

# TRANSFORMĂRI DIGITALE ȘI DEZVOLTAREA COMERȚULUI ELECTRONIC ÎN MOLDOVA

**Aurelia ȚURCAN, Doctor în Economie, Conferențiar Universitar,  
Academia de Studii Economice din Moldova**

**E-mail:** [aurelia\\_turcan@mail.ru](mailto:aurelia_turcan@mail.ru)

**ORCID:** <https://orcid.org/0009-0003-2512-2231>

**Lucia GUJUMAN, Doctor în Economie, Conferențiar Universitar,  
Academia de Studii Economice din Moldova**

**E-mail:** [gujuman.lucia@ase.md](mailto:gujuman.lucia@ase.md)

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0001-7940-4291>

**DOI:** <https://doi.org/10.36004/nier.cecg.II.2024.18.26>

***Abstract.** The digital transformations of recent years have revolutionized the global economy, contributing to the emergence of a new economy - the digital economy. As a result, new directions for doing business have emerged, but existing directions have also changed dramatically. The emergence of global communication networks, and in particular the Internet, has led to a revolution in the organization and implementation of e-commerce activities. The development of e-commerce offers great opportunities for our country. The paper presents theoretical approaches to e-commerce. The article describes the advantages and disadvantages of the development of this important sector of the digital economy. The article notes the importance and challenges of e-commerce, the growing relevance of e-commerce and the level of development of e-commerce in the Moldovan economy. Digital transformation will enable the creation of a digital society in Moldova, where electronic services are accessible to all citizens. This means not only providing online services, but also ensuring a secure and inclusive digital environment where personal data is protected and cybersecurity is a priority.*

**Keywords:** digital transformations, digital economy, e-commerce

**JEL:** H21, L 81, M10, M13, M15

**UDC:** 339.138:004.738.5(478)

**Introducere.** Dezvoltarea și răspândirea tehnologiei informației a impulsionat puternic utilizarea resurselor digitale în vederea desfășurării afacerilor și a devenit un factor important în dezvoltarea economiei digitale. Transformările digitale în Moldova reprezintă un pas crucial spre un viitor mai prosper și mai competitiv, având potențialul de a transforma radical modul în care trăim și lucrăm.

Unul dintre obiectivele principale ale transformării digitale în Moldova este crearea unei societăți digitale prielnice cetățenilor țării, în care serviciile electronice și afacerile online, să fie accesibile tuturor cetățenilor într-un mediu digital sigur și protejate din punct de vedere a securității cibernetice.

Scopul acestei lucrări constă atât în determinarea instrumentariului teoretic ale unei economii digitale, precum și analiza unei societăți ce dezvoltă afacerile electronice.

**Revizuirea literaturii.** Comerțul electronic, sau e-commerce, a devenit un domeniu important de cercetare datorită dezvoltării sale rapide și influenței semnificative asupra economiei globale. În această revizuire, vor fi analizate principalele cercetări și lucrări științifice ale autorilor internaționali care au adus contribuții semnificative în înțelegerea și dezvoltarea comerțului electronic. Kenneth Laudon și Carol Traver sunt autorii mai multor manuale și articole științifice influente despre comerțul electronic și sistemele de informații. Lucrarea lor "E-commerce: Business, Technology, Society" (Laudon & Traver, 2021) este unul dintre cele mai citate manuale din acest domeniu, oferind o privire de ansamblu cuprinzătoare asupra tehnologiilor, modelelor de afaceri și aspectelor sociale ale comerțului electronic. Ei subliniază importanța integrării soluțiilor tehnologice și a strategiilor de afaceri pentru dezvoltarea de succes a comerțului electronic, precum și influența factorilor sociali și juridici asupra dezvoltării acestuia.

John Hagel III și Arthur G. Armstrong Cartea "Net Gain: Expanding Markets through Virtual Communities" (Hagel & Armstrong, 1997) analizează utilizarea strategică a comunităților virtuale pentru crearea de noi oportunități de piață și creșterea profitului. Autorii propun conceptul de creare a valorii prin construirea și gestionarea comunităților online, ceea ce contribuie la întărirea legăturilor cu clienții și la creșterea loialității. Ei arată clar că, pentru a concura în economia online, trebuie să stabiliți o abordare complet nouă a dezvoltării produselor, marketingului, serviciului clienți și distribuției și să regândiți relațiile companiei dvs. cu clienții, furnizorii și concurenții.

Hossein Bidgoli în lucrarea "Electronic Commerce: Principles and Practice" (2001) (Bidgoli, 2001), prezintă principiile și practicile de bază utilizate în comerțul electronic, acoperind teme precum securitatea tranzacțiilor, aspectele juridice și dezvoltarea afacerilor pe Internet. Cercetarea se concentrează pe importanța creării unei infrastructuri de securitate fiabile și a protecției datelor pentru funcționarea cu succes a magazinelor online și a altor platforme de comerț electronic.

Erik Brynjolfsson și Andrew McAfee În cărțile lor "The Second Machine Age" (Brynjolfsson & McAfee, 2014) și "Machine, Platform, Crowd" (Brynjolfsson & McAfee, 2017), ei explorează impactul tehnologiilor digitale asupra economiei și afacerilor, inclusiv comerțul electronic. În The Second Machine Age, Andrew McAfee și Erik Brynjolfsson au prezis unele dintre efectele de anvergură ale tehnologiilor digitale asupra vieților și afacerilor noastre. Au scris un ghid pentru a ajuta cititorii să profite la maximum de viitorul nostru colectiv. Autorii analizează modul în care inteligența artificială, automatizarea și modelele de afaceri pe platforme transformă comerțul electronic, creând noi oportunități pentru inovație și creștere.

Dave Chaffey "E-Business and E-Commerce Management" (Chaffey, 2019) cu coautori a editat deja a 7 ediție a manualului (prima ediție a cărții a apărut în 2002). Este nu numai un manual, dar și este un ghid cuprinzător pentru gestionarea afacerilor electronice și comerțului electronic. Chaffey subliniază importanța planificării strategice și a gestionării modelelor de afaceri digitale pentru a obține un avantaj competitiv pe piața globală de comerț electronic.

Ideile și cercetările științifice ale autorilor internaționali oferă o înțelegere profundă a comerțului electronic, a oportunităților și provocărilor sale. Lucrările autorilor precum Laudon, Hagel, Biederman, Brynjolfsson și Chaffey sunt fundamentale pentru dezvoltarea continuă a acestui domeniu. Aceste cercetări subliniază importanța inovațiilor tehnologice, gestionării strategice și asigurării securității pentru dezvoltarea de succes a comerțului electronic la nivel global.

Comerțul electronic a devenit un subiect important de studiu și în Republica Moldova, datorită dezvoltării rapide a internetului și a tehnologiilor digitale. În acest context, mai mulți autori români și moldoveni au contribuit la înțelegerea și dezvoltarea acestui domeniu prin cercetări și lucrări semnificative.

Domeniile e-business și e-commerce foarte vast au fost reflectate de la începutul mileniului III în lucrările savanților români Traian Surcel, Radu Marsanu (Surcel, Marsanu, Pocatilu, Reveiu, Alecu, & Bologa, 2005), Ion Gh. Roșca și mulți alții. Manualul "Comerțul electronic. Concepte, tehnologii și aplicații" (2000) elaborat sub redacția Ion Gh. Roșca, Cristina-Mihaela Bucur, Carmen Timofte-Stanciu, Octavian Palu, Mirela Visean este o lucrare utilă pentru înțelegerea profundă a procesului digitalizării și comerțului electronic și oferă perspective valoroase pentru viitor (Roșca, Bucur, Timofte-Stanciu, Palu, & Visean, 2000). Este un ghid complet care îmbină teoria cu practica, oferind cititorilor atât cunoștințe conceptuale, cât și abilități practice.

Cercetarea publicată de un grup de autori Valentin-Andrei Mănescu, Gheorghe Militaru, Andreea Barbu, Ramona-Alexandra Neghină, Dragoș-Georgian Ilie "E-commerce adoption in Romanian SMEs" (Mănescu, Militaru, Barbu, Neghină, & Ilie, 2020) explorează adoptarea comerțului electronic de către IMM-urile din România, subliniază faptul că principalul factor de adoptare a e-commerce este legat de competitivitatea pe piață și de nevoia de inovare. Printre barierele identificate se numără costurile inițiale și lipsa competențelor digitale.

Cercetările realizate de savanții din Republica Moldova Stratan A., Belostecinic G., Șavga L. (Șavga L., Șavga G., & Surugiu, 2013), Ciobanu Gh. (Ciobanu, 2017), Bădărău E. (Bădărău, 2010) ș.a. oferă o perspectivă profundă asupra digitalizării economiei, precum și stării actuale și potențialului comerțului electronic în Republica Moldova.

Cercetările publicate sunt esențiale pentru înțelegerea modului în care digitalizarea și comerțul electronic pot fi utilizate pentru a stimula dezvoltarea economică și a spori competitivitatea întreprinderilor locale. Autori au contribuit semnificativ la înțelegerea provocărilor și oportunităților comerțului electronic, evidențiind necesitatea unei infrastructuri digitale solide și a unor politici favorabile pentru a stimula creșterea și inovarea în acest domeniu.

## **Transformări Digitale și comerțul electronic - aspecte teoretice.**

Transformarea digitală este procesul de adoptare și implementare a tehnologiei digitale pentru îmbunătățirea, modernizarea și crearea de noi produse și procese. Oferind beneficii incredibile în mediului actual de afaceri, transformarea digitală a devenit din ce în ce mai importantă pentru organizațiile care doresc să prospere și să evolueze rapid. Pe măsură ce se adoptă din ce în ce mai multe soluțiile digitale, crește avantajul competitiv și succesul pe termen lung, deoarece prin valorificarea tehnologiei și a informațiilor bazate pe date, organizațiile pot optimiza procesele, îmbunătăți procesul decizional și spori productivitatea generală. Importanța transformării digitale constă în capacitatea rapidă de stimulare a inovării, eficientizării operațiunilor și satisfacerii nevoilor în continuă evoluție ale clienților într-o lume digitală.

Transformările digitale care pornesc de la schimbul electronic de date (EDI) și dezvoltarea sistemelor de mesagerie electronice la sfârșitul anilor 1960, au pus baza unei noi economii - economii digitale. Însă, cu toate acestea, doar ascensiunea Internetului în anii 1990, a permis o dezvoltare de glorie a transformării economiei și apariției comerțului electronic, care a devenit un boom în afacerile moderne. Mai mult decât atât, implementarea tehnologiilor avansate disponibile în societate, a dezvoltat pe larg noțiunea de Economie Digitală (vezi **Figura 1.**)

Utilizarea noilor tehnologii disponibile în societate a dus la dezvoltarea Economiei Digitale și apariției de concepte noi: e-government (guvernare electronică), e-business (afacere electronică), e-commerce (comerț electronic), e-marketing (marketing electronic) etc., în care comerțul electronic i-a revenit o un rol esențial.

În acest context, comerțul electronic fiind o activitate de desfășurare a unei afaceri prin intermediul rețelei Internet, de vânzare de bunuri și servicii având loc off-line sau on-line, nu doar că stimulează creșterea economică, dar contribuie și la dezvoltarea digitalizării societății și la crearea de oportunități inovative de afaceri, schimbând fundamental modul în care companiile și consumatorii interacționează.

O definiție în accepțiune "tradițională", a ceea ce înseamnă comerțul online este cea dată de Robin Mansell: "Comerțul online înseamnă, utilizarea în rețele cu valoare adăugată a unor aplicații de tipul transferului electronic de documente, a comunicațiilor fax, codurilor de bare, transferului de fișiere și a poștei electronice. Extraordinara dezvoltare a interconectivității calculatoarelor în Internet, în toate segmentele societății, a condus la o tendință tot mai evidentă a companiilor de a folosi aceste rețele în aria unui nou tip de comerț, comerțul online în Internet, care să apeleze - pe lângă vechile servicii amintite - și altele noi." (Golovaci, 2021).

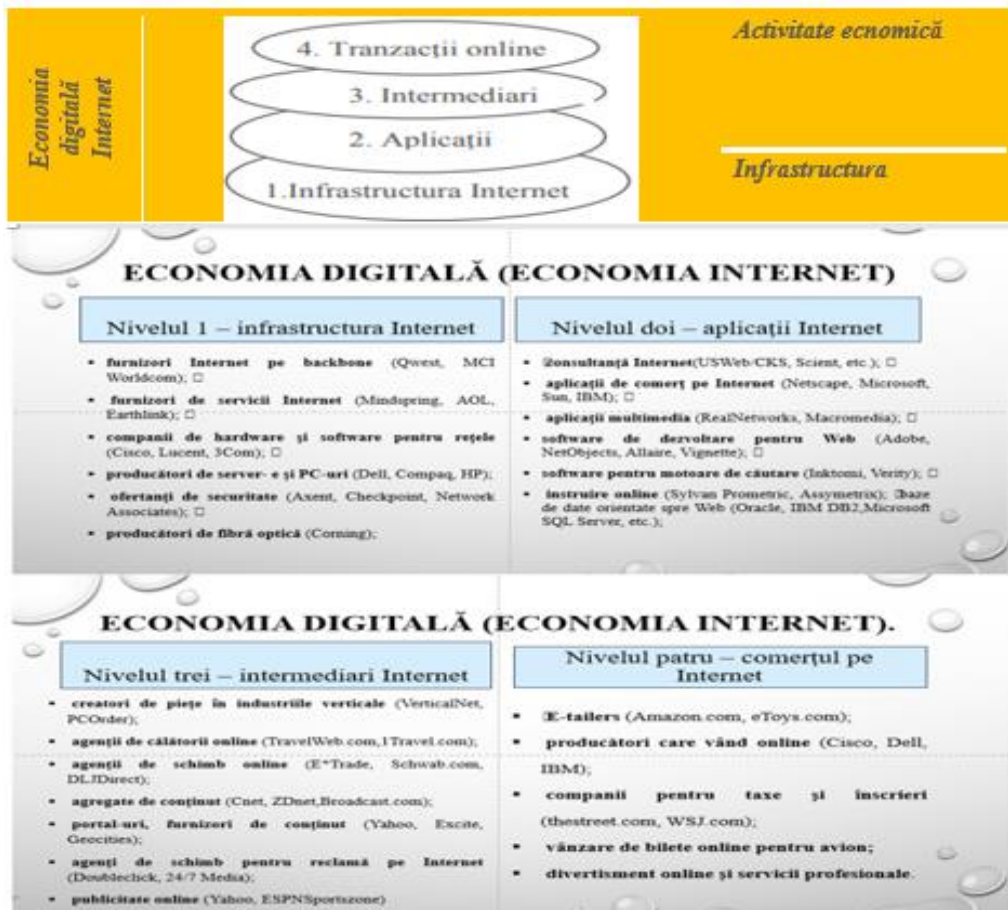


Figura 1. Nivelurile Structurii Economiei digitale

În conformitate cu definiția OCDE stabilită în 2001 și revizuită în 2009 (OCDE, 2011) a *Comerțului electronic* este: „O tranzacție de comerț electronic este vânzarea sau cumpărarea de bunuri sau servicii, efectuată prin intermediul rețelelor de calculatoare prin metode special concepute în scopul primirii sau plasării de comenzi. Bunurile sau serviciile sunt comandate prin aceste metode, dar plata și livrarea finală a bunurilor sau serviciilor nu trebuie neapărat să fie efectuate online. O tranzacție de comerț electronic poate fi efectuată între întreprinderi, gospodării, persoane fizice, guverne și alte organizații publice sau private. Sunt incluse comenzile efectuate prin intermediul internetului, extranetului sau schimbului electronic de date. Tipul este definit de metoda de plasare a comenzii. Sunt excluse comenzile efectuate prin apel telefonic, fax sau e-mail scris manual.” (OECD, 2019).

Trebuie de menționat că, calificarea unei tranzacții comerciale drept comerț electronic este determinată de metoda de comandă și nu de caracteristicile produsului achiziționat, părțile implicate, modalitatea de plată sau canalul de livrare.

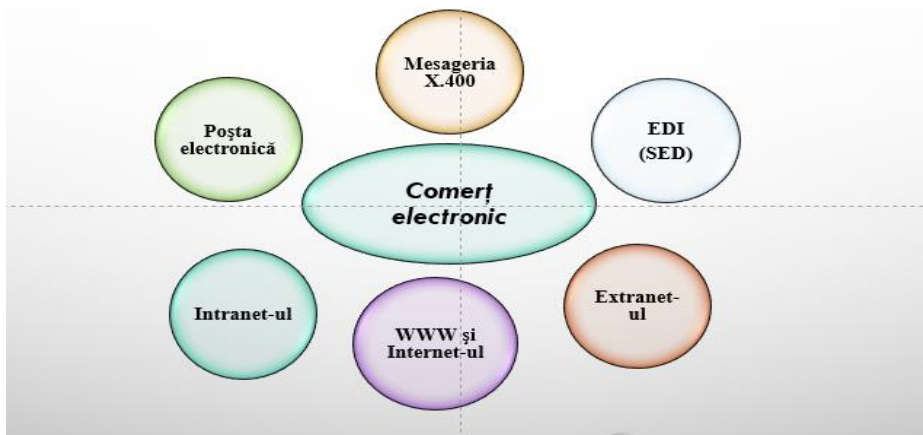


Figura 2. Componentele comerțului electronic

Sursa: elaborat de autori în baza (Șavga L., Șavga G. & Surugiu, 2013)

Comerțul electronic reprezintă, în esență, procesul de cumpărare și vânzare de bunuri și servicii și desfășurarea de activități comerciale prin intermediul unei „rețele electronice” și include telemarketingul, publicitatea online, cumpărăturile online, promovarea afacerilor prin intermediul social media și multe altele.

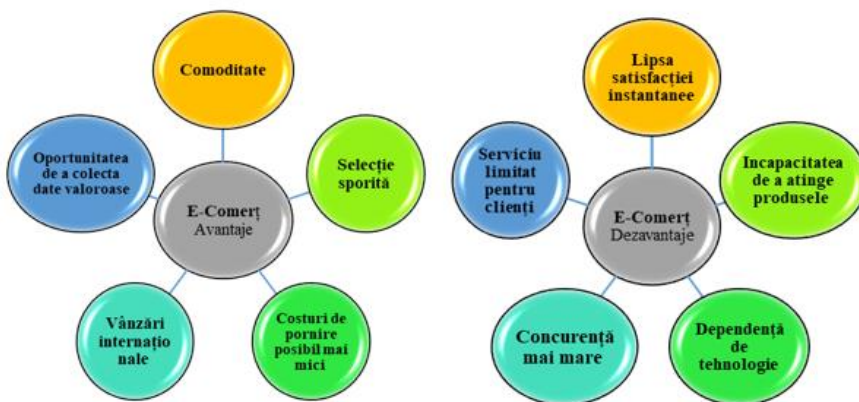


Figura 3. Avantajele și dezavantajele Comerțului electronic

Sursa: elaborat de autori în baza (Golovaci, 2021) (Șavga L., Șavga G. & Surugiu, 2013)

Fiind un model de marketing foarte eficient, E-Comerțul câștigă rapid terenul ca paradigmă de afaceri, deoarece tot mai mult și mai mult antreprenorii realizează tranzacții comerciale prin internet, site-uri web, ce oferă funcționalități rapide. Lumea afacerilor pe internet este imensă și, odată cu progresul tehnologic, perspectivele comerțului electronic sunt, de asemenea, în continuă creștere.

Impactul pozitiv enorm asupra al Comerțul electronic pe Internet reiese din două avantaje principale: \*Dispariția limitelor geografice de vânzare; \*Economii la vânzarea/cumpărarea produsului.

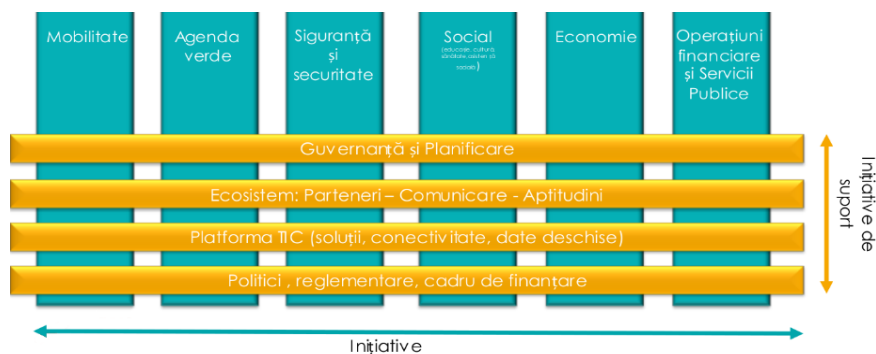
Cele mai principale avantaje și dezavantaje ale comerțului electronic (E-Comerț) sunt prezentate în **Figura 3**.

**Principalele inițiative și strategii guvernamentale privind Transformarea Digitală în Republica Moldova.** Transformările digitale reprezintă un proces esențial pentru modernizarea și eficientizarea diferitelor sectoare economice și sociale, contribuind astfel la creșterea competitivității și la îmbunătățirea calității vieții cetățenilor. Transformarea digitală în R. Moldova este în creștere rapidă, fiind influențată de o industrie TIC puternic dezvoltată și de angajamentul guvernului. Această transformare este importantă pentru dezvoltarea comerțului electronic, în special în rândul entităților mici și mijlocii (ÎMM). Utilizarea tehnologiilor digitale, astăzi sunt o necesitate pentru afacerile care doresc să devină competitive într-o economie digitală.

Moldova a făcut pași semnificativi în dezvoltarea infrastructurii sale digitale, beneficiind de una dintre cele mai rapide conexiuni la internet din Europa de Est, ceea ce oferă o bază solidă pentru digitalizarea afacerilor, permițând ÎMM-urilor să acceseze noi piețe, să-și optimizeze operațiunile și să reducă costurile prin adoptarea soluțiilor digitale. Viziunea Guvernului asupra procesului de digitalizare este prezentată în **Strategia de transformare digitală a Republicii Moldova pentru 2023-2030**.

*Obiectivele cheie ale strategiei sunt orientate pe dezvoltarea durabilă a Moldovei și sunt prezentate schematic în figura 4.*

Digitalizarea în Moldova implică adoptarea pe scară largă a tehnologiilor moderne de către instituții publice, companii private și populație, în scopul de a simplifica procesele administrative, de a spori transparența și de a stimula inovația. Acest proces include dezvoltarea și implementarea serviciilor electronice, investiții semnificative în sectorul tehnologiei informației și comunicațiilor (TIC), și consolidarea infrastructurii digitale. Pentru realizarea acestora sunt preconizate o serie de acțiuni (repartizate în 11 blocuri).



**Figura 4. Cadrul de transformare digitală a Republicii Moldova pentru 2023-2030.**

*Sursa: Republica Moldova – Strategia de transformare digitală 2023–2030*

Principiile de reglementare a comerțului electronic, condițiile de furnizare a serviciilor societății informaționale, răspunderea furnizorilor de servicii și a intermediarilor, precum și principiile de susținere a cooperării între Republica Moldova și alte state în procesul de furnizare a serviciilor societății informaționale

sunt stabilite prin Legea nr. 284-XV din 22.07.2004 (Legea 284/22-07-2004). Legea privind comerțul electronic a fost modificată în martie 2023 și redenumită în "Lege privind serviciile societății informaționale", care intră în vigoare de la 1 iulie 2023. Astfel, legislația a fost ajustată în conformitate cu Acordul de Asociere cu UE/Zona de Liber Schimb Aprofundată și Cuprinzătoare a Republicii Moldova (AA/DCFTA), cu accent pe protecția datelor cu caracter personal.

Prezenta lege definește comerțul electronic – "ca activitatea de comerț a persoanelor fizice și juridice de vânzare a bunurilor, executare a lucrărilor sau prestare a serviciilor, desfășurată prin intermediul mijloacelor electronice, mijloacelor de comunicare la distanță, contractelor la distanță;" (Legea 284/22-07-2004).

De asemenea, legea prevede că dreptul de a efectua comerț electronic se obține din momentul înregistrării la ASP a persoanei juridice sau a întreprinzătorului individual în condițiile Legii nr.220/2007 privind înregistrarea de stat a persoanelor juridice și a întreprinzătorilor individuali.

În calitate de *subiecți ai comerțului electronic* pot fi persoanele fizice și juridice, inclusiv străine, indiferent de tipul de proprietate și forma de organizare juridică. *Obiecte ale comerțului electronic sunt:* 1. bunurile ce pot fi înstrăinate conform prevederilor legale; 2. lucrările; 3. serviciile.

**Analiza evoluției comerțului electronic în Republica Moldova.** Comerțul electronic reprezintă astăzi un element principal al dezvoltării economiei digitale, și oferă noi oportunități de creștere atât pe plan intern cât și pe plan internațional. În Republica Moldova comerțul electronic a început să se dezvolte la sfârșitul anilor 1990, odată cu creșterea numărului de utilizatori Internet, iar primele magazine online au apărut la începutul anilor 2000. Sectorul comerțului electronic din Moldova s-a extins pe măsură ce accesul la internet devine din ce în ce mai disponibil. Pandemia de COVID-19 a subliniat necesitatea dezvoltării plăților online și a sistemelor bancare online.

Conform Ministerul Dezvoltării Economice și Digitalizării din numărul total al plăților fără numerar efectuate de către cetățenii Republicii Moldova în anul 2021-2022, în special cele prin intermediul platformelor de comerț electronic (129,5 mil. operațiuni), 15 mil. dintre acestea sau 11,5% au fost efectuate fără prezența fizică a cardului, pe platforme de comerț electronic, cu cardurile de plată emise în RM (MDED, 2022). Dintre acestea, 3,3 milioane operațiuni, în valoare de 1,6 mld. lei, au fost efectuate pe platforme de e-comerț în Republica Moldova și 11,7 milioane operațiuni, în valoare de 5,0 md. lei, efectuate pe platforme de e-comerț peste hotare. Atât numărul cât și valoarea plăților au înregistrat creșteri de 36,3 la sută și, respectiv 37,5 la sută, față de anul 2020 (MDED, 2022).

În cazul plăților online pe e-shop-urile din Moldova, în primele trei luni din 2024, valoarea medie a tranzacției de comerț electronic a fost de aproximativ 32,3 euro (fără TVA) (AmCham, 2024).

Conform Raportului a pieței comerțului electronic al Republicii Moldova (AmCham, 2024) în structura vânzărilor de bunuri prin E-comerț pondera majoră 50% o dețin Electrocasnicele și piesele auto. Cele mai populare puncte de vânzare

electronice identificate care vând produse tangibile în Moldova sunt e-shop-urile și e-stores (vezi Fig. 5).

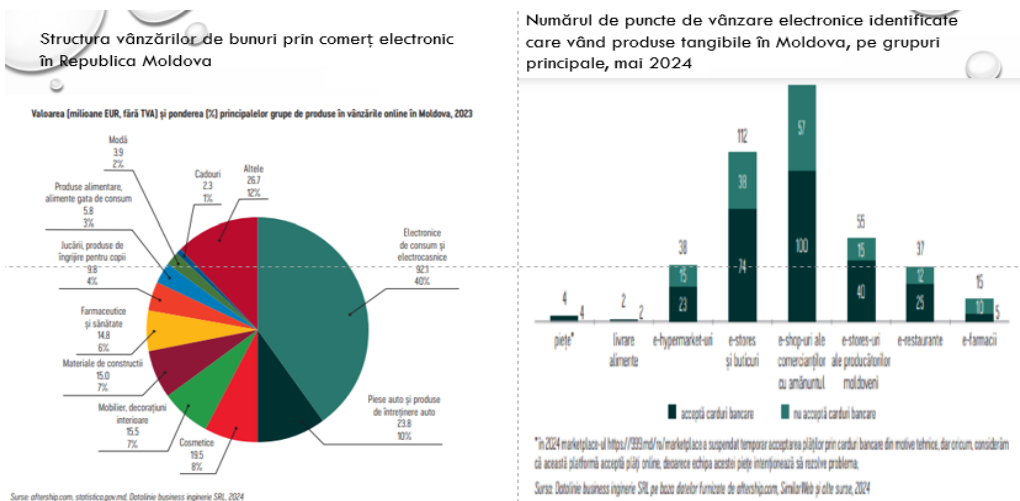


Figura 5. Structura vânzărilor de bunuri prin comerț electronic în Republica Moldova și Numărul de puncte de vânzare electronice identificate care vând produse tangibile în Moldova, pe grupuri principale, mai 2024

Din numărul total de platforme de comerț electronic în Republica Moldova jumătate vând produse tangibile și jumătate oferă servicii comerciale, însă aproximativ 20% de platforme moldovenești de comerț electronic nu acceptă plăți cu cardul bancar.

Evoluția platformelor de comerț electronic în Republica Moldova este în creștere de la 764 la 1199 la sfârșitul anului 2023 cu o creștere de 435 față de anul precedent, iar față de anul 2020 numărul platformelor s-a dublat (AmCham, 2024).

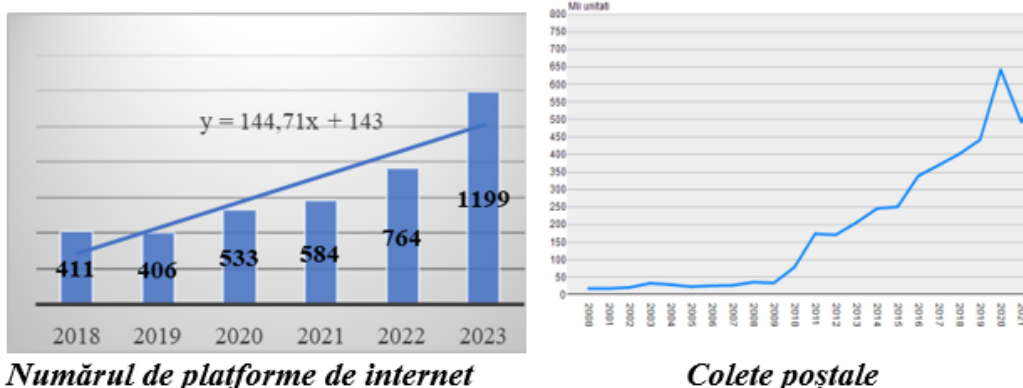


Figura 6. Numărul de platforme de internet ce acceptă plăți cu cardul bancar în Moldova și Expedieri poștale. Sursa: (BNM, 2024)

Creșterea rapidă a fost impulsionată de două probleme grave: Pandemia Covid în anul 2020 și războiul din Ucraina în 2022. Conform unui studiu efectuat arată că în anul 2022, când cererea pentru relocare a profesioniștilor IT din regiune și nu doar era foarte înaltă, și Moldova a avut o șansă mare de a impulsiona un boom în afacerile electronice, nu a pregătit o ofertă de țară, ce a fost un rateu. Acest fapt, ar spori atractivitatea RM în calitate de destinație țintă pentru IT profesioniștinumiți și nomazii digitali. Conform studiului (Legea pentru modificarea unor acte normative (dezvoltarea economiei digitale) Proiect), la un număr estimat de cel puțin 1000 de nomazi digitali, impactul pozitiv asupra bugetului va fi prin taxe directe și indirecte de min. 100 mln. lei.

Din numărul total al plăților fără numerar (129,5 milioane operațiuni), 15 milioane de operațiuni au fost efectuate fără prezența fizică a cardului, pe platforme de comerț electronic, cu cardurile de plată emise în Republica Moldova, ceea ce constituie 11,5%. un studiu realizat de Camera de Comerț Americană din Moldova constată ca locuitorii de la sate nu prea fac cumpărături online, 80% din populația în vârstă nu utilizează serviciile oferite de magazinele online (Republica Moldova – Strategia de transformare digitală 2023–2030).

**Concluzii.** Transformările digitale și dezvoltarea continua a comerțului electronic în Moldova reprezintă un pas crucial spre un viitor mai prosper și mai competitiv, având potențialul de a transforma radical modul în care trăim și lucrăm. Investițiile continue în digitalizarea societății, prin tehnologii și infrastructură, precum și educația digitală, vor juca un rol esențial în atingerea acestor obiective ambițioase. În ultimii ani, Republica Moldova a înregistrat progrese semnificative în direcția digitalizării, reflectând o tranziție importantă spre o economie bazată pe tehnologie. Transformările digitale reprezintă un proces esențial pentru modernizarea și eficientizarea diferitelor sectoare economice și sociale, contribuind astfel la creșterea competitivității și la îmbunătățirea calității vieții cetățenilor.

Reieșind din cercetarea efectuată considerăm că, în următorii trei ani, dezvoltarea pieței de comerț electronic din Moldova va depinde de creșterea veniturilor disponibile ale populației, precum și de eforturile principalilor retaileri online de a-și extinde și diferenția portofoliile de produse, de a îmbunătăți experiența de cumpărare pe internet a clienților și de a oferi prețuri mai mici decât în comerțul cu amănuntul offline. Un beneficiu pentru populația Moldovei este lansarea, la începutul anului 2024, sistemului de plăți instantanee **MIA** care poate reduce costul tranzacțiilor de comerț electronic în țară și preconizăm că va contribui la dezvoltarea pieței (AmCham, 2024).

Se așteaptă ca impactul factorilor de creștere a pieței anteriori analizați, inclusiv lansarea de noi platforme de comerț electronic și extinderea operatorilor de livrare pe ”ultimul kilometru” în Moldova, să se epuizeze deja în acest an.

Nu ne așteptăm ca în 2024-2025 în Moldova să fie lansate proiecte revoluționare de comerț electronic, precum și un număr mare de noi magazine electronice pentru a stimula vânzările pe internet, dacă nu vom avansa în procesul de integrare europeană. Transformării digitale vor permite crearea unei societăți digitale în Moldova, în care serviciile electronice să fie accesibile tuturor

cetățenilor. Acest lucru presupune nu doar furnizarea de servicii online, ci și asigurarea unui mediu digital sigur și incluziv, în care datele personale sunt protejate și securitatea cibernetică este prioritară.

## REFERINȚE BIBLIOGRAFICE

- AmCham. (2024). *Raportul a pieței comerțului electronic al Republicii Moldova*. [https://www.amcham.md/st\\_files/2024/07/15/AmCham%20Moldova%20Raport%20pia%C8%9Ba%20comer%C8%9Bului%20electronic%20din%20Republica%20Moldova%20RO.pdf](https://www.amcham.md/st_files/2024/07/15/AmCham%20Moldova%20Raport%20pia%C8%9Ba%20comer%C8%9Bului%20electronic%20din%20Republica%20Moldova%20RO.pdf)
- Bădărău, E. (2010). *Comerțul electronic - componentă de bază a comerțului modern*. [https://ibn.idsi.md/ro/vizualizare\\_articol/19480/bibtex/](https://ibn.idsi.md/ro/vizualizare_articol/19480/bibtex/)
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The Second Machine Age*. [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4312922/mod\\_resource/content/2/Erlik%20-%20The%20Second%20Machine%20Age.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4312922/mod_resource/content/2/Erlik%20-%20The%20Second%20Machine%20Age.pdf)
- Chaffey, D. (2019). *E-Business and E-Commerce Management*. <https://www.slideshare.net/slideshow/digital-business-and-ecommerce-management-7th-edition/265906419>
- Ciobanu, Gh. (2017). Economia digitală din Republica Moldova - obiective și perspective. In: *Securitatea informațională: conferință* (Ediția a 13-a, pp. 193-201). Chișinău.
- Golovaci, A. (2021). *Comerțul online și offline: avantajele și dezavantajele acestora*. [http://repository.utm.md/bitstream/handle/5014/16473/Conf\\_TehStiint\\_UTM\\_StudMastDoct\\_2021\\_V\\_2\\_p542\\_545.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repository.utm.md/bitstream/handle/5014/16473/Conf_TehStiint_UTM_StudMastDoct_2021_V_2_p542_545.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Hagel, J., & Armstrong, A. (1997). *Net Gain: Expanding Markets through Virtual Communities*. Harvard Business School Press. <https://www.scribd.com/document/509812185/Net-Gain-Expanding-Markets-Through-Virtual-Communities>
- Hossein, B. (2001). *Electronic Commerce: Principles and Practice*. <https://bcaofficial.wordpress.com/wp-content/uploads/2017/05/6822967-electronic-commerce-principles-and-practice-0120959771.pdf>
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce: Business, Technology, Society*. <https://fliphtml5.com/xzfd/cnin/basic>
- Legea pentru modificarea unor acte normative (dezvoltarea economiei digitale)* Proiect. <https://cancelaria.gov.md/sites/default/files/document/attachments/665-mded.pdf>
- Legea privind comerțul electronic: nr. 284 din 22.07.2004 (modificată în 2023 în Lege privind serviciile societății informaționale). *Monitorul oficial al Republicii Moldova*, 138-146, art. 741.
- Mănescu, V., Militaru, Gh., Barbu, A., Neghină, R., & Ilie, D. (2020). *E-commerce adoption in Romanian SMEs*. <https://www.dpublication.com/wp-content/uploads/2020/10/5002.pdf>
- McAfee, A., & Brynjolfsson, E. (2017). *Machine, platform, crowd: Harnessing our digital future*. WW Norton & Company.

- Ministerul Dezvoltării Economice și Digitalizării (MDED). (2022). *Comerțul electronic din Republica Moldova*. <https://old.mded.gov.md/ro/content/comertul-electronic-din-republica-moldova-inregistreaza-cresteri-semnificative>
- Ministerul Dezvoltării Economice și Digitalizării. MDED. (2024). *Raport economia digitală*. <https://mded.gov.md/content/economia-digitala/>
- MyEbox. (2024). *Comerț Electronic: Cum să-ți dezvolti afacerea online*. [https://myebox.ro/comert-electronic/?srsltid=AfmBOortVed2veHBdibmSUFHxwgML8BNcUKMEAwwFc4\\_cbqMhtOjzdrR](https://myebox.ro/comert-electronic/?srsltid=AfmBOortVed2veHBdibmSUFHxwgML8BNcUKMEAwwFc4_cbqMhtOjzdrR)
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2019). *Unpacking E-commerce. Business Models, Trends and Policies*. <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/1885800a-en.pdf?expires=1729338538&id=id&accname=guest&checksum=98A75C5F031C7B6F42B5AE8A988B11E2>
- Republica Moldova - *Strategia de transformare digitală 2023-2030*. (2023). [https://mded.gov.md/wp-content/uploads/2023/11/STD\\_RO.pdf](https://mded.gov.md/wp-content/uploads/2023/11/STD_RO.pdf)
- Roșca, I. Gh., Bucur, C., Timofte-Stanciu, C., Palu, O., & Visean, M. (2000). *Comerțul electronic. Concepte, tehnologii și aplicații*. București: Editura Economică.
- Surcel, T., Marsanu, R., Pocatilu, P., Reveiu, A., Alecu, F., & Bologa. R. (2005). *Tehnologii WEB și Baze de date. Cap. 5. Afaceri electronice*. <https://www.scribd.com/doc/93673290/afaceri-electronice-ase>
- Șavga, L., Șavga, G., & Surugiu, T. (2013). *Introducere în e-comerț și e-business*. Chișinău: UCCM.