

DOI: <https://doi.org/10.53486/9789975359023.17>

CZU: [004.056.53+004.8]:334.7

## THE INDUSTRIES OF THE FUTURE – BUSINESSES DURABILITY IN THE DIGITAL ERA

### INDUSTRIILE VIITORULUI - DURABILITATEA AFACERILOR ÎN ERA DIGITALĂ

LIVĂDARI Kătălin, student, Specialitatea: BA

Academia de Studii Economice din Moldova,

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

e-mail autor: katalinlivadari1000@gmail.com

**Abstract.** *Digital products are the most successful on the market, because they can be accessed from any corner of the world, they can be ordered and downloaded from any corner of the world, and the delivery time is measured in seconds.*

*The demand for digital products will always be active, and the companies that develop and maintain such products will operate for a very long time, until the demand is exhausted.*

*The digital products that will be developed must generate as much dopamine as possible for the user. The more actively will use digital products, the more data will be collected from the user in exchange for new strategies to keep the user active with the help of artificial intelligence. To protect the Big Data collected, we will call on cybersecurity to protect the servers where the data is stored.*

*The aim of the research is to bring to light new opportunities for sustainable business design in a world that is constantly changing and to highlight the role of artificial intelligence in the success of companies. The research methods used were observational research.*

*The most relevant results show that the demand for cybersecurity will increase by 2027 to a value of 346 billion US dollars. Digital products will continue to use artificial intelligence to process Big Data. Technology companies will operate for a long time, because humanity needs them.*

**Key words:** *Business; Technology; Artificial Intelligence; The Industries Of The Future;*

**JEL CLASSIFICATION:** M2, M1, M10, M13.

**INTRODUCERE.** Era digitală este caracterizată printr-un val de inovații tehnologice, la care se alătură secvențierea genomică, inteligența artificială, tehnologia blockchain, tehnologia 5G și multe altele.

Ultima revoluție industrială a schimbat circuitul de dezvoltare ale noilor companii, astfel importanța acestei cercetări este de a identifica avantajele pe care le oferă industriile viitorului și cum aceste industrii pot menține activ zeci de ani activitățile companiilor. Astfel, cele mai multe companii tind să se dezvolte mai mult în sfera digitală, internetul fiind locul în care se procesează cea mai mare cantitate de informații.

Scopul cercetării este de a aduce la suprafață noi oportunități de concepere a afacerilor durabile într-o lume care se află în permanentă schimbare și de a evidenția rolul inteligenței artificiale în succesul companiilor.

**CONȚINUTUL DE BAZĂ.** Domeniul tehnologic a devenit în scurt timp unul dintre cele mai dezvoltate sectoare ale economiei moderne. Întrebarea ar fi De ce și Cum? Răspunsul la ambele întrebări este următorul: *Problemele “primitive” necesită soluții moderne.*

### **Inteligența artificială, big data și securitatea cibernetică.**

Companiile care utilizează din plin tehnologia au obținut succesul datorită faptului că au dezvoltat și continuă să dezvolte soluții moderne pentru problemele cu care oamenii se confruntă în viața lor de zi cu zi.

Au fost studiate 4 istorii ale celor mai mari companii pentru a afla ce a stat la baza succesului lor, dar și la baza durabilității acestora.

În studiul istoriei companiei “Amazon.com Inc.” au fost punctate următoarele momente:

- 1) De la fondarea sa în 1994, a reușit să se extindă pe întreg globul.
- 2) La începutul perioadei de activitate, era specializată numai în vânzări de cărți, iar după 1 an, în 1995, a început să vândă cărțile din stoc prin intermediul internetului.
- 3) Succesul companiei se datorează diversificării gamelor de produse, astfel înainte de anii 2000, compania vindea o mulțime de produse prin intermediul internetului.
- 4) Astăzi, datorită succesului, compania se bucură de vânzări anuale de peste 250 de miliarde de dolari americani.

În prezent compania “Amazon.com Inc.” utilizează inteligența artificială pentru a procesa și a analiza căutările utilizatorilor pe platforma de comerț electronic [www.amazon.com](http://www.amazon.com) pentru a înțelege mai bine ce doresc ei și ce alte produse le poate recomanda platforma [3].

Google este un motor de căutare care aparține companiei “Google LLC”, ca un bibliotecar într-o bibliotecă, destinat pentru a răspunde la toate întrebările noastre de căutare. Conceput pentru prima dată în anul 1998 ca rezultat al muncii depuse de către Sergey Brin și Larry Page, Google a devenit rapid un instrument digital foarte important.

De ce Google a devenit atât de special în zilele noastre? După cum cunoaștem, Google este un motor de căutare. Pentru a găsi răspunsul la întrebările noastre, începem să căutăm mai întâi de toate pe Google pentru a vedea dacă acesta ne poate oferi careva detalii referitoare la căutările noastre, deoarece, Google eficientizează și reduce timpul de căutare prin intermediul inteligenței artificiale și prelucrarea informațiilor în timp record, ceea ce în mod obișnuit ar necesita săptămâni întregi.

Google utilizează inteligența artificială pentru a prelucra informațiile colectate. Este un produs gratuit, iar unde un produs este gratuit – noi defapt suntem produsul. Cam greu de înțeles, dar să explicăm mai în detalii. Din punct de vedere tehnologic, motorul de căutare Google va utiliza inteligența artificială pentru a afla totul despre noi. Unde am fost? Ce magazine am vizitat? Pe care website-uri am navigat? Cât timp petrecem pe internet? De pe care magazine online am efectuat achiziții? Ce achiziții am efectuat? Totul. Va utiliza aceste informații colectate despre noi, pentru ca ulterior, din punct de vedere comercial, să ne furnizeze reclamele plătite de către companii, bazate pe preferințele noastre. Preferințele fiind constructive și realizate din informațiile colectate.

„Google LLC” utilizează următorul model de afaceri:

- 1) Lansarea produsului digital “Google” - [www.google.com](http://www.google.com)
- 2) Colectarea datelor utilizatorilor sub formă de Big Data.

3) Prelucrarea acestor date cu ajutorul inteligenței artificiale pentru a putea livra reclame către un public țintă.

4) Apărarea bazelor de date și algoritmilor împotriva atacurilor cibernetice.

5) Continuarea ciclului de afaceri până când nu va apărea o alternativă eficientă pe piață.

Putem afirma faptul că compania „Meta Platforms Inc.” poate fi un răspuns la întrebarea noastră: Creăm ca să rezolvăm probleme, ci nu pentru a produce bani, iar rezultatul generat în urma rezolvării problemelor va completa bugetul care este destinat pentru crearea noilor soluții.

Revenind la compania „Meta Platforms Inc.”, și produsul lor final gratuit, [www.facebook.com](http://www.facebook.com). Deci, reamintim, unde un produs este gratuit, noi defapt suntem produsul (Considerăm că aceasta ar trebui să fie legea numărul unu al afacerilor din era digitală).

Rețeaua globală de socializare a apărut în 2004, ca o metodă excelentă de a conecta lumea întreagă prin intermediul internetului. La fel, compania „Meta Platforms Inc.” pentru a supraviețui, publică pe platforma de socializare, reclame plătite de către comercianți. Dar asta nu e tot, pentru că, la rândul său, compania „Meta Platforms Inc.” pentru a eficientiza procesul de convertirea a potențialilor clienți în clienți reali, utilizează inteligența artificială pentru a prelucra informațiile utilizatorilor, cum ar fi localizarea geografică, vârsta, preferințele și multe alte date, care la rândul lor sunt destinate pentru a ținti perfect consumatorul final al reclamei publicitare.

În perioada sa de dezvoltare, cei de la conducerea companiei americane „Meta Platforms Inc.” au reușit să acționeze într-un mod bine gândit pentru a garanta succesul în era digitală. Au învățat că reorientarea către un public țintă mai larg poate genera noi oportunități imense.

Considerăm că acestea sunt unele dintre momentele-cheie care au condus spre succesul companiei „Meta Platforms Inc.”:

1) Au creat produsul. Inițial fiind destinat doar pentru universități.

Fiecare student putea comunica cu ceilalți studenți din cadrul universității, și recunoaștem, până în prezent, acest lucru a fost genial, să conectați studenții prin intermediul online.

2) Au schimbat destinația spre consumul global, pentru a crește nivelul de interacțiuni pe platformă.

Nu s-au limitat doar la universități, iar la scurt timp, publicul larg a primit accesul pe platforma de socializare – Facebook. Fondatorii urmărind scopul de a conecta întreaga lume printr-o singură platformă online.

3) Au atras investiții pentru a se putea extinde.

Din start au înțeles că, pentru extinderea platformei sunt necesare fonduri mari pentru achiziționarea de servere, calculatoare, întreținerea personalului etc.

4) Au început să furnizeze publicitate cu plată.

O acțiune bine gândită, datorită faptului că platforma deținea și deține un număr mare de utilizatori și respectiv era și este gratuită pentru utilizare, astfel au decis că acești utilizatori în mod indirect vor participa la dezvoltarea și prosperarea companiei „Meta Platforms Inc.” prin vizualizarea reclamelor afișate pe platforma de socializare.

5) „Au spionat și continuă să spioneze” fiecare utilizator al platformei sale în scopul de a colecta și a prelucra datele.

Deseori, întrebându-ne: De ce după ce ieșim din magazinul „Metro”, pe platforma de socializare apar instant reclame ce includ promovarea mărcii „Metro” sau al diferitelor produse

promovate de către Societatea cu Răspundere Limitată „METRO CASH & CARRY MOLDOVA”? Oare ne colectează datele despre poziția noastră geografică sau începem să delirăm? Și sunt multe alte cazuri, în care compania “Meta Platforms Inc.” utilizează inteligența artificială pentru a prelucra datele colectate, cum ar fi sunetele audio, imagini, clipuri video, locații etc.

Modelul de afaceri al companiei „Meta Platforms Inc.” este bazat pe oferirea produselor digitale gratuite și colectarea de date sub formă de Big Data, prelucrarea lor cu ajutorul inteligenței artificiale și livrarea reclamelor publicului țintă. Rezultatele obținute din datele prelucrate vor fi utilizate la lansarea unui alt produs care are deasemenea menirea de a colecta câte mai multe date despre utilizator. O afacere durabilă, necesită generarea de noi idei.

„Fortinet Inc.” a fost fondată în anul 2000 și oferă soluții de securitate cibernetică întreprinderilor, furnizorilor de telecomunicații și firmelor mici. “Fortinet Inc.” operează prin următoarele segmente: securitatea rețelei, securitatea infrastructurii, securitatea în cloud și protecția punctelor terminale, Internet of Things și tehnologia operațională.

Această companie este un model de afacere durabilă, cu venituri anuale în creștere. Se prognozează că „piața securității cibernetice va ajunge la 346 de miliarde de dolari americani până în anul 2027” [5]. Ce influențează creșterea pieței securității cibernetice? Un răspuns scurt și simplu ar fi: **Există lumea virtuală și lumea reală. În lumea reală ne pot fi furăți banii, mapa cu documente, buletinul care conține datele personale etc., iar în lumea virtuală e la fel – numai că suntem jefuiți electronic.**

Dacă pe teritoriul Republicii Moldova, ești protejat fizic contra plată de compania „Bercut-Grup SRL”, atunci în mediul virtual cine te protejează? Cine îți protejează telefonul și computerul de atacurile cibernetice la comandă din orice colț al lumii?

Ne aflăm în era digitală, îndreptându-ne spre cea de a 5-a revoluție industrială și pe tot acest parcurs va fi necesar protecția digitală a fiecărei persoane, fiindcă fără aceasta ea devine vulnerabilă. Acest model de afacere bazat pe protejarea oamenilor în mediul virtual este și va fi actual, la fel cum a fost și va fi actual protecția fizică a persoanelor contra răufăcătorilor.

În baza cercetărilor efectuate și rezultatelor obținute din analizarea informațiilor a fost dedus faptul că aceste mari companii s-au dezvoltat foarte rapid, datorită faptului că au sosit pe piață cu un nou produs gratuit care a inovat lumea digitală, și odată cu acest produs au apărut derivatele acestora, iar oamenii au devenit muncitorii indirecti al acestor companii care au menirea de a genera sume mari de bani și toate astea datorându-se faptului că companiile respective colectează informații de tip Big Data, le prelucrează, le analizează, și mai apoi utilizează inteligența artificială pentru a interacționa cu clientul final și respectiv pentru a genera și lansa noi produse pe piață.

**CONCLUZII/RECOMANDĂRI.** Din punctul nostru de vedere, companiile care operează în era digitală, ar trebui să conștientizeze că inteligența artificială poate fi vitală în obținerea succesului pe piață, iar aceasta este dovedită de către compania ”Meta Platforms Inc.” și nu numai, care utilizează inteligența artificială pentru orice acțiune, generând rezultate nemaipomenite.

Colectați date de tip Big Data, protejați-le de atacurile cibernetice [4], utilizați inteligența artificială pentru a le prelucra și analiza, și în cele din urmă lansați produse noi pe piață, orientate spre interacțiunea client-lumea digitală.

**REFERINTE BIBLIOGRAFICE:**

1. ALEC ROSS *Industria viitorului: omul și evoluția economiei în era digitală*. București: Ed. Corint, 2020, 368 p.
2. Folosirea inteligenței artificiale în social media poate afecta deciziile de marketing? [accesat 16 martie 2022]. Disponibil: <https://socialmedia.ro/folosirea-inteligenței-artificiale-social-media/>
3. How Amazon Is Using AI To Better Understand Customer Search Queries [accesat 17 martie 2022]. Disponibil: <https://analyticsindiamag.com/how-amazon-is-using-ai-to-better-understand-customer-search-queries/>
4. CHALLENGES OF BIG DATA IN CYBERSECURITY [accesat 17 martie 2022]. Disponibil: <https://bigdataidn.com/intelligence/challenges-of-big-data-in-cybersecurity/>
5. Cybersecurity market to reach \$346 billion by 2027 [accesat 18 martie 2022]. Disponibil: <https://www.helpnetsecurity.com/2022/01/21/cybersecurity-market-2027/>

**Coordonator științific: CĂLUGĂREANU Irina, dr., conf. univ.**  
Academia de Studii Economice din Moldova,  
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, [www.ase.md](http://www.ase.md)  
Telefon: + 37379424744  
e-mail: irinapoloz@gmail.com