afaceri* din perspectiva de gen, "Raportul analitic privind afacerile virtuale - 2022" <https://statistica.gov.md/newsview.php?l=ro&idc=30&id=6724>
2. Indrumare pentru IMM. Extinderea afacerilor online. <https://ghidulafacerii.ebrd.md/posts/Extinderea%20afacerii-pe-online>
3. Consiliul economic pe lângă prim-ministrul RM. Raport-Anual-2023. <https://consecon.gov.md/category/raport-anual/>
4. HISRICHI, R., PETERS, M., SHEPHERD, D. (2013) Entrepreneurship, McGraw-Hill Irwin, New York, 2013.

**Coordonator științific: IORDACHE Silvia, dr., conf. univ.**

ASEM, Republica Moldova, m. Chișinău,  
bd.Bănulescu Bodoni 61, telefon:+37379695877,  
g-mail:iordache.silvia@gmail.com