

COMERȚUL ELECTRONIC ÎN REPUBLICA MOLDOVA

PREZENTARE DETALIATĂ (E-COMMERCE)



I. INTRODUCERE ÎN COMERȚUL ELECTRONIC



DEFINIȚIE ȘI CONTEXT

- Comerțul electronic: vânzarea/cumpărarea online de bunuri și servicii.
- Include relația completă: prezentare, comandă, plată, livrare, post-vânzare.
- E-commerce $\neq$ marketing digital: primul vinde, al doilea promovează.

STRUCTURA UNUI SISTEM DE E-COMMERCE (COMPONENTE)

- Interfață client (site/app, UX/UI).
- Catalog produse + motor de căutare/filtrare.
- Coș de cumpărături, checkout, management cont.
- Gateway de plată, integrare cu bănci/PSP.
- Back-office: ERP/CRM, gestiune stocuri, prețuri, retururi.
- Logistică: curierat, tracking, retur.

FLUXURI PRINCIPALE (END-TO-END)

- Atragerea traficului (SEO/Ads/SM).
- Navigare și selecție produse.
- Checkout (autentificat sau invitat).
- Plată (card, transfer, cash la livrare).
- Fulfillment (picking/packing/expediere).
- Suport clienți, garanții, retururi.

AVANTAJE PENTRU AFACERI

- Acces la piață extinsă (național/extern).
- Costuri mai mici față de retail fizic.
- Automatizare procese și scalabilitate.
- Date analitice pentru decizii rapide.
- Disponibilitate 24/7.

AVANTAJE PENTRU CONSUMATORI

- Comoditate și economie de timp.
- Comparare ușoară a prețurilor/recenziilor.
- Gama mai largă de produse.
- Promoții exclusive online.
- Livrare la domiciliu / puncte pick-up.

DEZAVANTAJE / RISCURI

- Fraudă și phishing; retururi costisitoare.
- Probleme logistică (întârzieri, pierderi).
- Dispute la plăți și chargeback.
- Bariera de încredere și lipsa experienței tactile.
- Conformare legală (date, consumatori).

METRICI & KPI PENTRU E-COMMERCE

- Rata de conversie / valoarea medie a coșului.
- Rata de abandon coș / bounce rate.
- CAC, LTV, ROI pe canal.
- Timp de livrare, rata retur, NPS.

2. CADRUL LEGAL AL COMERȚULUI ELECTRONIC ÎN REPUBLICA MOLDOVA



LEGISLAȚIE DE BAZĂ (ANSAMBLU)

- Legea privind comerțul electronic (nr. 284/2004).
- Legea privind semnătura electronică și documentul electronic (nr. 91/2014).
- Legea privind protecția datelor cu caracter personal (nr. 133/2011).
- Legea serviciilor de plată și moneda electronică (nr. 114/2012).
- Acte subsecvente BNM/ANRCETI; termeni și condiții; politicile interne.

LEGEA COMERȚULUI ELECTRONIC – PRINCIPII

- Validitatea juridică a contractelor încheiate electronic.
- Informații obligatorii pe site (identitate comerciant, termeni).
- Comunicări comerciale și consimțământ.
- Răspunderea intermediarilor de servicii.

DREPTURILE CONSUMATORILOR ONLINE

- Informare precontractuală clară și completă.
- Drept de retragere (14 zile practică europeană, verificați politica).
- Garanții, service, remediere, rambursare.
- Căi de soluționare amiabilă/litigii.

PROTECȚIA DATELOR – OBLIGAȚII CHEIE

- Temei legal pentru prelucrare (consimțământ/contract/obligație legală).
- Notificare/înregistrare operator, registrele de prelucrare.
- Politică de confidențialitate și cookie-uri.
- Măsuri tehnice și organizatorice (minimizare, securitate).
- Drepturile persoanei vizate (acces, rectificare, ștergere).

SEMNĂTURA ELECTRONICĂ ȘI DOCUMENTUL ELECTRONIC

- Valabilitate juridică a documentului electronic.
- Tipuri: simplă, avansată, calificată (certificat calificat).
- Utilizări: contracte B2B/B2C, facturi, procese-verbale.
- Păstrarea și arhivarea documentelor digitale.

PLĂȚI ONLINE ȘI REGLEMENTARE (BNM/PSP)

- Integrarea cu prestatori de servicii de plată licențiați.
- 3-D Secure / autentificare puternică.
- Politici antifraudă și KYC în anumite modele.
- Restituiri (refund), chargeback, litigii.

CONFORMARE PRACTICĂ PENTRU MAGAZINUL ONLINE

- Termeni și condiții, Politici (confidențialitate, retur, cookie).
- Bannere/registre cookie + log consimțământ.
- Pagină „Despre noi” cu date de contact și identificare.
- Acorduri cu curierii, PSP, procesatori de date.
- Registru incidente de securitate + proceduri răspuns.

3. CATEGORIILE DE COMERȚ ELECTRONIC



TIPOLOGII DUPĂ PĂRȚI

- B2C – business către consumator (retail online).
- B2B – business către business (angro, SaaS, licențe).
- C2C – consumer către consumer (platforme anunțuri).
- C2B – consumer către business (influenceri, conținut, crowdwork).

STRUCTURA PROCESELOR (B2C)

- Merchandising digital (promoții, bundle).
- Checkout și plăți; antifraudă.
- Fulfillment, livrare, retur.
- Suport post-vânzare și loializare.

STRUCTURA PROCESELOR (B2B)

- Conturi cu prețuri diferențiate, termene de plată.
- Comenzi recurente, integrări EDI/API.
- Aprobări interne la client, oferte personalizate.
- Logistică volum mare, contracte-cadru.

MECANISME DE FUNCȚIONARE – MARKETPLACE

- Model multi-vânzător, comisioane/abonamente.
- Onboarding selleri, KYC, SLA.
- Escrow, plăți split, facturare.
- Moderare catalog, calitate listări, recenzii.

MECANISME – SOCIAL COMMERCE (C2C/C2B)

- Vânzare direct în rețele sociale (catalog, checkout).
- Live shopping; UGC și influenceri.
- Link în bio, shop tags, mesagerie.

MECANISME – SERVICII DIGITALE/SAAS

- Abonamente, trial, upsell/cross-sell.
- Licențiere, drepturi de utilizare.
- Metering/billing, prevenție churn.

INDICATORI OPERAȚIONALI PE CATEGORII

- B2C: conversie, AOV, cost retur.
- B2B: valoare comandă, ciclu vânzare, retenție.
- Marketplace: GMV, take rate, activare selleri.
- C2C: număr listări active, calitatea recenziilor.

4. MODELE DE COMERȚ ELECTRONIC



MAGAZIN ONLINE PROPRIU

- Control total asupra brandului și experienței.
- Investiții în platformă (SaaS vs. open-source).
- Integrare cu stocuri, ERP, contabilitate.
- Costuri: hosting, dezvoltare, marketing.

MARKETPLACE (PROPRIU SAU EXISTENT)

- Acces rapid la trafic, în schimbul comisionului.
- Reguli/algoritmi de vizibilitate; competiție pe preț.
- Servicii adiționale: fulfillment de platformă, reclame.
- Provocări: diferențiere, dependență de platformă.

DROPSHIPPING

- Fără stocuri proprii; furnizorul livrează direct.
- Marje mai mici, risc de calitate/livrare.
- Necesită selecție strictă furnizori și SLA.
- Important: transparența către client și timpi realiști.

VÂNZARE PRIN REȚELE SOCIALE (SOCIAL COMMERCE)

- Canale: Facebook/Instagram/TikTok/YouTube.
- Checkout integrat sau link spre site.
- Content-first: video, live, recenzii, UGC.
- Măsurare: coduri/UTM, atribuție.

ABORDARE OMNICHANNEL

- Integrare online—offline (BOPIS, click&collect).
- Unificarea stocurilor și a prețurilor.
- CRM unic; programe de loialitate.
- Analitică unificată și atribuire.

TEHNOLOGII-CHEIE

- Platforme (Shopify/Magento/PrestaShop etc.).
- PSP/BNM, 3-D Secure, anti-fraud.
- WMS, TMS, integrări API.
- BI/ETL, CDP, tag management.

ALEGEREA MODELULUI POTRIVIT

- Validați cererea (MVP, teste).
- Calculați unit economics & cash flow.
- Evaluați capacitatea operațională și legală.
- Plan de securitate și continuitate.

5. CREAREA UNEI AFACERI ONLINE ÎN REPUBLICA MOLDOVA



ETAPE DE LANSARE

- Alegerea formei juridice și înregistrarea la ASP.
- Nomenclator/CAE relevant; înregistrare TVA (dacă e cazul).
- Domeniu, hosting, platformă, design UX.
- Termeni legali, politici, relații cu furnizori/curieri.

ACTE ȘI CONFORMITATE

- Date de identificare publicate pe site (denumire, IDNO, adresă).
- Contracte: PSP, curieri, procesatori date, marketplace.
- Politici: confidențialitate, cookie, retur/garanții.
- Facturare electronică și arhivare documente.

SISTEME DE PLATĂ

- Card (3-D Secure), transfer bancar, ramburs.
- Plăți recurente/abonamente; portofele digitale.
- Compatibilitate cu BNM/PSP licențiați.
- Proceduri de refund și chargeback.

RELAȚII CU CLIEȚII (CX)

- SLA pentru răspuns & soluționare.
- Politică prietenoasă de retur; RMA.
- Chatbot/Contact center, FAQ, tracking în timp real.
- Program de loialitate și personalizare.

SECURITATE ȘI PROTECȚIA DATELOR

- HTTPS peste tot; criptare în tranzit și la rest.
- Autentificare multi-factor în back-office.
- Backup & plan de continuitate.
- Testare periodică (audit, pentest).

LOGISTICĂ ȘI OPERAȚIUNI

- Ambalare, etichetare, AWB, tracking.
- Opțiuni livrare: la adresă, pick-up, locker.
- Politici clare de livrare și retur (costuri, termene).
- Indicatori: timp mediu de livrare, pierderi, retur.

PLAN FINANCIAR ȘI SCALARE

- Buget inițial: platformă, marketing, logistică.
- Unit economics: marjă brută, costuri fixe/variabile.
- Scalare: automatizare, outsourcing, marketplace-uri.
- Raportare CFO-friendly: KPI lunari, cash runway.

RESURSE UTILE & NOTE LEGALE



CADRU LEGAL (REFERINȚE)

- Legea nr. 284/2004 – comerțul electronic (legis.md).
- Legea nr. 91/2014 – semnătura electronică și documentul electronic (legis.md/egov.md).
- Legea nr. 133/2011 – protecția datelor cu caracter personal (legis.md).
- Legea nr. 114/2012 – serviciile de plată și moneda electronică.
- Resurse BNM privind plățile online în siguranță.
- Ghiduri practice: eCommerce4All Moldova.