DOI: https://doi.org/10.53486/sstc2026.v3.02
CZU: 004.4:366.12(478)

DIGITALIZATION IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA: BETWEEN ERP ADOPTION AND THE TRANSFORMATION OF ONLINE CONSUMER BEHAVIOR

DIGITALIZAREA ÎN REPUBLICA MOLDOVA: ÎNTRE ADOPTAREA ERP ŞI TRANSFORMAREA COMPORTAMENTULUI DE CONSUM ONLINE

DONICI Emiliana, studentă, specialitatea: CIB
Academia de Studii Economice din Moldova, Strada Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni 61, MD-2005, Chișinău, Republica Moldova
Telefon: +373 60 268 011
e-mail autor: emiliana.donici.mndt@ase.md

Abstract: *The digital transformation of the Republic of Moldova has become one of the key priorities for its development, considering its candidacy for joining the EU. In turn, this article examines two equally important aspects of the problem, ERP adoption in organizations and changes in consumer online behavior. On the basis of an analysis of secondary sources, it is found out that despite the fact that the contribution of the IT industry to the country's GDP is 7.6%, and the growth rate of e-commerce reached 15% in 2024, the penetration rate of ERP in small and medium-sized businesses is low (12%), which is limited due to high prices, lack of digital competencies, and financial resources. In parallel, 65% of online users are now inclined towards online shopping, and the dynamics of mobile transactions have grown by 28%.*
Key words: *digital transformation, ERP systems, e-commerce, consumer behavior, SME, Republic of Moldova*
JEL CLASSIFICATION: O33, L86, M15

INTRODUCERE

Transformarea digitală reprezintă un pilon-cheie al dezvoltării Republicii Moldova, în special după obținerea statutului de țară candidată la aderarea la Uniunea Europeană **(Guvernul Republicii Moldova, 2024)**. Strategia de Transformare Digitală 2023–2030 conturează viziunea unei societăți digitale inovatoare și incluzive. Cu toate acestea, procesul de implementare se confruntă cu provocări semnificative în două aspecte interdependente: transformarea digitală a întreprinderilor (în special sistemele ERP) și adaptarea comportamentală a consumatorilor la mediul online. Obiectivele cercetării sunt: evaluarea gradului de adoptare a sistemelor ERP în întreprinderile din Republica Moldova; evaluarea schimbării comportamentului către consumul online; și formularea de recomandări de politici publice.

CONŢINUTUL DE BAZĂ

Analiza succintă a surselor bibliografice în domeniul problemei cercetate; Literatura de specialitate arată că adoptarea sistemelor ERP este un indicator-cheie al maturității digitale a unei întreprinderi. Popa R. (2024) subliniază că IMM-urile din Republica Moldova se confruntă cu costuri ridicate, lipsa personalului calificat și rezistența la schimbare. Strategia națională (Guvernul Republicii Moldova, 2024) confirmă existența unui nivel scăzut al investițiilor în TIC în cadrul IMM-urilor.

În ceea ce privește comportamentul consumatorilor, AmCham Moldova (2025) raportează o valoare a pieței de e-commerce B2C de 8,2 miliarde lei în 2025, în creștere cu 15%. Ziarul Financiar (2025) notează că, deși ritmul de creștere este accelerat, piața rămâne sub media europeană. DemocracyMD (2025) evidențiază legătura dintre digitalizarea serviciilor publice și creșterea încrederii în mediul online.

Descrierea metodelor de cercetare utilizate

Cercetarea utilizează analiza secundară a datelor din surse multiple: documente strategice (Guvernul Republicii Moldova, 2024), rapoarte de piață (AmCham Moldova, 2025; Ziarul Financiar,

2025), studii academice (Popa, 2024) și rapoarte ale organizațiilor de dezvoltare **(Organizația pentru Dezvoltarea Antreprenoriatului, 2025)**. Pentru analiza interdependenței dintre adoptarea ERP și comportamentul consumatorilor, s-a utilizat o metodă de corelare a indicatorilor sintetici, construind un model conceptual. De asemenea, s-a realizat o analiză comparativă cu obiectivele Uniunii Europene.

Rezultatele obţinute

Tabelul 1. Indicatori cheie ai digitalizării în Republica Moldova

Indicator	Valoare	Sursă
Ponderea sectorului TIC înPIB	7.6% (2021)	Guvernul Republicii Moldova, 2024
Creşterea anuală a exporturilor IT	>30%	Guvernul Republicii Moldova, 2024
Valoarea pieţei e-commerce B2C	8.2 mld. lei (2025)	AmCham Moldova, 2025
Creştere anuală e-commerce	15% (2024 vs 2025)	Ziarul Financiar, 2025
Rata de adoptare ERP în IMM-uri	~12% (2024)	Popa R., 2024
Gospodării cu acces la internet	60% (realizat vs 88% ţintă)	Guvernul Republicii Moldova, 2024
Populaţie care cumpără online	65% (2025)	AmCham Moldova, 2025

Sursa: Elaborat de autor pe baza AmCham Moldova, 2025, Guvernul Republicii Moldova, 2024, Popa R., 2024, Ziarul Financiar, 2025

Analiza datelor relevă o dualitate specifică. Sectorul TIC este performant, cu contribuţii semnificative la PIB şi creşteri spectaculoase ale exporturilor **(Guvernul Republicii Moldova, 2024)**. În acelaşi timp, digitalizarea întreprinderilor din afara sectorului TIC rămâne scăzută, cu o rată de adoptare a sistemelor ERP de aproximativ 12%, iar competenţele digitale sunt inegal distribuite, evidenţiind un decalaj profund între tineri şi vârstnici, precum şi între mediul urban şi cel rural **(Popa, 2024)**. Deşi e-commerce-ul înregistrează o creştere rapidă, cu 65% dintre utilizatori care cumpără online, valoarea absolută a pieţei, estimată la 8,2 miliarde lei, rămâne încă modestă **(AmCham Moldova, 2025)**.

În ceea ce priveşte comportamentul consumatorilor, transformarea este evidentă. Procentul utilizatorilor de internet care efectuează achiziţii online a crescut de la 45% în anul 2022 la 65% în anul 2025 **(AmCham Moldova, 2025)**. Creşterea este mai accentuată în rândul tinerilor cu vârsta cuprinsă între 18 şi 35 de ani, unde ponderea cumpărătorilor online a avansat de la 70% la 88%. De asemenea, utilizarea plăţilor cu cardul online a crescut de la 25% la 45%, reducând ponderea rambursului la livrare şi indicând o încredere sporită în securitatea tranzacţiilor electronice, ca rezultat al extinderii serviciilor bancare digitale şi al eforturilor guvernamentale de digitalizare, inclusiv prin platforma MPay **(Guvernul Republicii Moldova, 2024)**.

Modelul conceptual propus în acest studiu evidențiază două bucle de feedback pozitiv care funcționează simultan.

Prima buclă pornește de la adoptarea sistemelor ERP în întreprinderi. Aceasta contribuie la creșterea eficienței operaționale și la îmbunătățirea calității datelor gestionate, facilitând procese decizionale mai rapide și mai precise **(Popa, 2024)**. Ca rezultat, întreprinderile pot oferi o experiență online îmbunătățită consumatorilor, manifestată prin actualizarea stocurilor în timp real și prin aplicarea unor prețuri dinamice adaptate cererii. Consumatorii beneficiază astfel de o experiență de cumpărare pozitivă, ceea ce stimulează creșterea cererii pentru achizițiile online. La rândul său, cererea în creștere exercită presiune asupra întreprinderilor pentru a-și accelera procesul de digitalizare, închizând astfel bucla de feedback pozitiv **(AmCham Moldova, 2025)**.

A doua buclă începe cu creșterea volumului de comerț electronic. Tranzacțiile online generează cantități semnificative de date privind comportamentul și preferințele consumatorilor, date care pot fi valorificate prin tehnologii avansate precum Big Data și Inteligența Artificială, inclusiv prin intermediul modulelor ERP avansate **(Popa, 2024)**. Rezultatul constă în personalizarea ofertelor în funcție de profilul fiecărui consumator, ceea ce contribuie la creșterea loialității acestora față de platformele online. Consumatorii fideli tind să efectueze achiziții mai frecvente în mediul digital, amplificând astfel creșterea comerțului electronic și consolidând procesul de transformare digitală **(Guvernul Republicii Moldova, 2024)**.

Dinamica celor două bucle de feedback pozitiv este reflectată în evoluția empirică a comerțului electronic, prezentată în **Figura 1**, care evidențiază creșterea constantă atât a vânzărilor online de bunuri, cât și a serviciilor digitale în Republica Moldova în perioada 2018–2024.

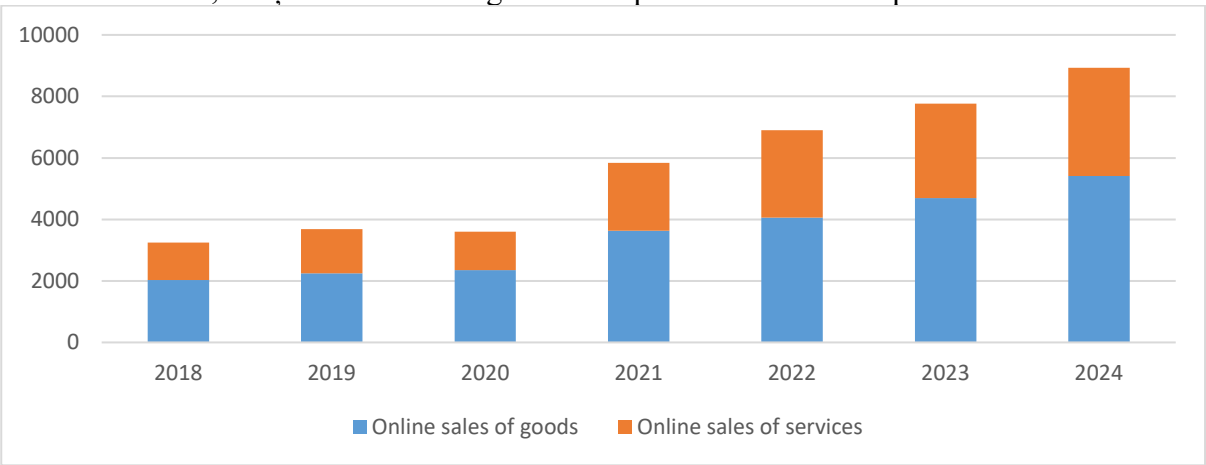


Figura 1. Evoluția vânzărilor online de bunuri și servicii în Republica Moldova, 2018–2024 (MDL, milioane, fără TVA)

Sursa: prelucrare proprie pe baza datelor AmCham Moldova (2025)

CONCLUZII/RECOMANDĂRI

Pe baza analizei, formulăm următoarele concluzii şi recomandări:

Există un decalaj structural. Deşi sectorul TIC şi e-commerce-ul cresc rapid, adoptarea ERP în IMM-uri rămâne scăzută (~12%). Acest decalaj riscă să creeze o economie dual㠖. Recomandare: Crearea unui „Pachet Integrat pentru Digitalizarea IMM-urilor" care să combine: (a) granturi sau credite subvenţionate pentru achiziţia ERP, (b) un program naţional de formare a „consilierilor pentru transformare digitală", (c) o platformă guvernamentală de tip „sandbox" pentru testarea soluţiilor ERP.

Bariera principală nu este doar financiară, ci şi legată de capitalul uman. Recomandare: Campanie naţională de alfabetizare digitală pentru antreprenori şi angajaţi, cu module scurte, accesibile şi practice. Certificarea competenţelor ar trebui să fie un criteriu de eligibilitate pentru finanţare.

Există un feedback pozitiv între oferta digitală a întreprinderilor şi cererea digitală a consumatorilor.

Extinderea şi promovarea serviciilor e-guvernare pentru a crea „încredere digitală" de bază. Măsurarea succesului ar trebui să includă nu doar numărul de servicii digitalizate, ci şi gradul de utilizare şi satisfacţia utilizatorului.

Adoptarea oficială a unei versiuni adaptate a Indicelui Economiei şi Societăţii Digitale (DESI Moldova) pentru a măsura anual progresul.

REFERINȚE

1. AmCham Moldova. (2025). *Piața comerțului electronic în Republica Moldova 2025*. Disponibil la: https://ecomnews.ro/2026/01/15/piata-e-commerce-b2c-moldova-2025/

2. DemocracyMD. (2025). *Digitalizarea serviciilor publice în Republica Moldova*. Disponibil la: https://democracy.md/digitalizarea-serviciilor-publice-cum-schimba-republica-moldova-peisajul-economic-si-administrativ/
3. Guvernul Republicii Moldova. (2024). *Strategia de transformare digitală a Republicii Moldova 2023–2030*. Disponibil la: https://egov.md/sites/default/files/document/attachments/strategia_de_transformare_digitala_2023-2030.pdf
4. Organizația pentru Dezvoltarea Antreprenoriatului. (2025). *Programul „Transformarea digitală a IMM-urilor”*. Disponibil la: https://www.oda.md/en/transformare-digitala-en
5. Popa, R. (2024). *Provocări privind implementarea sistemelor ERP în întreprinderile mici și mijlocii din Republica Moldova*. Disponibil la: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/p-237-245_0.pdf
6. Ziarul Financiar. (2025). *Piața de e-commerce din Republica Moldova a crescut cu 15% în 2024*. Disponibil la: https://www.zf.ro/business-hi-tech/piata-e-commerce-republica-moldova-crescut-15-2024-ramane-cea-slab-22966773

Coordonator științific: ȘUȘU-ȚURCAN Aurelia, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova, Strada Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni 61, MD-2005, Chișinău, Republica Moldova
Telefon: +373 69 255 595
e-mail: turcan.aurelia.4u8h@ase.md