

TRANSFORMATIONS OF THE ECONOMIC BEHAVIOR IN A DIGITAL CONTEXT

TRANSFORMĂRI ALE COMPORTAMENTULUI ECONOMIC ÎN CONTEXT DIGITAL

GÎNDEA Gabriela, studentă, specialitatea: Economie

Academia de Studii Economice din Moldova

Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu – Bodoni 61

e-mail: gindea.gabriela@ase.md

Abstract: The digital economy is profoundly transforming economic behaviors, influencing the way transactions are conducted, financial decisions are made and products and services are accessed. These changes create both opportunities and challenges, requiring rapid adaptation. This research examines the evolution of the digital economy, the main trends and their impact on the development of the wider economy. For a clear perspective, relevant sources such as the documents of the Ministry of Economic Development and Digitalization, the Digital Transformation Strategy 2023-2030 and the data of the National Bank of Moldova were studied. International resources such as Statista and the World Economic Forum were also used to understand global trends. Therefore, the results of the research highlighted the increasing share of e-commerce, changing consumer behavior and the need for effective cybersecurity measures in order to develop a secure and sustainable digital economy.

Key words: economy, digitalisation, digital economy, consumer behaviour

JEL CLASSIFICATION: O33, O14

INTRODUCERE

Transformările profunde generate de avansul tehnologic și de digitalizarea accelerată a proceselor economice au condus la reconfigurarea modelelor de dezvoltare în majoritatea statelor lumii. Economia digitală, definită prin integrarea tehnologiilor informaționale în activitățile economice, sociale și instituționale, devine tot mai mult un factor determinant al competitivității naționale și al creșterii sustenabile. În acest context, Republica Moldova se confruntă cu provocări specifice, dar și cu oportunități semnificative legate de adaptarea structurii economice la noile realități digitale.

Prezenta cercetare are drept scop analiza tendințelor actuale și perspectivei de dezvoltare a economiei digitale în Republica Moldova, prin investigarea cadrului normativ național, a dinamicii comerțului electronic și a comportamentului consumatorului digital.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Analiză succintă a surselor bibliografice în domeniul problemei cercetate

Pentru realizarea acestei analize au fost utilizate surse oficiale, precum comunicatele Ministerului Dezvoltării Economice și Digitalizării, prevederile Strategiei de Transformare Digitală a Republicii Moldova 2023–2030, datele furnizate de Banca Națională a Moldovei, precum și resurse internaționale oferite de Statista și Forumul Economic Mondial.

Descrierea metodelor de cercetare utilizate

Studiul se bazează pe metode de documentare, analiză comparativă și interpretare statistică, având ca obiectiv fundamentarea unor concluzii relevante privind direcțiile de evoluție ale economiei digitale naționale în raport cu tendințele globale.

Rezultatele obținute

Cea de-a patra revoluție industrială influențează în mod fundamental dezvoltarea globală și transformă societatea într-un ritm fără precedent. Criza pandemică, situația geopolitică mondială, precum și tendin-

tele globale generale a scos în evidență dependența de instrumentele digitale, precum și necesitatea în continuare a transformării digitale, care a devenit una dintre principalele priorități pentru societăți, inclusiv pentru Republica Moldova (Strategia de transformare digitală 2023-2030). Digitalizarea economiei și dezvoltarea comerțului electronic sunt considerate a fi principalul catalizator al schimbărilor actuale. Astfel, conform datelor BNM la sfârșitul anului 2024, erau înregistrate 2202 de platforme de comerț electronic în Republica Moldova, fiind atestată o creștere de 84% în comparație cu aceeași perioadă a anului 2023. (Figura 1) În același timp, valoarea totală a plăților fără numerar efectuate pe platforme de comerț electronic a constituit la sfârșitul anului 2024 aproximativ 13,5 miliarde lei, lei în creștere cu 41,4 % comparativ cu aceeași perioadă a anului 2023. În ceea ce privește valoarea pieței comerțului electronic, în anul 2023 s-a înregistrat o creștere de 15,2 % în comparație cu anul 2022, atingând valoarea estimată de 358,6 mil. euro (BNM).

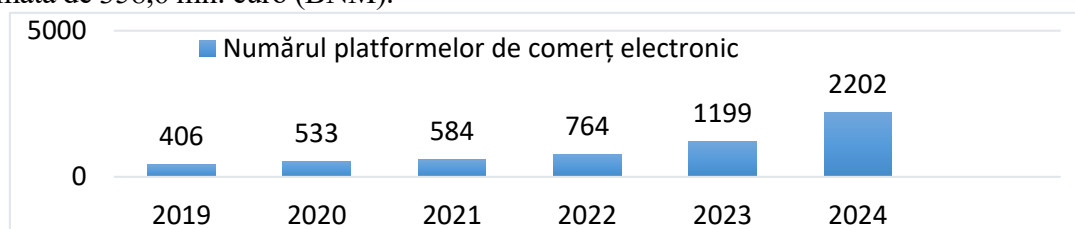


Figura 1. Numărul de platforme de internet ce acceptă plăți cu cardul bancar în Moldova, 2019-2024
Sursa: BNM

Din cele prezentate mai sus, se observă o tendință clară de digitalizare a economiei Republicii Moldova, susținută prin creșterea comerțului electronic și adoptarea accelerată a plăților fără numerar. Acest proces reflectă obiectivele stabilite în Strategia de Transformare Digitală a Republicii Moldova 2023-2030, care vizează consolidarea economiei digitale prin stimularea inovațiilor, dezvoltarea infrastructurii IT și promovarea competențelor digitale. Unul dintre pilonii esențiali ai acestei strategii este extinderea serviciilor digitale și reducerea decalajului digital, ceea ce contribuie la o mai mare incluziune economică și la creșterea eficienței proceselor comerciale. De asemenea, digitalizarea facilitează creșterea transparenței economice și reducerea economiei informale, având un impact direct asupra competitivității mediului de afaceri.

Totodată, contextul digital economic favorizează apariția economiei gig, extinderea muncii remote și diversificarea oportunităților de angajare online. Din ce în ce mai mulți specialiști moldoveni aleg să colaboreze pe platforme internaționale de freelancing, ceea ce contribuie la flexibilizarea pieței muncii și la creșterea veniturilor obținute din surse externe. În același timp, companiile locale se adaptează noilor realități economice, investind în digitalizare și în soluții tehnologice pentru a-și eficientiza activitatea.

Pe de altă parte, aceste transformări determină și o schimbare a comportamentului consumatorilor, care devin mai orientați spre soluții rapide, eficiente și sigure. Creșterea încrederii în tranzacțiile online, utilizarea tot mai frecventă a platformelor de e-commerce și accesul facil la comparații de prețuri și recenzii influențează semnificativ deciziile de cumpărare. Astfel, consumatorul modern adoptă un comportament din ce în ce mai digitalizat, preferând interacțiuni rapide și intuitive cu brandurile și serviciile de care are nevoie.

În acest context, comportamentul economic în economia digitală vă fi determinat de:

- **Facilitarea accesului la informație.** Informația devine unul dintre principalele produse de consum. Tehnologiile digitale au devenit un atribut indispensabil al consumatorilor, iar sistemul unificat de informații oferă acces rapid la informații complete despre bunuri și servicii. Acesta demonstrează consumatorului beneficiile care rezultă din utilizarea acestui produs și are ca scop asigurarea unei satisfacții de înaltă calitate a clientului. Serviciile de informare de înaltă calitate asigură rapiditatea promovării produselor prin canalele de distribuție, intensitatea și stimularea vânzărilor, crearea și menținerea preferințelor consumatorilor. Conform studiilor publicate de Statista

(2025), 81% dintre consumatori accesează mediul online pentru a obține informații și pentru a răspunde întrebărilor despre produs sau serviciu înainte de a-l achiziționa.

- **Schimbări în relațiile dintre producători și consumatori.** Aceste relații sunt actualizate în special în ceea ce privește lansarea unui nou produs și îmbunătățirea acestuia (achiziționarea de noi cunoștințe, apariția de subiecte și elemente de natură profesională, creșterea interesului reciproc, schimbul de opinii și altele).

- **Efectul FOMO (Fear of Missing Out).** Teamă de a rata o oportunitate influențează substanțial comportamentul economic al consumatorilor în era digitală. Strategiile de marketing bazate pe urgență, precum oferte limitate, notificări despre stocuri reduse și promoții temporare, determină cumpărătorii să ia decizii rapide, adesea impulsive. Conform cercetărilor, aproximativ 60% dintre consumatori fac achiziții din cauza FOMO. Acest lucru indică o influență larg răspândită a FOMO asupra deciziilor de cumpărare, mulți consumatori simțindu-se obligați să acționeze rapid pentru a evita să piardă oferte sau produse exclusive (Isaac, 2024). Acest fenomen este prezent și în investițiile în criptomonede, unde fluctuațiile rapide de preț și promovarea intensă pe rețelele sociale determină utilizatorii să acționeze sub presiunea momentului.

- **Preocupări legate de confidențialitate și securitate.** Economia digitală depinde în mod semnificativ de achiziționarea și stocarea de date cu caracter personal, ceea ce poate crea probleme legate de confidențialitatea și securitatea datelor. Evenimente precum încălcări ale securității datelor, atacuri cibernetice și acces neautorizat la înregistrări private pot duce la pierderi financiare, furturi de identitate și diverse rezultate negative.

- **Rețelele de socializare.** Un alt aspect important care are un impact semnificativ asupra consumatorilor este utilizarea excesivă a rețelelor sociale. Aceste platforme digitale joacă un rol crucial atât în stabilirea, cât și în dezvoltarea unui model de comportament al consumatorilor. Integrarea social media în viața de zi cu zi complică previziunea comportamentului consumatorilor, deoarece adaugă o gamă largă de factori motivaționali interni și externi. De exemplu, diferite variabile precum capacitatea pieței sociale, puterea mărcii, strategia de marketing prin intermediul social media și reacția clienților au influențat semnificativ tendințele de cumpărare.

- **Personalizarea experiențelor.** În economia digitală, personalizarea a devenit un factor esențial care influențează comportamentul economic al consumatorilor. Algoritmii avansați de inteligență artificială și big data permit companiilor să analizeze preferințele utilizatorilor și să ofere oferte, produse și reclame personalizate. Conform unui raport al McKinsey, 71% dintre consumatori se așteaptă la recomandări adaptate intereselor lor, iar 76% sunt mai predispuși să cumpere de la branduri care le oferă o experiență personalizată (Nidhi, 2021). În Republica Moldova, platformele de e-commerce utilizează tot mai frecvent aceste tehnologii, optimizând interacțiunea dintre consumatori și producători prin sugestii personalizate și oferte dinamice.

Aceste condiții predetermină, de asemenea, dezvoltarea în continuare a modelelor de consum și diversificarea acestora în următorii ani, ceea ce, la rândul său, determină importanța studierii comportamentului consumatorilor atât din punct de vedere științific, cât și practic. Factorii de mai sus indică necesitatea revizuirii strategiilor de consum în afaceri și determină relevanța studierii schimbărilor pieței în structura și caracteristicile vânzărilor de produse.

În ceea ce privește dezvoltarea ulterioară a economiei digitale, Forumul Economic Mondial (2024) estimează că mai mult de două treimi din crearea de valoare adăugată în următorul deceniu ar putea proveni de la platformele digitale. Noua previziune privind economia digitală globală măsoară dimensiunea și creșterea economiei digitale în ceea ce privește cheltuielile pentru tehnologie, comerțul cu amănuntul, comerțul electronic cu călătorii, comerțul electronic cu asigurări, exporturile de produse și servicii din domeniul tehnologiei informației și comunicațiilor (TIC), fabricarea cipurilor și centrele de date. Primele șase economii digitale după mărime sunt SUA, China, Regatul Unit, Japonia, Germania și Coreea de Sud. Între 2023 și 2028, economia digitală va înregistra o creștere anuală cumulată de 6,9%, mai rapidă decât PIB-ul mondial. Comerțul cu amănuntul online

și călătoriile online își vor crește ponderea în economia digitală, cu o creștere anuală cumulată de 9% și, respectiv, 7% între 2023 și 2028 (O'Grady, 2024).

În contextul Republicii Moldova, se estimează că într-o perspectivă medie, accentul se va pune pe câteva componente importante pentru digitalizarea economiei, susținute de cadrul normativ și de politici favorabil privind: industria IT locală și startup-urile tehnologice orientate spre piața internațională; infrastructură și servicii TIC competitive și eforturile de dezvoltare a infrastructurii pentru comerțul electronic (diversificarea pieței de servicii de plăți online, rețeaua poștală și de curierat, digitalizarea proceselor vamale la export, acces la platforme internaționale de comerț electronic, etc.) (MDED, 2024)

CONCLUZII/RECOMANDĂRI

Digitalizarea reprezintă un vector esențial al transformării economice în Republica Moldova, susținut de creșterea semnificativă a comerțului electronic și a tranzacțiilor fără numerar. Strategia națională 2023–2030 oferă un cadru favorabil pentru consolidarea economiei digitale, prin promovarea inovației, infrastructurii IT și dezvoltarea competențelor digitale. Comportamentul consumatorilor devine tot mai digitalizat, fiind influențat de accesul rapid la informație, personalizarea serviciilor și impactul rețelelor sociale. Totodată, provocările legate de securitatea datelor și incluziunea digitală impun măsuri coerente și colaborare interinstituțională.

Pentru a valorifica pe deplin potențialul economiei digitale, este necesară o adaptare continuă a politicilor economice, a modelelor de afaceri și a sistemului educațional la noile realități tehnologice.

Unele recomandări identificate sunt orientate spre:

1. Consolidarea infrastructurii digitale prin investiții publice și private, pentru a asigura acces echitabil la servicii digitale în întreaga țară.
2. Dezvoltarea competențelor digitale în rândul populației și al forței de muncă, prin integrarea educației digitale în toate nivelurile de învățământ și prin programe de formare continuă.
3. Sprijinirea inovației și a ecosistemului de startup-uri prin facilități fiscale, acces la finanțare și parteneriate public-private.
4. Îmbunătățirea cadrului de reglementare privind protecția datelor și securitatea cibernetică, în conformitate cu standardele internaționale.
5. Stimularea comerțului electronic prin digitalizarea proceselor logistice, vamale și de plată.
6. Promovarea incluziunii digitale pentru a reduce disparitățile socio-economice și a asigura participarea activă a tuturor categoriilor sociale în economia digitală.

REFERINȚE:

1. BNM. (2025). <https://www.bnm.md/bdi/pages/reports/dsp/DSP2.xhtml>.
2. Forumul Economic Mondial. (2025). <https://intelligence.weforum.org/topics/a1Gb0000001SH21EAG>
3. Isaac, A.H (2024). *What Percentage of People Make Purchases Due to FOMO?* <https://seonorth.ca/news/fomo-percentages/>
4. Ministerul Dezvoltării Economice și Digitalizării (2025). *Economia Digitală*. <https://mded.gov.md/content/economia-digitala/>
5. Nidhi, A. (2021). *The value of getting personalization right or wrong is multiplying* <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/the-value-of-getting-personalization-right-or-wrong-is-multiplying>
6. O'Grady, M. (2024). *The Global Digital Economy Will Reach \$16.5 Trillion And Capture 17% Of Global GDP By 2028*. <https://www.forrester.com/blogs/the-global-digital-economy-will-reach-16-5-trillion-and-capture-17-of-global-gdp-by-2028/>
7. *Republica Moldova - Strategia de transformare digitală 2023-2030 (2025)* https://www.egov.md/sites/default/files/document/attachments/strategia_de_transformare_digitala_2023-2030.pdf
8. *Share of people researching online before major purchases in 53 countries & territories worldwide, as of January 2025*. <https://www.statista.com/forecasts/1452683/people-researching-online-before-major-purchases-in-selected-countries-worldwide>

Coordonator științific: BARBĂNEAGRĂ Oxana, dr., conf.univ.

Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu – Bodoni 61
e-mail: oxana.barbaneagra@ase.md