DOI: https://doi.org/10.53486/sstc2026.v1.76
CZU: 366.1:[339.1:004](478)

THE MAIN FACTORS INFLUENCING THE PURCHASING DECISION ON THE TEMU PLATFORM IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA

FACTORII PRINCIPALI CARE INFLUENȚEAZĂ DECIZIA DE CUMPĂRARE PE PLATFORMA TEMU ÎN REPUBLICA MOLDOVA

MOISEI Cornelia, studentă, specialitatea: BA
Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: moisei.cornelia@ase.md

Abstract: *This paper examines the main factors influencing the purchase decision on the Temu platform in the Republic of Moldova, with a focus on the role of low prices and the impact of import duties planned for 2026.The study shows that Temu has become the main cross-border online purchasing platform, accounting for about 80% of international postal parcels. Based on a questionnaire applied to a sample of 105 respondents, the results indicate a typical profile consisting of young urban women with modest incomes, who are price-sensitive. The main reasons for purchasing are very low prices, frequent discounts and promotions, which favor impulsive purchases, especially of accessories, clothes and household products. Although overall satisfaction is high, most respondents were disappointed with the quality of the products. The introduction of customs duties and VAT from 2026 is expected to lead to a moderate decrease in order volume and an adaptation of consumer behavior.*

Keywords: *Temu platform, consumer behavior, reduced price, customs duties, e-commerce.*
JEL CLASSIFICATION: L81, M31, H25, D12

INTRODUCERE

În contextul digitalizării accelerate după pandemie, a evoluat rapid comerțul electronic și au avut loc schimbări în comportamentul consumatorilor din Republica Moldova. Platformele online au oferit acces rapid la o gamă largă de produse la prețuri avantajoase, determinând tot mai mulți moldoveni să accepte cumpărăturile online. Dezvoltarea e-commerce-ului este confirmată de creșterea pieței la 463,9 milioane EUR în 2024 și de majorarea importurilor prin platforme internaționale.

Un exemplu relevant este platforma Temu, lansată în 2022 de PDD Holdings, care a câștigat rapid popularitate datorită oferirii unor produse la prețurilor foarte reduse și vânzării directe de la producători. Într-o economie cu venituri medii relativ scăzute, aceste oferte devin un factor decisiv în luarea deciziei de cumpărare. Studiul analizează rolul prețurilor reduse în popularitatea Temu, precum și impactul potențial al taxelor de import planificate pentru 2026 asupra comportamentului consumatorilor.

Scopul lucrării constă în analiza comportamentului consumatorilor din Republica Moldova în raport cu platforma Temu și evaluarea factorilor care determină acceptarea acesteia, precum și a impactului reglementărilor fiscale asupra pieței e-commerce.

Obiectivele principale ale cercetării sunt:

1. Analiza evoluției volumului și valorii cumpărăturilor realizate online;
2. Identificarea factorilor comportamentali care influențează decizia de cumpărare a consumatorilor pe platforma Temu;
3. Estimarea impactului potențial al taxelor de import planificate pentru anul 2026 asupra comerțului electronic internaționale.

Metodologia cercetării Cercetarea combină studierea datelor secundare provenite din rapoarte oficiale cu datele primare obținute prin intermediul unui chestionar aplicat unui eșantion de 105 respondenți din Republica Moldova.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Rezultatele obținute: Conform raportului AmCham Moldova, în 2024 consumatorii moldoveni au cheltuit aproximativ 530 milioane EUR pentru cumpărarea produselor pe platforme străine, această sumă depășind pentru prima dată valoarea comerțului electronic intern. Această expansiune s-a menținut și s-a amplificat în anul următor, reflectând o schimbare structurală profundă în comportamentul de consum al moldovenilor pe platformele de comerț electronic internațional.

Din datele furnizate Europei Libere de Poșta Moldovei rezultă că, în primele 11 luni ale anului 2025, Poșta Moldovei a transportat peste 530 de tone de colete poștale cumpărate de moldoveni online din străinătate. 80% din achiziții au fost efectuate de pe platforma chinezească Temu, această platformă devenind principalul motor al importurilor internaționale, datorită prețurilor extrem de competitive (reduceri de 70-90%), livrării gratuite și modelului de vânzare direct de la producătorii chinezi – factori deosebit de atractivi în contextul veniturilor medii relativ scăzute ale populației.

În urma analizei răspunsurilor chestionarului realizat pe un eșantion de 105 respondenți am constatat o imagine clară a profilului tipic al cumpărătorului pe platforma Temu: preponderent femeie (74,3% din respondenți), predominant din mediul urban (62,9%), cu vârsta cuprinsă între 18 și 25 (64%) și 26-35 (20%) de ani și 16% peste 35 de ani.

Profilul economic al cumpărătorilor se caracterizează printr-un venit lunar modest – majoritatea respondenților (peste 60%) având un venit sub 10.000 lei, iar circa o treime sub 5.000 lei, ceea ce reflectă o sensibilitate ridicată la preț și o preferință pentru achizițiile low-cost oferite de platformă (Figura 1.).

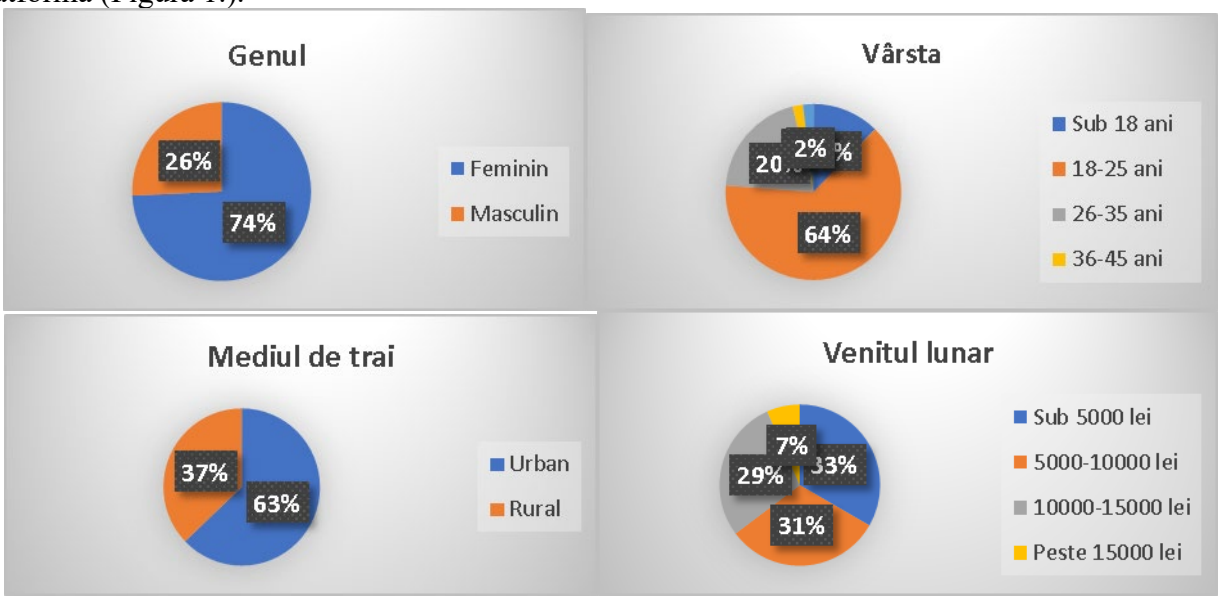


Figura 1. Profilul consumatorilor Temu din Republica Moldova

Sursa: Chestionar privind comportamentul consumatorilor din Republica Moldova pe platforma Temu (2026)

Analiza factorilor care influențează decizia de cumpărare relevă că prețul reprezintă principalul motor al achizițiilor. Astfel, 79% dintre respondenți au indicat „prețurile foarte mici” ca motiv principal pentru care cumpără de pe Temu, urmat de reducerile frecvente și varietatea mare de produse (ambele cu 44,8%). Aceste rezultate confirmă că decizia de cumpărare este dominată de rațiuni economice, fiind puternic stimulată de strategia agresivă de prețuri reduse a platformei (Figura 2.).

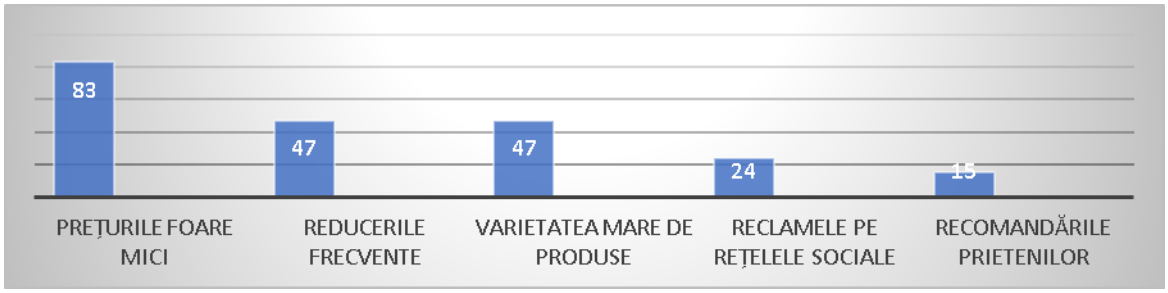


Figura 2. Principalii factori care influențează decizia de cumpărare pe platforma Temu
Sursa: Chestionar privind comportamentul consumatorilor din Republica Moldova pe platforma Temu (2026)

O altă caracteristică importantă a comportamentului de cumpărare pe Temu o reprezintă frecvența comenzilor și natura impulsivă a achizițiilor. Peste jumătate dintre respondenți plasează comenzi de câteva ori pe an, iar aproximativ o treime comandă lunar. Totodată, o parte însemnată dintre participanți recunosc că au efectuat cumpărături impulsive fără o planificare prealabilă. Acest comportament este amplificat de promoțiile limitate în timp, care influențează în măsură considerabilă mulți cumpărători.

În ceea ce privește tipurile de produse achiziționate cel mai frecvent, respondenții au indicat în primul rând accesoriile (68,6 %), urmate de haine (53,3 %) și produse pentru casă (44,8 %). Aceste categorii, caracterizate prin prețuri reduse și utilitate imediată, se aliniază perfect cu profilul consumatorului cu venituri modeste, orientat spre consumul curent (Figura 3.).

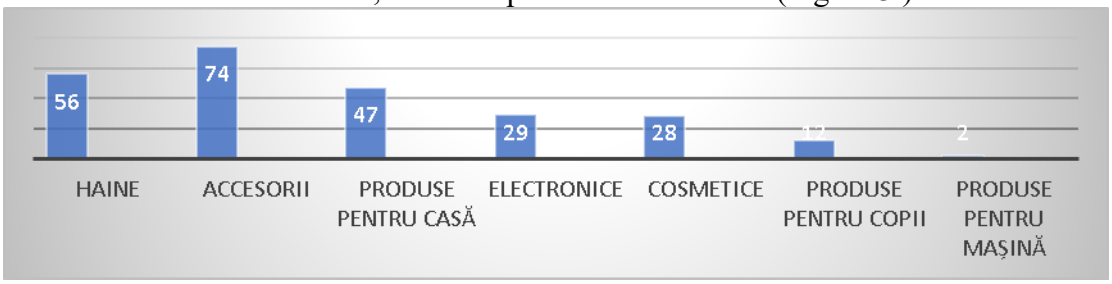


Figura 3. Tipurile de produse achiziționate cel mai des pe platforma Temu
Sursa: Chestionar privind comportamentul consumatorilor din Republica Moldova pe platforma Temu (2026)

Aceste preferințe pentru produse accesibile și practice se reflectă și în evaluarea generală a experienței de cumpărare. Raportul calitate-preț este apreciat pozitiv de majoritatea cumpărătorilor: 48,6 % îl consideră „bun", iar 28,6 % „foarte bun". Nivelul ridicat de satisfacție generală explică de ce 70,5 % dintre respondenți intenționează să continue achizițiile pe Temu. Cu toate acestea, 81,9 % declară că au fost dezamăgiți cel puțin o dată de calitatea unui produs, ceea ce sugerează că prețurile extrem de mici vin adesea în detrimentul durabilității și al calității materialelor.

Impactul potențial al taxelor de import planificate pentru 2026 În prezent, coletele sub 150 EUR (cu limită de un colet pe persoană pe săptămână) sunt scutite de taxe vamale și TVA. Această regulă a favorizat explozia importurilor, dar a creat concurență neloială pentru retailerii locali.

Guvernul, prin Ministerul Finanțelor, analizează introducerea taxelor începând cu iulie 2026 (sincronizat cu UE):

- TVA 20% din valoarea produsului + livrare;
- Taxe vamale 5-10% (în funcție de categorie);
- Taxă fixă minimă per colet (estimată la circa 20 lei, similar cu propunerea UE de 3 EUR).

Aceste măsuri ar crește prețul final al unui colet tipic Temu (50-100 EUR) cu 25-40%. Estimările oficiale indică venituri suplimentare la buget de 1-3 miliarde lei anual.

Impactul asupra consumatorilor ar putea include:

- Scădere moderată a volumului (20-40% pentru achiziții sub 150 EUR, mai ales impulsive);
- Migrare parțială spre magazinele locale;
- Posibilă absorbție a costurilor de către Temu pentru a păstra competitivitatea;
- Schimbare spre seturi de produse sau produse cu valoare mai mare.

CONCLUZII

Cercetarea confirmă că platforma Temu a devenit, în doar câțiva ani, principalul canal de achiziții online transfrontaliere pentru consumatorii din Republica Moldova, dominând aproximativ 80 % din fluxul de colete poștale internaționale. Succesul său se bazează în primul rând pe prețurile extrem de reduse, reducerile frecvente și promoțiile limitate în timp, factori care determină o sensibilitate ridicată la preț în rândul cumpărătorilor.

Profilul tipic al cumpărătorului Temu (femeie tânără, urbană, cu putere de cumpărare limitată) explică preferința pentru categorii practice precum accesoriile, hainele și produsele pentru casă, precum și frecvența relativ ridicată a comenzilor, adesea de natură impulsivă. Deși raportul calitate-preț este apreciat pozitiv de majoritatea respondenților, un procent foarte mare declară că au fost dezamăgiți cel puțin o dată de calitatea produselor, ceea ce indică o acceptare temporară a compromisului între preț și durabilitate.

Introducerea taxelor de import planificată pentru 2026 va crește semnificativ prețul final al produselor de pe Temu, ceea ce va afecta în primul rând achizițiile impulsive și de volum mic. Este de așteptat o scădere moderată a numărului de comenzi, o posibilă migrare parțială spre comercianții locali și o adaptare a comportamentului consumatorilor prin orientarea către produse cu valoare mai mare sau seturi de produse.

În concluzie, deși prețul rămâne factorul dominant în decizia de cumpărare pe Temu, reglementările fiscale viitoare pot determina o recalibrare a pieței comerțului electronic transfrontalier din Republica Moldova, stimulând o concurență mai echitabilă, dar și o adaptare necesară din partea consumatorilor și a platformelor internaționale.

REFERINȚE

1. AMCHAM MOLDOVA. (2024). *The e-commerce market in Moldova in 2024*. Chișinău: AmCham Moldova. Disponibil la:
2. https://www.amcham.md/st_files/2024/07/15/AmCham%20Moldova%20Report%20on%20the%20electronic%20commerce%20market%20in%20the%20Republic%20of%20Moldova%20EN.pdf.
3. Analiza comportamentului consumatorilor din Republica Moldova pe platforma Temu. (2026). Chestionar aplicat de Moisei Cornelia, Departamentul Business și Administrare. Document intern, nepublicat. Disponibil la: https://forms.gle/dgSwxVsBpQ4HPw5y5
4. Biroul Național de Statistică. (2025). Comerțul internațional cu mărfuri al Republicii Moldova în octombrie 2025. Chișinău. Disponibil la: https://statistica.gov.md/ro/comertul-international-cu-marfuri-al-republicii-moldova-in-luna-octombrie-2025-9539_62151.html.
5. Ministerul Finanțelor. (2025). Modificări la cadrul normativ fiscal și vamal din 1 ianuarie 2026. Chișinău. Disponibil la: https://mf.gov.md/ro/content/modific%C4%83ri-la-cadrul-normativ-fiscal-%C8%99i-vamal-din-1-ianuarie-2026.
6. PITARU, Marius. (2026). Ministerul Finanțelor acuză fake news privind taxa Temu. *Antena 3* [online], 3 februarie. Disponibil la: https://www.antena3.ro/actualitate/ministerul-finantelor-acuza-un-fake-news-privind-taxa-temu-de-25-lei-numarul-de-colete-a-crescut-afirmatiile-despre-pierderi-false-775936.html.
7. SECELEANU, Adrian. (2025). Piaţa de e-commerce din Republica Moldova a crescut cu 15% în 2024. *Ziarul Financiar* [online], 4 decembrie. Disponibil la: https://www.zf.ro/business-hi-tech/piata-e-commerce-republica-moldova-crescut-15-2024-ramane-cea-slab-22966773.
8. URUȘCIUC, Eugen. (2026). 10 milioane de colete în 2025 sau cât cumpără moldovenii de pe platformele online din străinătate. *Europa Liberă Moldova* [online], 2 ianuarie. Disponibil la: https://moldova.europalibera.org/a/milioane-de-colete-in-2025-sau-cat-cumpara-moldovenii-de-pe-platformele-online-din-strainatate/33637192.html.

9. TVA și taxă fixă pentru coletele sub 150 euro. (2025). *NewsMaker* [online], 14 ianuarie. Disponibil la: https://newsmaker.md/ro/tva-si-taxa-fixa-de-aproximativ-20-de-lei-pentru-coletele-sub-e150-ministrul-finantelor-cetateanul-va-plati-un-pret-corect.
10. VIERU, Lucia. (2025). Coletele de pe platformele internaționale ar putea fi taxate din iulie 2026. *Moldova 1* [online]. Disponibil la: https://moldova1.md/p/64515/coletele-de-pe-platformele-internationale-ar-putea-fi-taxate-din-iulie-2026-ca-in-ue-precizarile-ministrului-finantelor.

Coordonator științific: CRISTAFOVICI Profira, conf. univ.
Academia de Studii Economice din Moldova Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: cristafovici.profira@ase.md