

ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN MOLDOVA

Cu titlu de manuscris
C.Z.U.: 339.138:332.72 (478)(043)

ROTARU OLESEA

**PIAȚA IMOBILIARĂ: EVOLUȚII ȘI TENDINȚE DE
DEZVOLTARE ÎN CONDIȚIILE REPUBLICII MOLDOVA**

521.04. MARKETING ȘI LOGISTICĂ

Rezumat științific al tezei de doctor în științe economice

CHIȘINĂU, 2024

**Teza a fost elaborată în cadrul departamentului „Marketing și logistică”
al Academiei de Studii Economice din Moldova**

Conducător științific: SAVCIUC Oxana, dr., conf. univ.

Referenți oficiali: ALBU Svetlana, dr. hab., conf. univ., UTM
TABARCEA Ala, dr., conf. univ., USM

Membri ai consiliului științific specializat:

BELOSTECINIC Grigore, *președinte*, dr. hab., prof.univ., acad., ASEM

MELNIC Igor, *secretar științific*, dr., conf. univ., ASEM

STRATAN Alexandru, dr. hab., prof.univ., m.c. AȘM, ASEM

BUZU Olga, dr. hab., conf.univ., Agenția Geodezie, Cartografie și Cadastru

GANGAN Svetlana, dr., conf. univ., UTM.

Susținerea va avea loc la 16 octombrie 2024, ora 14:00, în ședința Consiliului Științific Specializat D 521.04-24-67 din cadrul Academiei de Studii Economice din Moldova, pe adresa: MD-2005, mun. Chișinău, str. Mitropolitul G. Bănulescu-Bodoni nr. 61, bloc „A”, etajul 3, Sala Senatului.

Teza de doctor și rezumatul științific pot fi consultate la biblioteca Academiei de Studii Economice din Moldova (Chișinău, str. Mitropolit G. Bănulescu-Bodoni, 59) și pe pagina web a ANACEC (anacec.md).

Rezumatul științific a fost expediat la 06.09. 2024.

**Secretar științific
al Consiliului științific specializat:**
dr., conf. univ.



MELNIC Igor

Conducător științific:
dr., conf.univ.



SAVCIUC Oxana

Autor:



ROTARU Olesea

© ROTARU Olesea, 2024

CUPRINS

I. REPERELE CONCEPTUALE ALE CERCETĂRII.....	4
II. CONȚINUTUL TEZEI	9
III. CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI	25
BIBLIOGRAFIE	29
LISTA LUCRĂRILOR ȘTIINȚIFICE LA TEMA TEZEI DE DOCTOR.....	30
ADNOTARE.....	32

I. REPERELE CONCEPTUALE ALE CERCETĂRII

Actualitatea și importanța temei abordate. Cercetarea domeniului imobiliar nu pierde din actualitate și relevanță în timp, datorită impactului considerabil asupra dezvoltării economice, sociale și urbane. În ultimele decenii, piața imobiliară a devenit din ce în ce mai complexă și mai dinamică, fiind în continuă evoluție și confruntându-se cu numeroase provocări și influențe de ordin economic, schimbări demografice, inovații tehnologice și schimbări în politica guvernamentală. Cercetarea și analiza tendințelor de dezvoltare a pieței imobiliare conturează o imagine clară a situației actuale precum și perspectiva actualizată și adaptată la schimbările din cadrul acesteia. Deci, importanța cercetării este generată de rolul pieței imobiliare în contextul economiei naționale și de necesitatea de a obține cunoștințe profunde și relevante asociate domeniului imobiliar. Totodată, o importanță deosebită revine identificării factorilor care influențează prețurile, comportamentul cumpărătorilor și vânzătorilor de bunuri imobiliare, precum și tendințele de dezvoltare ale pieței imobiliare, deoarece se atestă o cerere crescândă, continuă pentru bunurile imobiliare, iar înțelegerea acestor factori devine tot mai importantă pentru toți actorii domeniului respectiv.

În același timp, în contextul dezvoltării infrastructurii și al urbanizării accelerate, studierea pieței imobiliare devine absolut necesară pentru înțelegerea modului în care aceste fenomene afectează cererea și oferta de bunuri imobiliare, planificarea urbană precum și calitatea vieții per ansamblu. Fiind strâns legată de problemele sociale și de mediu, cercetarea domeniului imobiliar va contribui la identificarea soluțiilor și abordărilor sustenabile în ceea ce privește dezvoltarea și utilizarea bunurilor imobiliare. Deci, actualitatea temei de cercetare în domeniul pieței imobiliare este esențială prin complexitatea și importanța acesteia în realitatea socio-economică actuală. Cercetarea continuă a acestui domeniu facilitează înțelegerea și adaptarea la schimbările și provocările din cadrul pieței, precum și la identificarea oportunităților și soluțiilor inovatoare în domeniul imobiliar. Motivația acestei cercetări este generată de importanța economică și socială a pieței imobiliare ca parte componentă a pieței totale, precum și de nevoia de a înțelege mai bine dinamica și complexitatea acesteia. Drept argument al celor expuse anterior îl constituie datele aferente creșterii ponderii investițiilor în domeniul construcțiilor de imobil și a tranzacțiilor imobiliare în totalul investițiilor efectuate pe parcursul ultimilor 10 ani, fapt relevat în statisticile prezentate de Biroul Național de Statistică. Astfel, observăm că activitatea de construcții și procesele asociate de tranzacționarea imobilelor constituia 23,6 % din total investiții în anul 2015, procent care a scăzut până la 20,4 % în 2019, urmat de o creștere constantă în următorii doi ani, atingând 22,8% în 2020, și 23,3 % în 2021. În anul 2022, s-a înregistrat o scădere ușoară

a investițiilor în imobil până la 19,8 %, cauzată de conflictul militar din regiune, început la 24 februarie 2022. Conform aceleiași surse, în anul 2023 față de 2022 a continuat scăderea volumelor de mijloace investite în construcția bunurilor imobiliare rezidențiale cu 15,9 %, situație explicată de frica și incertitudinea în care se află populația ca urmare a conflictului din țara vecină.

Gradul de cercetare al temei. Piața imobiliară reprezintă un concept complex puțin analizat și reflectat în articole științifice și publicații din perspectiva marketingului, fiind acordată o atenție deosebită cercetării acesteia din punctul de vedere al evaluării economice și tehnice ale imobilului, evaluării cadastrale și analizei factoriale. În Republica Moldova, până în prezent, nu au fost elaborate teze de doctor în științe economice la tema abordată în lucrare.

Astfel, conceptele fundamentale și teoria generală cu privire la noțiunea de „piață imobiliară”, „bun imobiliar” și „valoarea imobilului” au fost studiate de cercetătorii internaționali: PRYOR P., ANICA-POPA A., IONAȘCU E., KIDER M., HALPERN H., DON J., ФРИДМАН, Дж., ОРДУЭЙ, Н., RADZEWICZ, A., NESTERENKO, S., RADZINSKA, Y., FROLOV, V., FIRSOV, P., HÜGEL, S., АГАФОНОВ М., АЙТМУХАМЕТОВА И.Р., ГАРИНА С.А., ДЕНИСЕНКО Е.Б., ЛЕБЕДЕВА Е.Н., МИНИНА О.В., АСАУЛ А., ЖУЛЬКОВА Ю.Н., СТЕПАНОВА О.В., РАДЧЕНКО И., ПЕСИН В.И. ГРИНЕНКО, С. В., СТЕРНИК Г.М. etc.

Cercetările autorilor autohtoni sunt orientate spre problemele de evaluare (tehnică și economică) a imobilului, evaluarea cadastrală a terenurilor agricole și a bunurilor imobiliare, dezvoltarea cadrului metodologic cu privire la exproprierea bunurilor imobiliare în Republica Moldova etc., ponderea cea mai mare în cadrul cercetărilor în domeniul evaluării bunurilor precum și a drepturilor de proprietate asupra acestora fiind asociată profesorilor: dr., conf. univ., ALBU Ion, dr. hab., conf. univ., ALBU Svetlana, dr. hab., conf. univ., BUZU Olga, dr. hab., prof. univ., BAJURA Tudor etc.

Analize și prognoze cu privire la evoluția pieței imobiliare au fost realizate de experți economici, imobiliari, precum și de agențiile imobiliare din cadrul pieței, printre cele mai valoroase fiind publicațiile expertului pe probleme economice, IONIȚĂ Veaceslav, fondatorul Agenției Imobiliare NIKA-IMOBIL S.R.L., OLEINIC Piotr, directorul Societății Evaluatorilor Independenți, TĂRĂBURCĂ Dumitru, dr. în științe economice, ROLLER Ala etc.

Scopul cercetării ține de fundamentarea științifică a bazei conceptuale privind piața imobiliară, evidențierea particularităților și principiilor de funcționare ale acesteia din perspectiva marketingului, de rând cu evaluarea dimensiunilor și a tendințelor pieței imobiliare locative din Republica Moldova.

Obiectul cercetării. Obiectul cercetării este reprezentat de piața imobiliară locativă (primară și secundară) din municipiul Chișinău. Alegerea studierii pieței imobiliare locative în cadrul cercetării este motivată prin *importanța sectorului locativ/rezidențial*, drept un segment vital al pieței imobiliare, cu impact semnificativ asupra vieții oamenilor și economiei în ansamblu, *volumul tranzacțiilor și valoarea investițiilor* care generează fluxuri considerabile de capital cu impact deosebit de mare asupra creșterii economice, *interesul sporit din partea cumpărătorilor, impactul social și urbanistic*, ceea ce vorbește despre modul în care dezvoltarea sectorului rezidențial influențează asupra infrastructurii, serviciilor publice, calității vieții și mediului înconjurător.

Pentru atingerea scopului propus, au fost formulate următoarele **obiective ale cercetării**: Cercetarea și sistematizarea abordărilor teoretice cu privire la conceptul de piață imobiliară; Evaluarea situației actuale a pieței imobiliare din Republica Moldova; Analiza impactului crizelor economico-financiare și pandemice asupra pieței imobiliare; Analiza factorilor care influențează piața imobiliară, identificarea și evaluarea riscurilor asociate tranzacțiilor imobiliare; Investigarea preferințelor și comportamentului cumpărătorilor autohtoni de bunuri imobiliare locative; Identificarea principalelor tendințe de dezvoltare ale pieței imobiliare locative din Chișinău; Configurarea elementelor mixului de marketing imobiliar.

Tematica abordată în lucrare a permis conturarea următoarelor **ipoteze de cercetare**:

1. Piața imobiliară locativă din municipiul Chișinău a evoluționat pozitiv pe parcursul ultimilor ani, ceea ce a generat o creștere a pieței imobiliare din Republica Moldova;

2. Crizele economice și pandemice care au afectat țara în ultimii ani au influențat atât pozitiv, cât și negativ dezvoltarea pieței imobiliare și comportamentul cumpărătorului de imobile, inclusiv prin schimbările apărute în dimensiunile comportamentale ale individului.

Suportul teoretico - științific și metodologic al cercetării. Baza teoretică a tezei este constituită din contribuțiile în domeniul pieței imobiliare și al marketingului ale autorilor și cercetătorilor autohtoni și străini, precum publicații științifice, teze de doctor, materiale din cadrul simpozioanelor și conferințelor naționale și internaționale.

Suportul metodologic al lucrării include utilizarea unui complex de metode: analiza și sinteza, documentarea literaturii de specialitate, abordarea sistemică, comparația, deducția, observarea, ancheta, interviul, analiza și interpretarea datelor colectate etc.

Astfel, metodele de cercetare empirică care au facilitat realizarea scopului general și a obiectivelor stabilite în lucrare, au fost următoarele:

➤ *Metode calitative, indirecte*: documentarea științifică, analiza și interpretarea informațiilor prezentate de companiile de construcții, agențiile imobiliare și alte instituții care au tangență cu domeniul imobiliar.

➤ *Metode calitative, directe*: observarea activităților în cadrul pieței imobiliare, interviul în rândul experților, prin utilizarea unui ghid de interviu din 9 întrebări deschise, adresate experților în domeniul imobiliar, economic și tehnic.

➤ *Metode cantitative, directe*: ancheta, realizată prin intermediul unui chestionar din 26 întrebări adresat cumpărătorilor / persoane fizice, și un chestionar din 27 întrebări pentru persoanele juridice.

Astfel, colectarea datelor atât din sursele primare, cât și secundare a făcut posibilă identificarea, analiza și interpretarea rezultatelor obținute în raport cu principalele dimensiuni ale comportamentului cumpărătorului de imobil de rând cu determinarea nivelului de dezvoltare al pieței imobiliare și identificarea principalelor tendințe de dezvoltare și aspectele relevante asociate domeniului imobiliar.

Baza informațională. Resursele teoretice ale lucrării au fost constituite din publicațiile științifice ale autorilor autohtoni și străini, din literatura metodică și tezele de doctor, din actele legislative și rezoluțiile autorilor competenți în domeniul imobiliar, din datele statistice preluate din anuarele statistice și informațiile oficiale oferite de analiștii și experții din domeniul economic, companiile de construcții, agențiile imobiliare etc. Rezultatele practice au fost generate de sondajul de opinie (prin utilizarea diferitor tipuri de întrebări și prin aplicarea metodelor de măsurare și scalare a fenomenelor în cadrul cercetărilor de marketing: scala lui Likert, metoda ordonării rangurilor, diferențiala semantică) și prin interviul în rândul experților.

Noutatea științifică și originalitatea lucrării. Fundamentarea științifică a bazei conceptuale privind piața imobiliară; Analiza de marketing a pieței imobiliare și identificarea tendințelor de dezvoltare ale acesteia; Analiza pieței imobiliare din perspectiva crizelor economice și pandemice în Republica Moldova; Relevarea principalilor factori de influență în achiziționarea spațiului locativ de către cumpărătorii autohtoni; Segmentarea pieței imobiliare din Republica Moldova; Configurarea mixului de marketing imobiliar; Identificarea alternativelor strategice de stimulare a pieței imobiliare din Republica Moldova; Elaborarea modelului vizionar de dezvoltare al pieței imobiliare din Republica Moldova în raport cu evoluțiile posibile ale conflictului militar din regiune.

Problema științifică soluționată în cadrul cercetării. Identificarea caracteristicilor de marketing a pieței imobiliare din Republica Moldova, fundamentarea și configurarea mixului de marketing imobiliar, identificarea particularităților și dimensiunilor comportamentale ale cumpărătorilor de bunuri imobiliare locative, ceea ce va contribui la elaborarea strategiilor de marketing în scopul utilizării ulterioare în diverse cercetări și

analize de către principalii actori ai pieței imobiliare, creând baza teoretică și aplicativă pentru implementarea eficientă a deciziilor de marketing.

Semnificația teoretică a tezei constă în fundamentarea și dezvoltarea conceptului de piață imobiliară, de rând cu definirea și configurarea mixului de marketing imobiliar.

Valoarea aplicativă a cercetării. Determinarea nivelului de dezvoltare al pieței imobiliare locative din Republica Moldova, în special din municipiul Chișinău, și evidențierea principalelor direcții de dezvoltare. Identificarea rolului pieței imobiliare în cadrul structurii economico-sociale a țării, riscurile posibile, precum și posibilitatea utilizării rezultatelor obținute în activitatea principalilor actori din cadrul pieței imobiliare.

Implementarea rezultatelor științifice. Rezultatele cercetării au fost discutate și publicate în cadrul conferințelor științifice cu participare națională și internațională și în reviste de profil recenzate. Rezultatele cercetării, concluziile și recomandările propuse în cadrul cercetării au fost acceptate spre implementare de către companii din cadrul pieței imobiliare, pentru utilizarea acestora în scopul eficientizării procesului decizional în cadrul entității (certIFICATELE DE IMPLEMENTARE SUNT ANEXATE LA LUCRARE).

Structura și conținutul lucrării. Lucrarea este constituită din adnotare (română, rusă și engleză), introducere, trei capitole, concluzii și recomandări, bibliografia care cuprinde 241 titluri distincte, 30 anexe, fiind expusă pe 159 pagini text de bază, conține 57 figuri, 18 tabele.

Cuvinte-cheie: mix de marketing imobiliar, piața imobiliară, piața imobiliară locativă/rezidențială, cererea și oferta de imobil, comportamentul cumpărătorilor de imobil, piața imobiliară primară, piața imobiliară secundară, evoluția pieței imobiliare, tendințe de dezvoltare a pieței imobiliare.

II. CONȚINUTUL TEZEI

Capitolul I - "Aspecte conceptuale privind piața imobiliară și principiile de funcționare ale acesteia", definește aspectele teoretice ale pieței imobiliare, incluzând caracteristicile definiției, particularitățile și principiile de funcționare ale acesteia, totodată este realizată clasificarea bunurilor și a pieței imobiliare după diverse criterii.

Conceptul de piață imobiliară nu poate fi abordat separat fără a defini și componenta de bază a acesteia – bunul imobiliar. Pornind de la aspectele legale ale noțiunii de bun imobiliar, și anume abordarea conform Legii nr.75 cu privire la locuință, deosebit câteva noțiuni aferente bunului imobiliar: bloc locativ, casă individuală (sau casă cu curte), apartament și încăpere locuibilă în cămin [5, art.4].

Conform opiniei autorilor Buzu O. și Matcov A., bunul imobiliar poate fi definit "prin prisma funcției de bază al acestuia sau a necesităților pe care le îndeplinesc, și anume cele sociale" [1, pag. 55-57].

Bunurile imobiliare și piața imobiliară sunt intrinsec legate, fiind componente esențiale ale economiei unei țări și influențând în mod reciproc activitățile economice, dezvoltarea urbană, accesul la locuințe și, în general, calitatea vieții în cadrul unei societăți. Piața imobiliară este caracterizată prin prisma imobilului ca produs, care reprezintă elementul definițiv al acesteia, „piața imobiliară reprezintă orice proprietate, care constă din pământ, clădiri și orice structură aferentă acesteia” [8].

Piața imobiliară include mediul în care se desfășoară tranzacțiile, schimburile și activitățile aferente bunurilor imobiliare, facilitând interacțiunea dintre vânzători, cumpărători, dezvoltatori, investitori și alte părți interesate de achiziționarea, vânzarea, închirierea și dezvoltarea bunurilor imobiliare.

În scopul unei analize complexe a conceptului de *pieță imobiliară*, identificând elementele definiției ale acesteia, au fost analizate și sistematizate în tabelul 1, abordările mai multor autori, în raport cu esența și specificul noțiunii de *pieță imobiliară*.

Tabelul 1. Aspecte definiției ale conceptului de piață imobiliară

Elemente definiției	Definire
Activități de tranzacționare cu imobile	„Un set de relații în jurul <i>operațiunilor cu bunuri imobiliare: vânzarea de bunuri imobiliare, ipotecare, contractele de leasing</i> privind bunurile imobiliare etc.” [11].
	"Totalitatea proprietăților fizice existente sau potențiale și a <i>tranzacțiilor aferente</i> acestora, într-o anumită regiune, într-un anumit <i>interval de timp</i> " [4].
	„Un <i>grup de persoane și firme</i> (cumpărători, chiriași, proprietari, creditori, antreprenori, constructori, administratori, investitori și intermediari) aflate în permanentă interacțiune, cu scopul efectuării de <i>tranzacții imobiliare</i> ” [8].
Activități de tranzacționare cu imobile	„Piața imobiliară reprezintă un mecanism, prin intermediul căruia se combină interesele și drepturile și se <i>stabilesc prețurile</i> la bunurile imobiliare” [8, pag. 13].

+	Continuare Tabel 1
+ Stabilirea prețurilor	"Piața imobiliară este un domeniu specializat în care se desfășoară <i>activități legate de cumpărarea, vânzarea, închirierea și finanțarea proprietăților imobiliare</i> , iar prețurile și <i>volumul tranzacțiilor</i> sunt influențate de <i>factori economici, politici și sociali</i> " [3].
+ Confruntarea dintre cerere și ofertă	„Spațiul economico-juridic unde are loc interacțiune dintre cererea și oferta cumpărătorilor și vânzătorilor de imobil, într-un anumit moment de timp, și unde au loc totalitatea operațiunilor cu acestea” [9, pag. 10].
	"Piața imobiliară reprezintă mediul în care oamenii <i>cumpără și vând</i> proprietăți și în care <i>valoarea</i> acestor proprietăți <i>este stabilită</i> prin <i>interacțiunea dintre cererea și oferta</i> de proprietăți" [7].
Sistem de relații juridice, economice, organizatorice și culturale	„Piața imobiliară reprezintă un <i>sistem de relații juridice, economice, organizatorice și culturale</i> între subiecții pieței imobiliare cu privire la crearea, formarea, distribuirea, schimbul, consumul de proprietăți utile, precum și drepturile și obligațiile care decurg din deținerea obiectelor imobiliare” [13].

Sursa: elaborat de autor în baza surselor bibliografice

Analizând informația sistematizată în tabelul 1, observăm că autorii abordează conceptul de piață imobiliară prin prisma câtorva elemente definatorii:

- *Spațiul economic,*
- *Interval anumit de timp,*
- *Confruntarea dintre cererea și oferta de bunuri imobiliare,*
- *Stabilirea prețurilor bunurilor imobiliare,*
- *Sistem de relații juridice, economice, organizatorice și culturale;*
- *Activități legate de cumpărarea, vânzarea, închirierea și investițiile în bunuri imobiliare;*
- *Mecanisme prin intermediul cărora sunt transmise drepturile asupra unui imobil și interesele legate de acesta.*

În același timp, există abordări ale unor autori, care definesc piața imobiliară prin prisma nu doar a unui element definitiv, ci combinând câteva dintre acestea, astfel propunând definiții complexe și multilaterale.

Sistematizând informațiile expuse anterior, pornind de la elementele definatorii care caracterizează piața imobiliară, venim cu o conceptualizare a acesteia *ca fiind un sistem economico-financiar complex, care implică totalitatea proceselor, instituțiilor, persoanelor, care au drept scop confruntarea într-un singur loc a cumpărătorilor și vânzătorilor de imobile aflați în același spațiu sau areal geografic în același interval de timp, împreună cu totalitatea tranzacțiilor care au drept obiect bunurile imobiliare.*

Analizând opiniile autorilor, deosebim următoarele tipuri de piețe clasificate în funcție de un șir de criterii, după cum este prezentat în figura 1:

Tipul de proprietate	• case, apartamente, birouri, magazine, terenuri, spații industriale
Utilizarea proprietății	• rezidențială, comercială, industrială, agricolă sau mixtă (cu utilizări multiple)
Localizarea	• proprietăți urbane sau proprietăți rurale
Calitatea și caracteristicile construcției	• clasificarea clasei energetice și / sau dotările speciale

Figura 1. Tipologia pieței imobiliare în raport cu specificul bunurilor imobiliare

Sursa: elaborată de autor în baza surselor bibliografice

În funcție de specificul și caracteristicile bunului imobiliar, deosebim două tipuri de piețe imobiliare: *piața imobiliară primară* și *piața imobiliară secundară*, concepte definite de autorul Radcenco I. S., după cum urmează [9, pag 28]:

- "*Piața imobiliară primară*, reprezintă piața care se referă la bunurile imobiliare nou create sau pentru prima dată expuse în vânzare (în urma privatizării, de exemplu)";
- "*Piața imobiliară secundară*, reprezintă piața acelor bunuri imobiliare, drepturile asupra cărora deja au fost înregistrate".

Piața imobiliară are o influență foarte mare asupra tuturor aspectelor vieții umane și a activității acestora, îndeplinind un șir de *funcții* generale și specifice, cum ar fi: stabilirea prețului, de ajustare/direcționare, comerciale, de informare, de stimulare, investiționale, sociale etc. [8, pag. 11].

Capitolul II - "Caracteristica pieței imobiliare din Republica Moldova și a elementelor mixului de marketing în domeniu", cuprinde analiza detaliată a pieței imobiliare din Republica Moldova și o analiză a pieței imobiliare internaționale. În cadrul acestuia a fost evaluat impactul crizelor economice, pandemice și politice cauzate de conflictul militar din Ucraina asupra pieței imobiliare pentru a înțelege modificările și tendințele majore care au influențat piața. Totodată, în acest capitol a fost analizat mixul de marketing imobiliar.

Piața imobiliară reprezintă un element important și necesar în dezvoltarea țării prin faptul că influențează dezvoltarea urbană și nu doar, contribuie, în același timp, și la extinderea și transformarea vertiginoasă a localităților unei țări (orașe, sate, comune etc.).

Crizele economice și pandemice au avut întotdeauna un impact major asupra pieței bunurilor și serviciilor, inclusiv și asupra pieței imobiliare. Acestea au generat schimbări evidente în comportamentul cumpărătorilor, în dinamica cererii și ofertei de bunuri imobiliare, precum și în procedura de evaluare și valorificare a imobilului.

Criza economico-financiară din 2008 – 2009. Criza financiară a început odată cu colapsul bursei imobiliare din Statele Unite ale Americii, mai exact, odată cu prăbușirea pieței imobiliare rezidențiale și cu criza creditelor ipotecare, ceea ce a determinat scăderea

dramatică a prețurilor locuințelor și creșterea considerabilă a executărilor ipotecare și a generat un exces de ofertă pe piața imobiliară, declanșând un șir de evenimente care au afectat profund industria respectivă și au avut repercusiuni la nivel mondial.

Criza pandemică de COVID-19, a afectat considerabil piața imobiliară, atât la nivel național, cât și internațional. Pandemia de COVID 19 a generat schimbări în comportamentul cumpărătorului de imobile, modificând simțitor preferințele cumpărătorilor reali și potențiali cu privire la spațiul de locuit și de lucru, precum și alte schimbări economice și sociale care au afectat piața la general. O particularitate specifică perioadei crizei pandemice a fost creșterea cererii de case și apartamente, cu zonă de lucru sau birou la domiciliu. Mulți oameni au început să lucreze de acasă în timpul pandemiei, ceea ce a dus la o cerere crescută de locuințe mai bine echipate pentru a face față noilor nevoi de lucru și de viață.

Impactul conflictului militar din regiune asupra pieței imobiliare din Republica Moldova. Prima jumătate a anului 2022, mai exact odată cu începutul războiului din Ucraina (24 februarie 2022) și până în septembrie 2022, piața imobiliară poate fi caracterizată de o perioadă de incertitudine care a afectat economia țării și a pieței imobiliare la nivel global precum și celei din Republica Moldova, deoarece Ucraina reprezintă un partener comercial foarte important pentru țara noastră și un punct de tranzit esențial pentru comerțul cu țările din Europa. În primul rând, criza din Ucraina a dus la o scădere a comerțului dintre Moldova și Ucraina, ceea ce a afectat direct piața imobiliară, de asemenea, creșterea tensiunilor în regiune a dus la o scădere a încrederii investitorilor în economia Moldovei, ceea ce a cauzat scăderea investițiilor în bunuri imobiliare comerciale și rezidențiale. Totodată, în contextul tensiunilor dintre Rusia și Ucraina, Republica Moldova a fost nevoită să își îndrepte atenția spre alte piețe, cum ar fi România, Turcia etc., fapt ce a favorizat o diversificare a investițiilor și a partenerilor comerciali.

În general, piața imobiliară din Republica Moldova este considerată una relativ mică, cu un număr mediu de investitori și o cerere relativ medie pentru bunuri imobiliare. În prezent, se atestă o tendință de creștere a cererii pentru bunurile imobiliare cu o valoare mai mică, cum ar fi apartamentele și casele cu suprafață medie, totodată se observă o creștere a cererii pentru bunurile imobiliare în zonele urbane mai dezvoltate, în special în Chișinău, dar și în zonele turistice din țară (cerere crescută pentru vile și case de odihnă). Piața imobiliară din Republica Moldova, conform opiniei experților Albu I. și Ioniță V., poate fi asociată cu piața imobiliară locativă (primară și secundară) din municipiul Chișinău, iar analiza acesteia implică preponderent studierea cererii și ofertei de proprietăți locative, deoarece anume acestea ocupă cea mai mare și semnificativă pondere în cadrul pieței imobiliare totale. În ultimii ani, s-a observat o creștere a interesului pentru achiziționarea de locuințe noi, cu facilități moderne și infrastructură dezvoltată.

Conform datelor Biroului Național de Statistică, în figura 2, este reprezentat numărul locuințelor date în exploatare în anii 2017-2021:

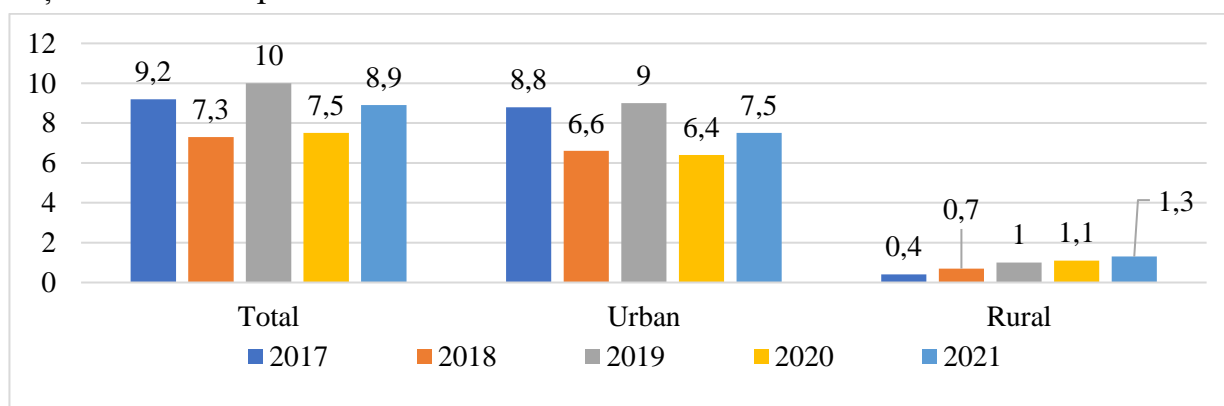


Figura 2. Numărul locuințelor date în exploatare, anii 2017-2021, mii unități

Sursa: [https://statistica.gov.md/index.php/ro/locuinte-date-in-exploatare-9450_4584.html]

Astfel, din totalul de 8.9 mii locuințe date în exploatare în 2021, 6,7 mii sunt apartamente și doar 2,2 mii sunt case individuale de locuit. Totodată, observăm că din cele 8,9 mii unități locuințe, 7,5 mii au fost date în exploatare în mediul urban și 1,4 mii în mediul rural, în anul 2021.

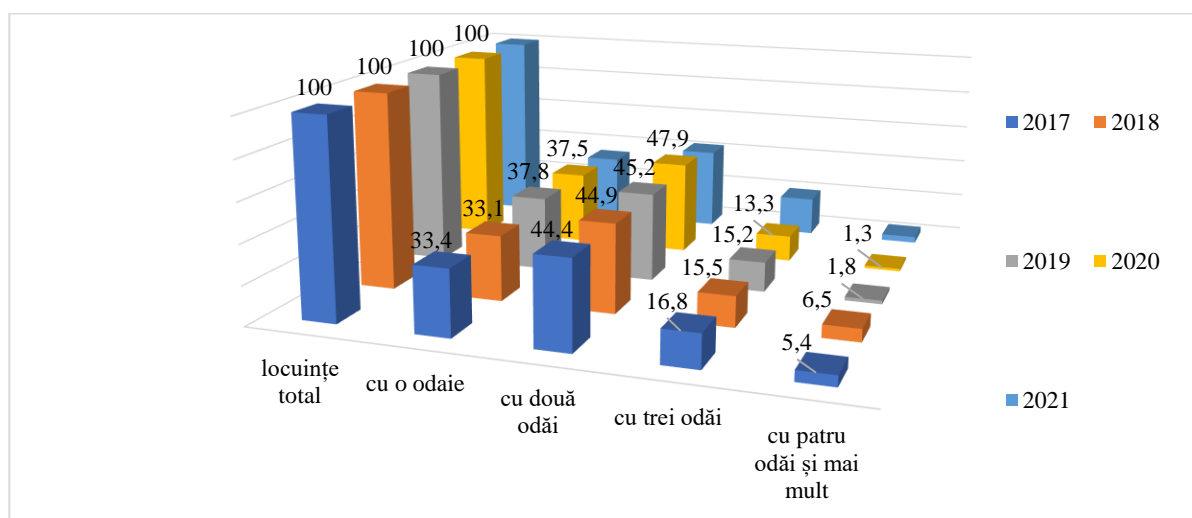


Figura 3. Repartizarea blocurilor de locuit după numărul de odăi, %

Sursa: elaborată de autor în baza sursei [14]

Analizând figura 3, observăm că cele mai solicitate sunt apartamentele cu 2 odăi (47,9 % pentru anul 2021), tendință care se menține cât de cât constantă pe parcursul celor 5 ani analizați, fiind urmate de cele cu o odaie (37,5 % pentru anul 2021), apoi imobilele cu 3 odăi (13,3 % în 2021).

În același timp, trebuie să menționăm că 15 ani în urmă, prețurile apartamentelor vechi din municipiul Chișinău erau comparabile sau pe alocuri mai mari decât cele ale apartamentelor noi, în prezent însă, se atestă o creștere semnificativă a prețurilor imobilelor noi, în raport cu cele din cadrul pieței secundare, de cca 1,4 ori. Altfel spus,

apartamentele din cadrul pieței primare, în varianta albă valorează cu cca 40% mai mult decât cele din cadrul pieței secundare, făcând comparație cu diferența de 22% de acum 2 ani. În perioada de criză, această diferență a fost de 36%, deoarece oamenii, în timpul crizei, și-au orientat preferințele spre obiecte mai accesibile din punct de vedere financiar [4].

Prin comparație, în anul 2020, sumele obținute din vânzarea unui apartament vechi de 70 m² ar fi permis achiziționarea unui apartament nou de 57 m². În prezent, aceeași sumă ar permite procurarea unui apartament nou de doar 51 m², iar în următorii 2-3 ani, se anticipează o scădere a suprafeței procurabile până la 47 m² sau chiar mai puțin [4].

O latură esențială care necesită o atenție deosebită în analiza pieței imobiliare în situațiile asociate perioadelor de criză, este reprezentată de *gestionarea eficientă a riscurilor*, pentru a minimiza potențialele pierderi și a asigura stabilitatea investițiilor. Este important de remarcat că gestionarea riscurilor în cadrul pieței imobiliare implică o abordare individualizată și adaptată la circumstanțele specifice ale fiecărui investitor, iar consultarea cu specialiștii din domeniu și efectuarea unei analize detaliate sunt aspecte esențiale în gestionarea cu succes a riscurilor posibile în cadrul pieței imobiliare. În urma analizei situației existente pe piața imobiliară, putem delimita următoarele riscuri asociate acesteia: economic, financiar, legislativ și reglementar, riscul de lichiditate, natural, riscul modificării cerințelor și preferințelor cumpărătorilor, riscuri aferente construcției și calității, riscul asociat instabilității geopolitice.

Ramura construcțiilor capitale a fost mereu una dintre sferile importante pentru dezvoltarea țării, fie aceasta una dezvoltată sau în curs de dezvoltare, deoarece întotdeauna este nevoie de infrastructură, de dezvoltare de locuințe și de îmbunătățire a calității vieții etc. Fiecare dintre evenimentele care au avut loc, în diferite perioade, au influențat mai mult sau mai puțin piața imobiliară, iar în scopul depășirii efectelor crizelor și a stimulării activității pieței imobiliare la nivel local și internațional, identificăm un șir de direcții strategice de dezvoltare a pieței imobiliare, exemple de comportamente precum și modele de dezvoltare a acestora. În acest scop, autoritățile, organele competente și principalii actori ai pieței imobiliare trebuie să își concentreze eforturile pentru a obține rezultate vizibile și în termeni acceptabili, implementând o serie de strategii, cum ar fi: stimularea investițiilor în imobile, utilizarea tehnologiei în tranzacții și evaluări ale imobilului, achiziționarea de bunuri imobiliare în străinătate, monitorizarea continuă și raportarea datelor din cadrul pieței, implementarea măsurilor de reglementare, evaluarea bunurilor imobiliare, dezvoltarea continuă de bunuri imobiliare/proiecte imobiliare.

Astfel, pentru dezvoltarea pieței imobiliare și depășirea momentelor de criză apărute în cadrul acesteia, urmare a evenimentelor care au avut loc la nivel local și global, se solicită implicarea tuturor participanților din cadrul pieței, inclusiv a organelor competente, prin stabilirea obiectivelor strategice corecte, aplicarea tacticilor, strategiilor

și instrumentelor eficiente pentru a ajunge la rezultatele așteptate. Un rol deosebit de important în acest demers îl are activitatea de marketing. În sfera imobiliară, și în special a imobilului locativ, domeniu caracterizat printr-un nivel relativ ridicat al concurenței, activitatea de marketing este foarte importantă, contribuind la înțelegerea peisajului competitiv, minimizarea riscurilor în luarea deciziilor, eficientizarea eforturilor de marketing și nu în ultimul rând obținerea rezultatelor dorite de companie. Succesul unei companii în cadrul pieței, deseori evaluat prin rezultatele financiare obținute de aceasta, de cele mai dese ori se explică prin relațiile pe care le are cu cumpărătorii reali și potențiali, dar și prin imaginea conturată în rândul publicului larg.

Sistematizând abordările autorilor, putem defini *mixul de marketing imobiliar* drept *ansamblul de strategii, tactici și instrumente generale și specifice în raport cu politicile de marketing (cei 4 P – figura 5), aplicate de companiile imobiliare în scopul de a oferi cumpărătorului un produs competitiv din punct de vedere al calității și al prețului, informații relevante și convingătoare pentru a-l determina pe cumpărător să achiziționeze, urmărind pe de o parte satisfacerea la cel mai înalt nivel a nevoilor și solicitărilor cumpărătorului, precum și atingerea obiectivelor (sociale și economice) stabilite de companie.*

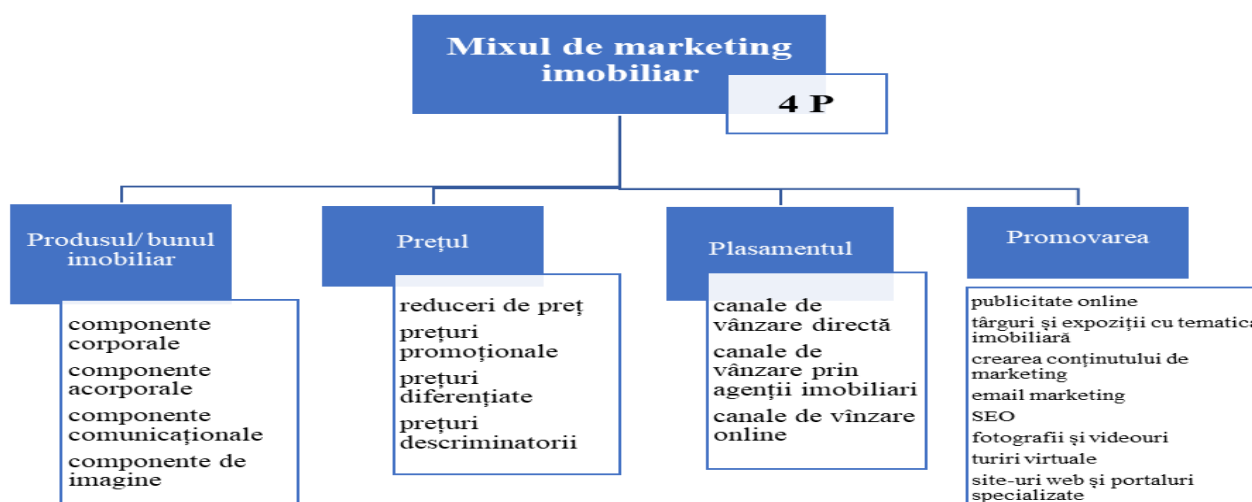


Figura 5. Configurarea mixului de marketing imobiliar

Sursa: elaborată de autor în baza surselor bibliografice

Companiile imobiliare trebuie să fie orientate spre fundamentarea și orientarea politicilor de marketing, astfel încât finalitățile așteptate de acestea (satisfacerea nevoilor cumpărătorilor și obținerea de profit maxim), să fie atinse la cel mai înalt nivel.

Asemeni unui produs clasic, bunul imobiliar este constituit din următoarele componente: nucleul, componentele corporale, componentele acorporale, componente comunicaționale și componente de imagine. Pornind de la funcția de bază a imobilului ca

produs, o abordare interesantă o întâlnim în cercetările asociate pieței imobiliare realizate de autorul Amy Choun, care prezintă acest concept pornind de la ierarhia nevoilor propusă de A. Maslow, și clasifică nevoile individului în raport cu nivelul nevoii satisfăcute de bunul imobiliar. Autorul propune un model asociativ al tipurilor de locuință aferent fiecărui nivel, structurat în patru nivele: adăpost, imobil social, imobil comercial și imobil de lux [2], reprezentate în figura 6.

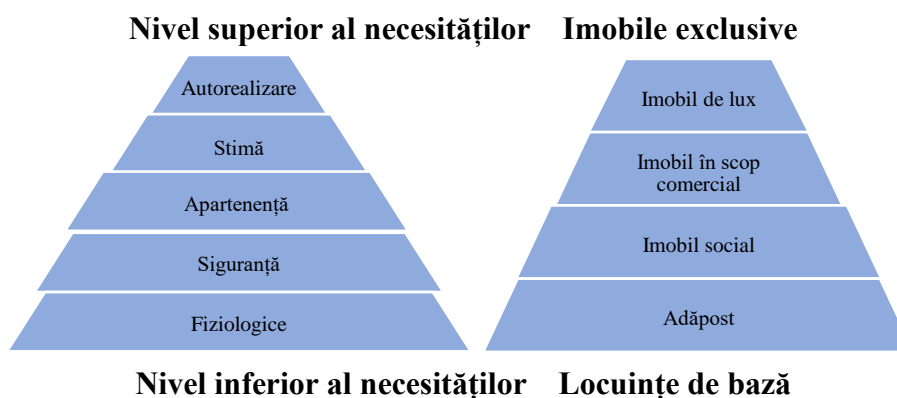


Figura 6. Ierarhia nevoilor după A. Maslow adaptată la tipurile de locuințe

Sursa: adaptată de autor după sursa [2, pag. 38]

Astfel, conform opiniei autorului, la baza ierarhiei se situează *adăpostul*, respectiv locul unde vor fi satisfăcute nevoile fiziologice fundamentale legate de locuință - de a dormi, a se odihni, a mânca. Apoi, nevoia de adăpost satisfăcută va fi înlocuită treptat de aspirația de a obține o locuință mai sigură, care oferă totodată și un sentiment de apartenență socială – *imobil social*. De îndată ce vor fi mulțumiți de nivelul locuinței, vor urca la nivelul de *imobil în scop comercial*, nivel ce îi conferă automat un alt statut social și economic. Apogeul realizărilor unei persoane în materie de asigurarea cu locuință ar fi nivelul 4 – *imobilul de lux*, astfel încât o persoană care își poate permite o locuință de lux poate fi considerată o persoană cu o poziție socială și financiară foarte bună, care se bucură de stima și respectul familiei, al colegilor și al societății. Nevoile de autorealizare din piramida lui Maslow pot fi atinse prin cumpărarea și consumul de bunuri de lux, ceea ce în cazul locuinței se referă la imobilul de lux.

În marketingul imobiliar, nu putem vorbi despre bunul imobiliar ca element unic al politicii de produs, specificul acestuia în cadrul domeniului imobiliar fiind redat de necesitatea formării unui produs imobiliar variat realizând o corelare eficientă între bunul imobiliar concret și o totalitate de servicii aferente acestuia care se vor comercializa / achiziționa împreună, astfel încât să formeze un produs complex și competitiv, generând o imagine pozitivă și o valoare incontestabilă în timp a bunului imobiliar. Printre acestea se numără: serviciile de consultanță financiară, serviciile de asistență în procesul achiziției, servicii juridice și notariale, servicii de evaluare și inspecție tehnică etc.

Cu referință la politica de preț în cadrul pieței imobiliare, cercetarea realizată în rândul agenților economici a identificat un șir de strategii de preț pe larg aplicate în cadrul acesteia, care pot fi grupate în câteva categorii:

➤ *reduceri de preț*, cu scopul de a stimula vânzările în anumite sectoare, la anumite etaje, în anumite perioade, sau avantaje financiare din partea companiilor de construcții sau a agențiilor imobiliare pentru cumpărătorii care achită preventiv o parte din suma contractuală sau integral înainte sau în momentul încheierii tranzacției.

➤ *prețuri promoționale*, pot îmbrăca diverse forme fiind aplicate în funcție de anumite circumstanțe de către participanții din cadrul pieței imobiliare. În acest sens se oferă prețuri promoționale atractive la lansarea unui proiect imobiliar primilor x cumpărători, pachete promoționale care includ diverse facilități la prețuri speciale celor care cumpără într-o perioadă de timp anumită.

➤ *prețuri diferențiate*, pentru bunurile imobiliare asemănătoare, construite după aceleași standarde, practic cu facilități și caracteristici identice dar care se află în diverse locații (centrul orașului sau suburbie, Chișinău sau alte orașe din țară), sau sunt orientate spre diferite segmente de piață etc.

➤ *prețuri discriminatorii*, Prin urmare, *discriminarea de preț* poate fi aplicată *între clienți*, oferind prețuri speciale familiilor cu mulți copii, oferte avantajoase pentru militari sau veterani (335 apartamente în Complexul locativ Eldorado Terra Viaduct, str. Nicolae Testemițanu, 3), pentru lucrătorii medicali (cca 1000 apartamente în Complexul rezidențial Nicolae Testemițanu) etc. *Discriminarea în raport cu factorul timp* poate fi caracterizată de prețuri diferite ale unui imobil în raport cu fazele de construcție la care se află acesta, sau anumite oferte de sărbători. *Discriminarea între produse*, apare atunci când se comercializează variante ușor modificate ale bunului imobiliar la diferite prețuri. *Discriminarea în funcție de locul amplasării* bunului imobiliar, cu siguranță ocupă un loc de top în categoria discriminărilor, diferența dintre prețuri în diferite locații fiind uneori destul de considerabilă (în Chișinău sau suburbie, centru sau periferie), prețul fiind diferențiat chiar și în cadrul unei localități în dependență de sectorul ales.

Instrumente de marketing specifice activității promoționale în cadrul pieței imobiliare. O activitate de marketing eficientă a companiei poate fi construită prin alegerea și gestionarea ansamblului de instrumente de marketing specifice promovării aliniate în direcția atingerii scopului principal al acesteia. Principalele instrumente promoționale utilizate în cadrul pieței imobiliare sunt: site-uri web și portalurile specializate, publicitatea online, târguri și expoziții imobiliare, marketingul de conținut, tururi virtuale și utilizarea tehnologiilor.

Plasamentul în marketingul imobiliar se referă inclusiv și la canalele prin intermediul cărora bunurile imobiliare și serviciile conexe acestora ajung la cumpărătorii finali,

respectiv la *canale de marketing utilizate în domeniul imobiliar și modalități de organizare a vânzărilor în cadrul pieței imobiliare*. Importanța alegerii unui canal de marketing imobiliar eficient devine o activitate obligatorie pentru participanții implicați în tranzacțiile cu bunuri imobiliare pentru a facilita achiziția, fiind esențiale pentru înțelegerea modului în care bunurile imobiliare sunt vândute și ajung la cumpărător.

Conform opiniei unui grup de autori, *canale de marketing utilizate în domeniul imobiliar* ceea ce presupune utilizarea unei anumite *modalități de organizare a vânzărilor în cadrul pieței imobiliare* sunt de trei tipuri [12]:

- *Canale de vânzare directă;*
- *Canale de vânzare prin agenții imobiliari;*
- *Canale de vânzare online.*

În cadrul pieței imobiliare autohtone sunt utilizate toate cele trei tipuri de canale de vânzare.

Așadar, vânzarea unui bun imobiliar este rezultatul unei activități de marketing de succes, combinând eficient strategiile și instrumentele de marketing asociate celor 4 P.

Capitolul III - "Tendințe și viziuni strategice de dezvoltare ale pieței imobiliare din Republica Moldova", include analiza și interpretarea datelor obținute în urma realizării cercetării cu scopul de a identifica preferințele, motivațiile, intențiile de cumpărare, precum și nevoile specifice ale consumatorilor în ceea ce privește achiziția de bunuri imobiliare, iar din punct de vedere al agenților economici au fost urmărite obținerea și acumularea informațiilor cu privire la ofertă, starea actuală a sectorului dat, nivelul de dezvoltare aferent fiecărui segment al pieței imobiliare. Drept bază pentru desfășurarea cercetării a fost selectată piața imobiliară locativă (primară și secundară) din municipiul Chișinău, deoarece, anume în capitală, piața imobiliară a atins cote maxime din punct de vedere a cererii și ofertei, precum și a vânzărilor de bunuri imobiliare, toți acești indicatori fiind în avans colosal în capitală față de alte regiuni sau orașe din Republica Moldova.

În cadrul cercetării de teren prin chestionare au fost recoltate 628 răspunsuri în rândul persoanelor fizice și 19 răspunsuri din partea agenților economici, care au dat curs invitației de a participa la cercetare, ceea ce permite calculul cu exactitate a marjei de eroare aplicată, de aproximativ 4%, ceea ce reprezintă o medie între marja de eroare de $\pm 3\%$, considerată optimală în cercetările de marketing și $\pm 5\%$, considerată maxim acceptată.

Astfel, reieșind din rezultatele obținute în urma chestionării persoanelor fizice, constatăm că:

- Respondenții au vârste cuprinse între 18 și peste 55 de ani;
- 75,8 % din respondenți sunt din mediul urban, și 24,2 % din mediul rural;

➤ 90,3 % din respondenți sunt rezidenți ai Republicii Moldova și 9,7 % dintre aceștia locuiesc în altă țară, preponderent Spania, Franța, Italia, România, Germania, SUA, Belgia, Rusia, Bulgaria etc.;

➤ Respondenții au venituri cuprinse între 3500 lei și mai mult de 15000 lei, printre aceștia fiind și studenți care nu au venituri, pensionari cu pensii mai mici de 3500 lei.

Astfel, solicitând opinia respondenților în raport cu cerințele față de imobil la momentul achiziției acestuia, răspunsurile respondenților au fost următoarele (figura 7):

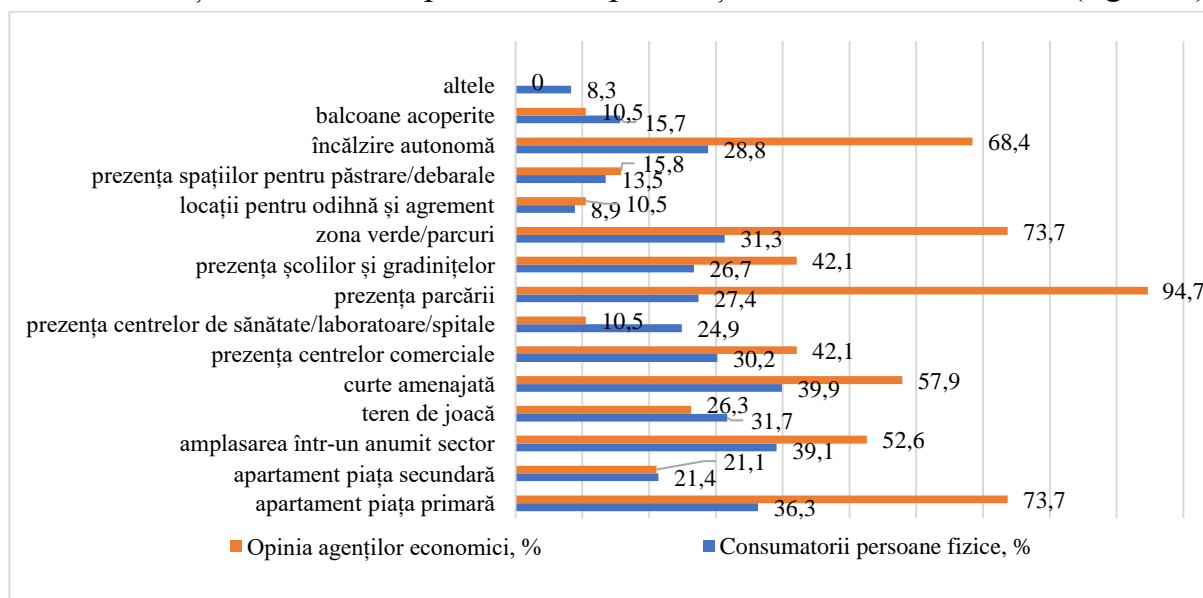


Figura 7. Cerințe față de imobil la momentul achiziției, %

Sursa: elaborată de autor în baza rezultatelor cercetării

Analizând datele prezentate, observăm că cele mai solicitate de o bună parte din respondenți au fost imobilele noi, adică apartamentele din cadrul pieței primare, obținând o cotă de 36,3% din total, pe când 21,4 % din respondenți au ales apartamente din cadrul pieței secundare. Totodată, au optat pentru un anumit sector în care se află imobilul 39,1 % din respondenți, cca 39,9 % au căutat imobil cu curte frumos amenajată, dintre care 31,7 % au avut drept cerință prezența terenului de joacă pentru copii. Altă cerință importantă la momentul cumpărării imobilului se referă la faptul ca acesta trebuie să fie dotat cu încălzire autonomă (28,8 % din respondenți), să fie situat în zonă verde/lângă parcuri (31,3 %), și să existe infrastructură dezvoltată în apropiere, în mod special și-au dorit să fie centre comerciale, magazine și alte unități de comerț în imediata apropiere – a fost cerința a 30,2 % din respondenți. La fel, o cerință esențială față de imobil la momentul cumpărării a fost cea legată de parcare, părere împărtășită de 27,4 % din total respondenți, prezența în apropiere a școlilor și grădinițelor (26,7 %), alte 24,9 % din persoane considerând foarte importantă prezența centrelor de sănătate în apropiere (spitale, policlinici, laboratoare etc.). Un interes mai mic a fost manifestat de cumpărători pentru balcoanele acoperite, doar 15,7 % din respondenți, prezența debaralelor a fost solicitată

de 13,3% din numărul total al respondenților, iar cea mai mică apreciere a fost obținută de prezența în apropiere a locațiilor pentru odihnă și agrement, care s-a dovedit a fi mai puțin importantă în luarea deciziei de cumpărare, fiind aleasă de 8,9 % din total respondenții. La opțiunea altele, se conturează câteva cerințe generale doar formulate diferit, cum că a fost acceptat imobilul așa cum era din simplul motiv că a fost primit moștenire, iar alte câteva persoane au ales imobilul din cauză că avea preț accesibil, câte o persoană din cauza amplasării și a suprafeței acestuia.

Totodată, respondenții au fost rugați să indice care ar fi cerințele suplimentare față de imobil care ar influența asupra deciziei de cumpărare, iar opțiunile propuse reflectă în mare măsură soluții cu privire la inovațiile tehnologice și ingineresti din domeniul respectiv. Respondenții au manifestat un interes sporit pentru practic fiecare opțiune propusă și au confirmat importanța acestora pentru dezvoltarea ulterioară a sectorului construcțiilor (figura 8).

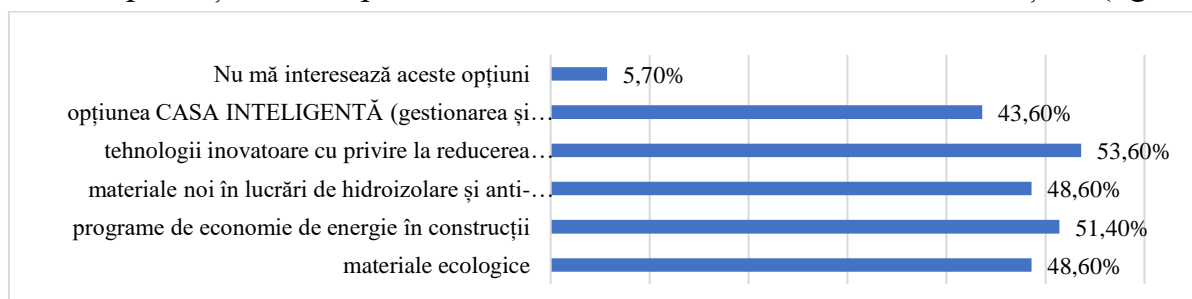


Figura 8. Cerințe specifice aferente bunului imobiliar, %

Sursa: elaborată de autor în baza rezultatelor cercetării

Respondenții persoane fizice, cât și agenții economici participanți la cercetare, au fost rugați să evalueze caracteristicile unui imobil în funcție de importanța pe care o au în luarea deciziei de cumpărare. În acest scop, a fost utilizată diferențiala semantică, unde respondenții au fost rugați să acorde calificative de la 5 (foarte important) până la 1 (deloc important) unui șir de caracteristici ale imobilului. Pentru a analiza răspunsurile respondenților la aceasta întrebare, a fost aplicată scala diferențialei semantice, care a permis calculul scorurilor medii obținute de fiecare caracteristică în parte, și a făcut posibilă analiza și ierarhizarea acestora în funcție de importanța fiecărei caracteristici în luarea deciziei de cumpărare pentru cumpărător, atât din punct de vedere al cumpărătorilor persoane fizice, cât și a ofertanților prezenți în cadrul pieței imobiliare din Republica Moldova, și în mod special pe piața municipiului Chișinău. Cele mai importante caracteristici în luarea deciziei de cumpărare a unui imobil locativ din punctul de vedere al ambelor părți participante la cercetare, sunt prețul imobilului, care a obținut un scor mediu de 4,65 conform opiniei cumpărătorilor și 4,84 conform opiniei agenților economici (din maxim 5 posibile), fiind urmat la o sutime distanță de calitatea imobilului, care a obținut un scor mediu de 4,64 pentru consumatori și un scor mediu de 4,68 - opinia agenților economici participanți la cercetare. Amplasarea imobilului, prezența parcerii,

infrastructura regiunii, reprezintă caracteristici care au obținut un scor mediu peste 4 (important), ceea ce denotă faptul că respondenții au tendința să manifeste un interes sporit față de aceste caracteristici în luarea deciziei de cumpărare.

Fiind rugați să specifice care este suprafața imobilului dorit spre achiziție, 51 % din respondenți au optat pentru varianta *până la 75 m²*, 19 % din respondenți au ales opțiunea *până la 55 m²*, 17 % din respondenți și-ar dori spre achiziție un imobil locativ cu o suprafață de peste 96 m² și 13 % optând pentru un imobil cu suprafața până la 95 m². Răspunsul oferit la această întrebare justifică ipoteza precum că consumatorii care intenționează să procure, sunt preponderent orientați spre apartamente cu suprafețe de până la 75 m² – 70 % din respondenți.

Solicitând opinia respondenților referitor la elementele care influențează prețul de vânzare al imobilului, aceștia au identificat câțiva factori principali cu un impact major asupra stabilirii prețului de vânzare al imobilelor locative, printre care: *prețul materiei prime* (65,4 % din respondenți), *amplasarea imobilului* (acest element a obținut 60,8 % din totalul răspunsurilor oferite de respondenți), *prețul terenului pentru construcții* (57,5% din răspunsuri), *particularitățile imobilului* a fost un element considerat important în stabilirea prețului de către 45,22 % din răspunsuri, iar 41,24 % din persoanele chestionate au identificat *prezența parcării și a altor utilități* ca factor care influențează asupra prețului de vânzare al imobilelor. Informație detaliată despre factorii considerați de respondenți importanți în stabilirea prețurilor de vânzare al imobilelor locative este reprezentată în figura 9:

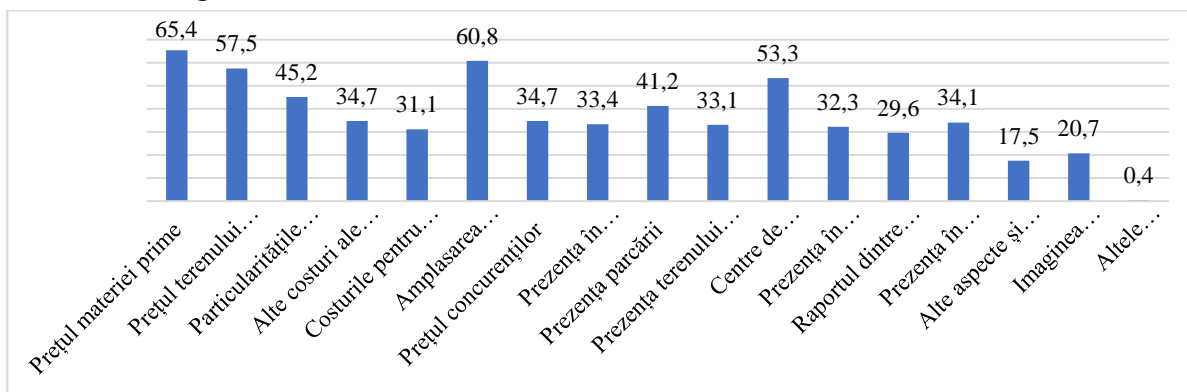


Figura 9. Ponderea factorilor de influență asupra prețului de vânzare al imobilului locativ, în %
Sursa: elaborată de autor în baza rezultatelor cercetării

Referitor la nivelul prețului acceptabil pentru un metru pătrat suprafață imobil locativ, cea mai mare parte din respondenți consideră că prețul, pe care este dispus să îl achite pentru un metru pătrat atât pentru un imobil în cadrul pieței primare (42,5 % din respondenți), cât și pentru un imobil de pe piața secundară (40,2 %), ar trebui să fie situat în intervalul 601 – 800 euro. Și în cazul unui preț până la 600 de euro, părerile respondenților coincid atât în raport cu piața primară, cât și piața secundară. Prețurile sunt

percepute ca echivalente, deși o analiză a costurilor de producție pentru un imobil nou raportat la costurile de întreținere a unui imobil existent înclină substanțial balanța cheltuielilor în direcția blocurilor noi construite.

Astfel, urmare a cercetărilor realizate, identificăm câteva tipuri de cumpărători existenți pe piața imobiliară locală în funcție de factorii care îi influențează și obiectivele pe care și le stabilesc, fiind segmentați în câteva categorii de bază:

- Consumatorii care dețin imobil, și nu mai doresc să investească în altul, din diferite motive;

- Consumatorii care dețin imobil, însă doresc să facă încă o achiziție, fie pentru uz personal, pe viitor, fie în scop comercial;

- Consumatorii care dețin imobil, nu doresc să achiziționeze altul dar doresc să îl renoveze pe cel vechi;

- Consumatorii care nu dețin imobil.

Consumatorii care nu dețin imobil, pot fi și ei împărțiți în diferite categorii, la fel reieșind din obiectivele stabilite, și anume:

- Intenționează să achiziționeze imobil (apartament/casă);

- Intenționează să achiziționeze alt tip de imobil (debara, garaj, loc de parcare);

- Intenționează să achiziționeze teren pentru construcții;

- Nu au intenția să achiziționeze un imobil.

În scopul aplicării unui tratament corect și necesar fiecărui tip/segment de consumator, este necesar inițial să determinăm care sunt aceste tipuri, să determinăm profilul cumpărătorului de imobile la general, iar ulterior pentru fiecare situație în particular să propunem o abordare sistemică, complexă, concretizând factorii principali care îl influențează, obiectivele stabilite și urmărite de cumpărător.

În același timp, în demersul de cercetare propus, a fost realizată o cercetare de teren utilizând un ghid de interviu adresat experților cu o experiență vastă fie în domeniul imobiliar, economic, sau tehnic. Experții au fost rugați să se expună cu privire la *nivelul de dezvoltare al pieței imobiliare și asupra celor mai importante probleme economice, riscuri și provocări cu care se confruntă piața imobiliară în prezent și care ar fi provocările ulterioare în acest domeniu*, opinia acestora fiind împărțită în două: o parte care consideră că nivelul de dezvoltare este mediu cu tendințe ușoare de creștere, poziție susținută de domnul profesor Albu Ion, domnii Haiducov Serghei și Staver Viorel, și la "o fază incipientă de dezvoltare" de către domnul Rapcea Vitalie, menționând că "piața este dominată de antreprenori care nu investesc în proiecte mari de dezvoltare a unor cartiere integrate (cu școli, grădinițe, policlinici).

În cadrul cercetării realizate în rândul cumpărătorilor și a agenților economici, s-a constatat că ambele părți au considerat prețurile de vânzare a imobilelor locative pe piața

imobiliară a Republicii Moldova ca fiind înalte și foarte înalte, în acest context a fost solicitată și opinia experților cu privire la acest subiect, care unanim au susținut ideea că prețurile sunt înalte, uneori practic exagerate, mai ales pentru imobilele din cadrul pieței secundare, care au fost construite foarte demult și pentru care creșterea prețurilor pentru materiile prime, lotul pentru construcție, servicii aferente etc., nu au o influență directă.

Totodată, considerăm că indiferent de eforturile depuse pentru stimularea activității și dezvoltarea pieței imobiliare, există o serie de factori imprevizibili care pot afecta piața imobiliară și nu numai, drept exemplu servește conflictul militar dintre Rusia și Ucraina. Chiar dacă Republica Moldova nu este implicată direct în acest conflict, populația țării se află într-o continuă frică și incertitudine în ce privește modalitățile de desfășurare a evenimentelor asociate acestui conflict, cu urmări economico-financiare puternice asupra economiei țărilor implicate, în același timp influențând și economia țării noastre, inclusiv cu efecte negative asupra pieței imobiliare. Pornind de la modalitățile de desfășurare ale acestuia (evoluție/ stagnare/ finisare), propunem un model vizionar care include 3 scenarii și acțiunile posibile pentru fiecare dintre acestea în următorii ani (figura 10).

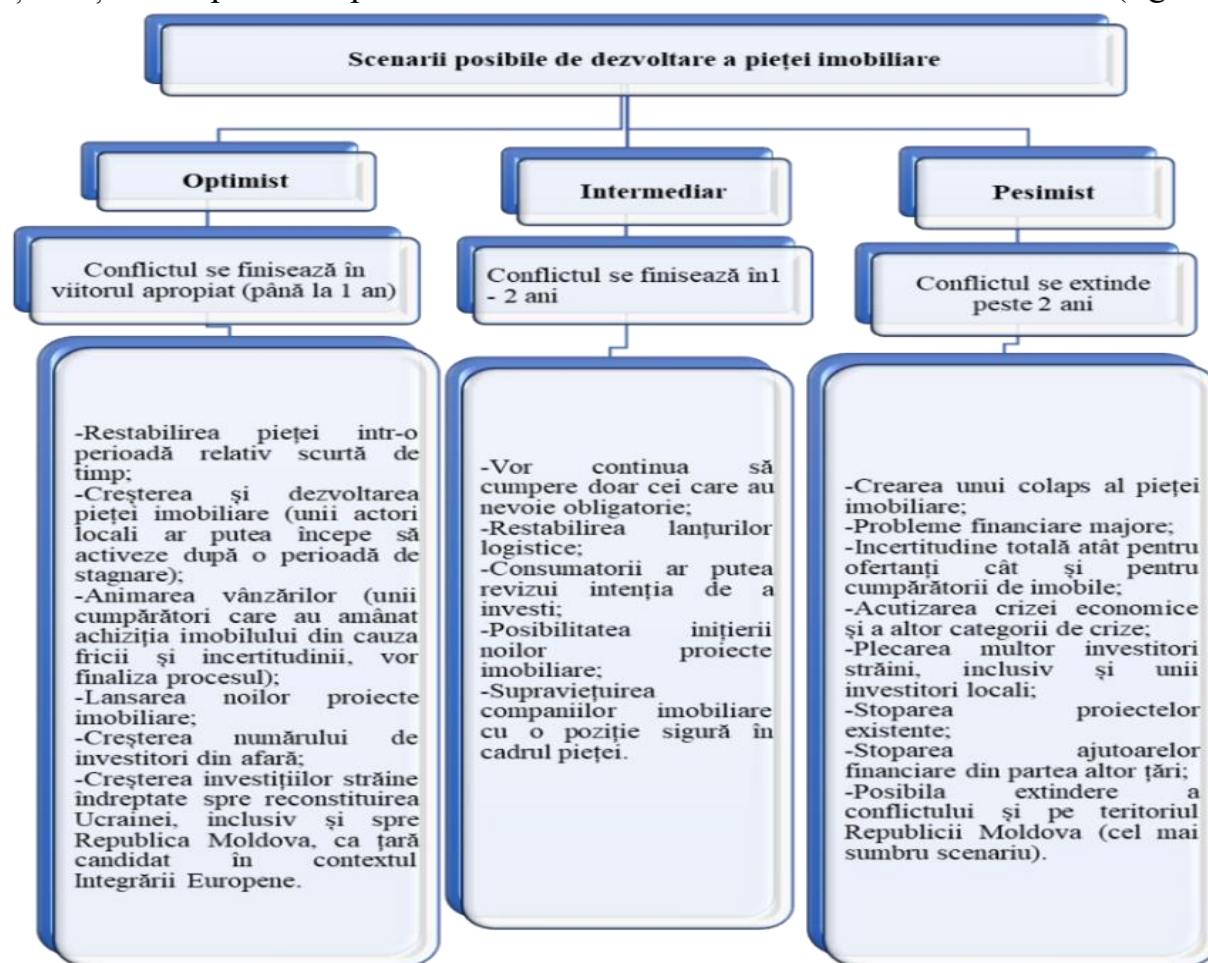


Figura 10. Modelul vizionar de dezvoltare al pieței imobiliare pentru următorii ani prin prisma evoluției conflictului militar din regiune

Sursa: elaborată de autor

Astfel, în cazul unui scenariu optimist, toate țările vecine și nu doar vor fi orientate spre a ajuta Ucraina să își redreseze economia, infrastructura etc., inclusiv vor fi făcute investiții în piața imobiliară distrusă puternic în timpul atacurilor asupra acesteia. În cazul unui scenariu intermediar, și în cel mai rău caz - pesimist, urmările vor fi de-a dreptul catastrofale, deoarece relațiile economice deja au suferit enorm, acestea vor fi într-o situație și mai critică în cazul unei astfel de finalitate. Oricât de negative nu ar fi urmările conflictului armat dintre Rusia și Ucraina din punct de vedere economic, nu putem să nu luăm în calcul una dintre posibilitățile de evoluție a acestuia, cu referință la faptul că conflictul ar putea să se extindă, teritorial și în alte țări, inclusiv în țara noastră, având în vedere faptul că atacurile au fost efectuate de multe ori la granițele Republicii Moldova. Acesta ar fi cel mai sumbru scenariu posibil, când latura economică și celelalte aspecte legate de piața imobiliară, și nu doar, ar deveni cel mai puțin importante, iar cumpărătorii și vânzătorii s-ar afla într-o situație de incertitudine totală.

Deci, o generalizare a cercetărilor realizate ne permite să afirmăm că piața imobiliară se va dezvolta progresiv în următorii ani, conform opiniei experților, deoarece ca urmare a tuturor evenimentelor petrecute în ultimii ani, s-a construit o concurență "sănătoasă" în cadrul acesteia, au rămas să activeze pe piață doar cei mai puternici, cei care au înțeles că diferențierea este calea care va aduce succes. Aceștia încearcă să propună ori ceea ce caută cumpărătorul sau crede că caută – apartamente mici, nu foarte spațioase sau dimpotrivă ceea ce întotdeauna va sensibiliza cumpărătorul – un imobil ergonomic și aici ne referim la tot ceea ce îl va face diferit de altele (inclusiv acele tehnologii și inovații tehnologice și din domeniul ingineriei), chiar dacă aceste caracteristici ar implica și costuri mai ridicate.

III. CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI

În baza cercetărilor fundamentale și aplicative realizate în lucrare, putem deduce următoarele **concluzii**:

1. Piața imobiliară poate fi definită prin prisma proceselor care au loc în cadrul acesteia drept *un sistem economico-financiar, care implică totalitatea proceselor, instituțiilor, persoanelor, care au drept scop confruntarea într-un singur loc a cumpărătorilor și vânzătorilor de imobile aflați în același spațiu sau areal geografic în același interval de timp, împreună cu totalitatea tranzacțiilor care au drept obiect bunurile imobiliare.*

2. Elementul de bază al pieței imobiliare este bunul imobiliar, care poate fi caracterizat prin imobilitate, durabilitate, valoare economică înaltă, localizare, accesibilitate, reglementări legale și administrative, precum și diversitate și specializare, fiind cel mai durabil produs din toate cele existente, care asigură securitatea investițiilor realizate, din considerentul că valoarea în timp al bunului ar putea să crească fiind influențat de diverse categorii de factori.

3. Piața imobiliară este influențată de diverse categorii de factori: economici (veniturile cumpărătorilor, coșul minim de consum, ratele dobânzilor, politica monetară, inflația, șomajul, creșterea economică, planificarea urbană, infrastructura și tendințele de urbanizare etc.), culturali (atitudinile față de ofertanți și alți actori ai pieței imobiliare, motivațiile de cumpărare, preferințele cu privire la particularitățile bunului imobiliar, cum ar fi amplasarea, numărul de odăi, suprafața, utilitățile publice din apropiere), socio-demografici (numărul de membri în familie, structura pe vârste și sexe, procesele migraționale etc.) etc.

4. Reglementările și politicile guvernamentale au un impact deosebit de mare asupra pieței imobiliare, prin aplicarea legislației cu privire la urbanism, planificarea teritoriului, diferite impozite și stimulente fiscale, politica monetară, precum și alte reglementări care influențează activitatea și evoluția pieței imobiliare.

5. Crizele economice și pandemice au avut un impact deosebit, atât asupra economiei, cât și asupra pieței imobiliare, iar cele mai semnificative urmări au fost cele legate de scăderea prețurilor imobilelor, scăderea cererii, creșterea executărilor ipotecare și crearea unei supra oferte pe piața imobiliară. Ca urmare a crizelor, în mod special a crizei economice, investițiile și activitatea de construcție în sectorul imobiliar au scăzut, dezvoltatorii imobiliari au întâlnit obstacole în ceea ce privește finanțarea și în rambursarea creditelor, iar o bună parte din proiectele de construcție în curs au fost amânate sau chiar anulate, fapt care s-a soldat cu urmări negative asupra creșterii economice generale a țării. Urmările conflictului armat din regiune deja sunt considerabile în raport cu piața imobiliară și economia per ansamblu,

impactul asupra pieței imobiliare nu poate fi constatat la moment, acest aspect fiind posibil doar după finalizarea acestuia.

6. Piața imobiliară din Republica Moldova poate fi caracterizată printr-un nivel mediu de dezvoltare cu potențial de creștere pe viitor. În amploare sectorul imobilelor locative, preponderent piața primară, stagnează piața imobilului comercial și e în scădere față de anii precedenți piața imobilului industrial. Conform opiniei experților, piața imobiliară va crește în următorii ani, ca urmare a concurenței "sănătoase" conturate în cadrul acesteia. La moment activează pe piață doar cei mai puternici, acei participanți care au înțeles că diferențierea este calea spre succes, și propun ceea ce solicită consumatorul – apartamente mici, nu foarte spațioase, sau imobile ergonomice, inclusiv cu implementarea tehnologiilor și inovațiilor tehnologice și din domeniul ingineriei, fiind acceptate chiar și cu costuri mai ridicate.

7. Piața imobiliară din Republica Moldova, conform rezultatelor cercetării efectuate, atât calitative cât și cantitative este concentrată preponderent în municipiul Chișinău (în jur de 80% ca volum și 90 % ca valoare monetară), concluzie confirmată și de experții economici și imobiliari participanți în cadrul cercetării. Cea mai mare pondere din total o are piața imobiliară locativă, cu accent sporit spre piața imobiliară primară, pentru care interesul este mult mai mare în raport cu cererea pentru imobile din cadrul pieței secundare, datorită faptului că piața primară oferă oamenilor împreună cu locuința și alte facilități, cum ar fi infrastructură dezvoltată a sectorului aferent imobilului, inclusiv școli, grădinițe, unități de alimentație publică, laboratoare și cabinete medicale, zone de agrement și odihnă, frizerii etc., precum și prezența terenurilor de joacă și a parcarilor, atât de necesare populației.

8. În urma cercetării, evidențiem următoarele tendințe ale comportamentului de cumpărare care caracterizează piața imobiliară la moment și tindem să credem că acestea se vor menține și în viitor: se renunță la apartamentele luxoase și spațioase în favoarea imobilelor cu suprafețe mai mici, la prețuri accesibile. În ceea ce privește casele individuale, se solicită imobile cu unul sau 2 etaje, până la maxim 250 m², situate la periferiile capitalei.

9. Migrația excesivă a cererii de imobile spre orașe, în mod special spre municipiul Chișinău, transformă capitala într-un spațiu supraaglomerat, creând ulterior dificultăți în ceea ce privește accesul la utilitățile publice: grădinițe, școli, transport, parcuri etc.

10. Tendința de sporire a interesului populației pentru imobile "verzi", „inteligente”, ecologice, ergonomice, pentru implementarea noilor tehnologii, prin utilizarea materialelor moderne ce permit păstrarea căldurii, economisirea energiei etc., și în același timp reprezintă un factor stimulator și foarte important pentru dezvoltarea ulterioară a pieței imobiliare.

11. Se preconizează o schimbare a paradigmei de dezvoltare a domeniului imobiliar în capitală, prin construcția a cât mai multe complexe rezidențiale cu infrastructură dezvoltată, iar construcția haotică pe orice bucățică de pământ poate fi considerată istorie. Totodată, se atestă o responsabilitate ridicată din partea autorităților, dar se observă și o creștere a culturii de cumpărare și consum a populației, care nu caută doar „imobile ieftine”, ci un rezultat avantajos și justificabil din punct de vedere al raportului calitate/preț.

Pornind de la specificul pieței imobiliare, și a particularităților participanților în cadrul acesteia, totodată reieșind din rezultatele cercetărilor desfășurate și a concluziilor formulate, propunem un șir de **recomandări**, care pot fi grupate în funcție de posibilitățile de implementare și responsabilii implicați, după cum urmează:

➤ *Recomandări adresate principalilor actori ai pieței imobiliare care se ocupă nemijlocit cu construcția bunurilor imobiliare (constructorii de imobile, dezvoltatorii etc.):*

1. Orientarea spre obținerea avantajelor competitive, prin utilizarea de noi echipamente, tehnologii avansate, metode noi de organizare a producției și ulterior metode mai progresive de stimulare a personalului angajat în construcții, pentru a spori productivitatea muncii. Constructorii/ dezvoltatorii care utilizează noile tehnologii vor putea obține beneficii mari în viitor, deoarece consumatorul este din ce în ce mai interesat de propria sănătate și de a achita minim pentru servicii.

2. Adoptarea strategiilor de diferențiere a bunurilor imobiliare/proiectelor. Tendința de creștere a interesului cumpărătorilor pentru casele "verzi", ecologice, cu economie de energie, cu aplicarea de noi tehnologii, „inteligente”, la construcția cărora sunt utilizate materiale de finisare moderne care permit păstrarea căldurii, panouri solare etc.

3. Evitarea supraaglomerării. Orientarea noilor construcții spre periferiile orașului, pentru a elibera capitala, tendință care se observă în ultimul timp, caracterizată printr-o "migrație" a construcțiilor și a cererii spre periferiile municipiului, unde la moment se construiesc complexe rezidențiale cu infrastructură dezvoltată și cu acces liber la utilitățile publice.

➤ *Recomandări adresate altor participanți în cadrul pieței imobiliare (agenților imobiliari):*

4. Cercetarea continuă a pieței imobiliare naționale și internaționale, pentru a fi mereu la curent cu noile oportunități apărute.

5. Oferirea de servicii de înaltă calitate, ceea ce va spori considerabil interesul față de bunul imobiliar tranzacționat.

➤ *Recomandări adresate cumpărătorilor de imobile:*

6. Investiția în terenuri în locul altor categorii de imobile pentru cumpărători, cu intenția de a investi pe termen lung, domeniu care, conform opiniei experților va lua amploare în viitorul apropiat.

➤ *Recomandări adresate statului, guvernului APL și/sau altor organe competente, etc.:*

7. Eficientizarea procesului de planificare și dezvoltare urbană, deoarece consumatorul de astăzi nu caută doar locuință, care să îi satisfacă nevoia fundamentală de a se odihni/dormi/trăi, dar înțelege că imobilul este o parte componentă a tot ceea ce înseamnă calitatea vieții, o prioritate devenind amplasarea locuinței și accesul la utilitățile publice.

8. Facilitarea obținerii mijloacelor financiare destinate activității în cadrul pieței imobiliare, fie pentru construcție fie aferente achiziției etc. Intervenția statului este necesară pentru o reglementare mai riguroasă a domeniului construcțiilor de imobil și a sectorului financiar, prin scăderea ratei dobânzii la credite ipotecare, acordarea creditelor ipotecare pe un termen mai îndelungat (20 – 30 de ani), în condiții avantajoase, reale și raportate la nivelul salariilor din țară și asigurarea deductibilității costurilor asociate creditelor ipotecare.

9. Lansarea de către Guvern și instituțiile publice abilitate de noi programe, gen PRIMA CASĂ, sau diverse programe de subvenționare a familiilor tinere, care vor stimula dezvoltarea pieței imobiliare prin condiții clare, stabile și acceptabile, orientate și accesibile pentru mai multe categorii de beneficiari. Rolul statului ar trebui să fie orientat spre a crea condiții egale pentru toți cetățenii Republicii Moldova de a participa la tranzacții cu bunuri imobile.

10. Promovarea dezvoltării durabile a pieței imobiliare, cu accent sporit pe protecția mediului înconjurător, iar guvernul, constructorii de imobil și dezvoltatorii ar trebui să adopte practici de construcție ecologică, eficiență energetică și utilizare a surselor regenerabile, totodată, să promoveze gestionarea eficientă a resurselor și reducerea impactului asupra mediului înconjurător.

Concluziile tezei evidențiază importanța pieței imobiliare în economia Republicii Moldova și subliniază nevoia de a aborda, în mod corespunzător provocările în contextul schimbărilor economice și sociale. Lucrarea contribuie la înțelegerea mai profundă a pieței imobiliare din Republica Moldova și poate fi un punct de plecare pentru viitoare cercetări în domeniu, oferind orientări pentru elaborarea politicilor și strategiilor de marketing eficiente în domeniul imobiliar, în beneficiul atât al comunității academice, cât și al decidenților din sectorul public și privat.

BIBLIOGRAFIE

1. BUZU, O., MATCOV, A. Evaluarea bunurilor imobiliare: teorie și practică = Оценка Недвижимости: теория и практика. Chișinău: Ed. Tipografia Centrală”, 2003. 258 p. ISBN 9975-78-226-4.
2. CHUON, A. HASNIYATI, H., Abdul, G. S. Conceptualising Luxury Residential Property For Marketing. In: Malaysia Journal of Society and Space. 2017. ISSN 2180-2491. pp. 33-43. [citat: 23 ianuarie 2024]. Disponibil: <https://journalarticle.ukm.my/11894/1/17856-51666-1-PB.pdf>
3. FILLMORE, W.G., WELLINGTON, J.A., ROBERT, C.K., MARTHA, R.W. Modern Real Estate Practice. 20th Edition – Comprehensive Real Estate Guide on Law, Regulations, and Principles Paperback – January 1, ISBN-13-978-14754637292018.
4. IONIȚĂ, V. După o stagnare de jumătate de an, prețurile la apartamentele din mun. Chișinău în primul trimestru din 2023 au înregistrat o creștere de 2,3% [online]. Disponibil: <https://ionita.md/2023/05/15/dupa-o-stagnare-de-jumatate-de-an-preturile-la-apartamentele-din-mun-chisinau-in-primul-trimestru-din-2023-au-inregistrat-o-crestere-de-23/> [citat la 22.06.2023].
5. Legea cu privire la locuințe: nr. 75 din 30-04-2015 [online]. Monitorul Oficial al Republicii Moldova. 2015, nr. 131-138, 249. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=137381&lang=ro# [citat la 22.06.2023].
6. LINNEMAN, P. Real Estate Finance & Investments: Risks and Opportunities. 2 nd Edition. 2018. ISBN-13-978-0692996638
7. POORVU, W. J. Creating and Growing Real Estate Wealth: The 4 Stages to a Lifetime of Success. 1st Edition. ISBN-13-978-0132434539.
8. ГРИНЕНКО, С. В. Экономика недвижимости [online]. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2004. стр. 11. Disponibil: http://files.eiun.bstu.ru/docs/magistr/teor_method/gr_ecned.pdf [citat la 12.12.2011].
9. РАДЧЕНКО, И. Недвижимость. Практическая энциклопедия. Москва: ГроссМедиа Ферлаг. 2005. 416 с. ISBN: 5-476-00050-X.
10. РЕСИН, В.И. и др. Экономика недвижимости. Учебное пособие. - 2-е изд. – М.: Дело. 2000. – 328 с. ISBN 5-7749-0104-1.
11. ТАТАРОВА, А.В. Оценка недвижимости и управление собственностью [online]. Учебное пособие. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2003. Disponibil: <http://www.aup.ru/books/m90/> [citat la 27.06.2023].
12. ЯН, Я., ЛИШЕНКО, М., ВАНСІН, С. Моделі маркетингового каналу розподілу в підприємствах нерухомості. In: Економіка та суспільство. Nr. 44. 2022. UDC 330.332. Disponibil: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-118>.
13. ВИНОГРАДОВ Д. В. *Функции и особенности рынка недвижимости. Рынок недвижимости.* Экономика недвижимости: учебное пособие [online]. Disponibil: <http://subschet.ru/subschet.nsf/4bd1036cab15f83bc32571f8007c218b/2c1b18f84d7792b7c3257232004cf27e%21OpenDocument> [citat la 22.01.2013].
14. https://statbank.statistica.md/PxWeb/pxweb/ro/40%20Statistica%20economica/40%20Statistica%20economica_18%20CON_CON020_serii%20anuale/CON020500.px/table/tableViewLayout1/?rxid=b2ff27d7-0b96-43c9-934b-42e1a2a9a774

LISTA LUCRĂRILOR ȘTIINȚIFICE la tema tezei

2. Articole în reviste științifice

2.3. în reviste din Registrul Național al revistelor de profil, cu indicarea categoriei

1. ROTARU, Olesea. *Ipoteca - soluție pentru cumpărătorii de imobile*. În: „Akademos. Revistă de Știință, Inovare, Cultură și Artă”, Nr.3(70), 2023, pp.119-126, ISSN 1857-0461, E-ISSN 2587 – 3687, 0,7 c.a., Categoria B. Disponibil: <http://akademos.asm.md/files/119-126.pdf>. Indexare în baza de date: DOAJ, ROAD, INDEX COPERNICUS.

2. ROTARU, Olesea. *Conceptul contemporan al „marketingului pieței imobiliare*. În: *Studia Universitatis Moldaviae* (Seria Științe Exacte și Economice), nr. 7(97), Chișinău, 2016, pp.135-142, ISSN 1857-2073, ISSN online 2345-1033, 0,3 c.a., Categoria B. Disponibil: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/135_142_Conceptul%20contemporan%20de%20marketing%20al%20pieței%20imobiliare.pdf. Indexare în baze de date: IBN, DOAJ, OAJI.net.

3. ROTARU, Olesea, CHIRIAC, Lilia. *Conținutul și importanța studierii micromediului de marketing al întreprinderii pe piața imobilului locativ*. În: *Studia Universitatis Moldaviae* (Seria Științe Exacte și Economice), nr. 7(77), Chișinău, 2014, pp. 156-165, ISSN 1857-2073, 0,9 c.a., Categoria B. Disponibil: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/24.-p.156-165%20Continutul%20si%20importanta%20studierii%20micromediului%20de%20marketing%20a%20intreprinderii%20pe%20piața%20imobilului%20locativ.pdf. Indexate în baza de date: IBN, DOAJ, OAJI.net.

4. ROTARU, Olesea, CHIRIAC, Lilia. *Metode de analiză a mediului de marketing al întreprinderii din sfera construcțiilor de imobil locativ*. În: *Analele Științifice, Universitatea de Studii Politice și Economice Europene "Constantin Stere"*, Ediția a II-a, volumul 2, Chișinău, 2014, pp. 64-72, 0,7 c.a., ISSN 1857 – 4858, ISBN 978-9975-4449-3-4, Categoria C. Disponibil: https://irek.ase.md/xmlui/bitstream/handle/123456789/2181/Lilia%20CHIRIAC_Olesea%20Rotaru_%20Analele_Universitatii_Constantin_Stere_Editia_2_2014.pdf?sequence=1/

5. ROTARU, Olesea. *Comportamentul consumatorului și etapele procesului decizional de cumpărare pe piața imobilului cu destinație locativă*. În: *Analele Științifice, Universitatea de Studii Politice și Economice Europene "Constantin Stere"*, Ediția a II-a, volumul 2, Chișinău, 2014, pp. 89-96, 0,7 c.a., ISSN 1857 – 4858, ISBN 978-9975-4449-3-4, Categoria C. Disponibil: https://uspee.md/wp-content/uploads/2016/08/Analele_Universitatii_Constantin_Stere_Editia_2_2014.pdf

3. Articole în lucrările conferințelor și alte manifestări științifice

3.2. în lucrările manifestărilor științifice incluse în alte baze de date

6. ROTARU, Olesea. *Metode și tehnici de convingere utilizate de companiile constructoare de imobil locativ în scopul stimulării spre acțiune a potențialilor cumpărători*. În: *Conferință Științifică Internațională "Competitivitate și Inovare în Economia Cunoașterii"*, Ediția a XXII-a, 25-26 septembrie 2020, Chișinău, ASEM, 2020, pp.182-189, 0,5 c.a., e-ISBN 978-9975-75-985-4.

Disponibil: https://ase.md/files/publicatii/epub/Conference_Proceedings_Articles-25-26-SEPTEMBER-2020.pdf

7. ROTARU, Olesea. *Piața imobiliară - fundament pentru implementarea deciziilor de marketing*. În: Conferința Științifică Internațională "25 de ani de reformă economică în Republica Moldova: prin inovare și competitivitate spre progres economic" din 23-24 septembrie 2016, consacrată celei de - a XXV-a aniversări a ASEM, volumul II, Chișinău, ASEM, 2016, pp.252-258, 0,5 c.a., ISBN 978-9975-75-835-2. Disponibil: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/Z25%20de%20ani%20vol.2_de%20ref_economic%C4%83_2016.pdf

8. ROTARU, Olesea, CHIRIAC, Lilia. *Utilizarea metodei „Mystery Shopping” pentru studierea satisfacției cumpărătorilor în cadrul pieței imobilului cu destinație locativă*. În: *60 de ani de învățământ economic superior în Republica Moldova: prin inovare și competitivitate spre progres economic: conferința științifică internațională*, 27-28 septembrie 2013, volumul 1, Chișinău, ASEM, 2013, pp. 144-146, 0,3 c.a., ISBN 978-9975-75-668-6. Disponibil: https://irek.ase.md/xmlui/bitstream/handle/123456789/2180/Olesea%20ROTARU_Lilia%20CHIRIAC_%20Conf%20sept%202013%20Vol%201.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ADNOTARE

ROTARU Olesea. „Piața imobiliară: evoluții și tendințe de dezvoltare în condițiile Republicii Moldova”. Teză de doctor în științe economice. 521.04. Marketing și Logistică. Chișinău, 2024.

Structura tezei: introducere, trei capitole, concluzii și recomandări, bibliografie din 241 de titluri, 30 anexe, 159 pagini text de bază, inclusiv 18 tabele, 57 figuri și 2 formule. Tezele de bază ale lucrării au fost publicate în 8 lucrări științifice.

Cuvinte-cheie: mix de marketing imobiliar, piața imobiliară, piața imobiliară locativă/rezidențială, cererea și oferta de imobil, comportamentul cumpărătorilor de imobil, piața imobiliară primară, piața imobiliară secundară, evoluția pieței imobiliare, tendințe de dezvoltare a pieței imobiliare.

Scopul cercetării ține de fundamentarea științifică a bazei conceptuale privind piața imobiliară, evidențierea particularităților și principiilor de funcționare ale acesteia din perspectiva marketingului, de rând cu evaluarea dimensiunilor și a tendințelor pieței imobiliare locative din Republica Moldova.

Obiectivele: Cercetarea și sistematizarea abordărilor teoretice cu privire la conceptul de piață imobiliară; Evaluarea situației actuale a pieței imobiliare din Republica Moldova; Analiza impactului crizelor economico-financiare și pandemice asupra pieței imobiliare; Analiza factorilor care influențează piața imobiliară, identificarea și evaluarea riscurilor asociate tranzacțiilor imobiliare; Investigarea preferințelor și comportamentului cumpărătorilor de bunuri imobiliare locative din Chișinău; Identificarea principalelor tendințe de dezvoltare ale pieței imobiliare locative din Chișinău; Configurarea elementelor mixului de marketing imobiliar.

Noutatea științifică și originalitatea lucrării. Fundamentarea științifică a bazei conceptuale privind piața imobiliară; Analiza de marketing a pieței imobiliare și identificarea tendințelor de dezvoltare ale acesteia; Relevarea principalilor factori de influență în achiziționarea spațiului locativ de către consumatorii autohtoni; Segmentarea pieței imobiliare din Republica Moldova; Analiza pieței imobiliare din perspectiva crizelor economice și pandemice în Republica Moldova; Identificarea alternativelor strategice de stimulare a pieței imobiliare din Republica Moldova; Elaborarea modelului vizionar de dezvoltare al pieței imobiliare din Republica Moldova în raport cu evoluțiile posibile ale conflictului militar din regiune.

Problema științifică soluționată. Identificarea caracteristicilor de marketing a pieței imobiliare din Republica Moldova, identificarea particularităților și dimensiunilor comportamentale ale cumpărătorilor de bunuri imobiliare locative, ceea ce va contribui la elaborarea strategiilor de marketing în scopul utilizării ulterioare în diverse cercetări și analize de către principalii actori ai pieței imobiliare, creând baza teoretică și aplicativă pentru implementarea eficientă a deciziilor de marketing.

Semnificația teoretică a tezei constă în fundamentarea și dezvoltarea conceptului de piață imobiliară, de rând cu definirea și configurarea mixului de marketing imobiliar.

Valoarea aplicativă a cercetării. Determinarea nivelului de dezvoltare al pieței imobiliare locative din Republica Moldova, în special din municipiul Chișinău și evidențierea principalelor direcții de dezvoltare. Identificarea rolului pieței imobiliare în cadrul structurii economico-sociale a țării, riscurile posibile precum și posibilitatea utilizării rezultatelor obținute în activitatea principalilor actori din cadrul pieței.

Implementarea rezultatelor științifice. Rezultatele cercetării au fost discutate și publicate în cadrul conferințelor științifice cu participare națională și internațională și în reviste de profil recenzate. Rezultatele cercetării, concluziile și recomandările propuse în cadrul cercetării au fost acceptate spre implementare de către companii din cadrul pieței imobiliare, pentru utilizarea acestora în scopul eficientizării procesului decizional în cadrul entităților.

ANNOTATION

ROTARU Olesea. "Real estate market: developments and development trends in the conditions of the Republic of Moldova". PhD thesis. 521.04. Marketing and Logistics. Chisinau, 2024.

Thesis structure: introduction, three chapters, conclusions and recommendations, bibliography of 241 titles, 30 annexes, 159 pages of basic text, including 18 tables, 57 figures and 2 formulas. The basic theses of the thesis have been published in 8 scientific papers.

Keywords: real estate marketing mix, real estate market, housing/residential real estate market, real estate supply and demand, real estate consumer behavior, primary real estate market, secondary real estate market, real estate market development, real estate market development trends.

Research purpose: to scientifically substantiate the conceptual basis of the real estate market, to highlight its particularities and principles of functioning from a marketing perspective, and to evaluate the dimensions and trends of the real estate market in the Republic of Moldova. **Objectives:** Research and systematization of theoretical approaches to the concept of real estate market; Assessment of the current situation of the real estate market in the Republic of Moldova; Analysis of the impact of economic-financial and pandemic crises on the real estate market; Analysis of factors influencing the real estate market, identification and assessment of risks associated with real estate transactions; Investigation of the preferences and behavior of buyers of real estate in Chisinau; Identification of the main development trends of the real estate market in Chisinau; Configuration of the elements of the real estate marketing mix.

The scientific novelty and originality. The scientific foundation of the conceptual basis of the real estate market; Marketing analysis of the real estate market and identification of its development trends; Identification of the main factors influencing the purchase of housing space by local consumers; Segmentation of the real estate market in the Republic of Moldova; Analysis of the real estate market from the perspective of economic and pandemic crises in the Republic of Moldova; Identification of strategic alternatives to stimulate the real estate market in the Republic of Moldova; Elaboration of the visionary model of development of the real estate market in the Republic of Moldova in relation to the possible developments of the military conflict in the region.

The scientific problem solved in the thesis. Identifying the marketing characteristics of the real estate market in the Republic of Moldova, definition and configuration of the real estate marketing mix, identification of peculiarities and behavioral dimensions of real estate buyers, which will contribute to the development of marketing strategies for subsequent use in various research and analysis by the main actors of the real estate market, creating the theoretical and applied basis for the effective implementation of marketing decisions.

The theoretical significance of the thesis lies in the foundation and development of the real estate market concept, together with the definition and configuration of the real estate marketing mix.

The practical value of the research. Determination of the level of development of the real estate market in the Republic of Moldova, especially in the municipality of Chisinau and highlight the main directions of development. To identify the role of the real estate market within the economic and social structure of the country, the possible risks and the possibility of using the results obtained in the activity of the main actors in the market.

Implementation of scientific results. Research results have been discussed and published at scientific conferences with national and international participation and in peer-reviewed journals. The research results have been accepted for implementation by companies in the real estate market, for use in order to streamline the decision-making process within the entity.

АННОТАЦИЯ

РОТАРУ Олеся. "Рынок недвижимости: эволюция и тенденции развития в условиях Республики Молдова". Докторская диссертация. 521.04. Маркетинг и логистика. Кишинев, 2024.

Структура диссертации: введение, три главы, выводы и рекомендации, библиография из 241 наименований, 30 приложений, 159 страниц основного текста, включая 18 таблицы, 57 рисунков и 2 формулы. Результаты исследования опубликованы в 8 научных работах.

Ключевые слова: маркетинг-микс недвижимости, рынок недвижимости, рынок жилья, спрос и предложение на недвижимость, поведение потребителей недвижимости, первичный и вторичный рынок недвижимости, развитие рынка недвижимости, тенденции развития рынка недвижимости.

Цель исследования: научно обосновать концептуальные основы рынка недвижимости, выделить его особенности и принципы функционирования с точки зрения маркетинга, а также оценить размеры и тенденции развития в Республике Молдова. **Задачи:** Исследование и систематизация теоретических подходов к понятию рынка недвижимости; Оценка текущей ситуации на рынке недвижимости в Республике Молдова; Анализ влияния экономико-финансового и пандемического кризисов на рынок недвижимости; Анализ факторов, влияющих на рынок недвижимости, выявление и оценка рисков, связанных со сделками с недвижимостью; Исследование предпочтений и поведения покупателей недвижимости в Кишиневе; Выявление основных тенденций развития рынка недвижимости в Кишиневе; Конфигурация элементов маркетинг-микса недвижимости.

Научная новизна и оригинальность работы. Научное обоснование концептуальных основ рынка недвижимости; Маркетинговый анализ рынка недвижимости и определение тенденций его развития; Выявление основных факторов влияющих на приобретение жилья; Сегментация рынка недвижимости в Республике Молдова; Анализ рынка недвижимости с точки зрения экономического и пандемического кризисов; Определение стратегических альтернатив для стимулирования рынка недвижимости в Республике Молдова; Разработка перспективной модели развития рынка недвижимости в Республике Молдова в связи с возможным развитием военного конфликта в регионе.

Научная проблема, решаемая в исследовании. Идентификация маркетинговых характеристик рынка недвижимости Республики Молдова, обоснование и конфигурация маркетинг-микса недвижимости, выявление особенностей и поведенческих аспектов покупателей недвижимости, что будет способствовать разработке маркетинговых стратегий для последующего использования в различных исследованиях и анализе основными субъектами рынка недвижимости, созданию теоретической и прикладной базы для эффективной реализации маркетинговых решений.

Теоретическая значимость диссертации заключается в обосновании и развитии концепции рынка недвижимости, а также в определении и конфигурации маркетинг-микса недвижимости.

Практическая ценность исследования. Определение уровня развития рынка жилья в Республике Молдова, в частности в муниципии Кишинев, и выделение основных направлений развития. Выявление роли рынка недвижимости в экономической и социальной структуре страны, возможных рисков и возможностей использования полученных результатов в деятельности основных субъектов рынка.

Внедрение научных результатов. Результаты исследования обсуждались и публиковались на научных конференциях с национальным и международным участием и в рецензируемых журналах. Результаты исследования были приняты к внедрению компаниями на рынке недвижимости, для использования в целях оптимизации процесса принятия решений в организации.

ROTARU OLESEA

**PIAȚA IMOBILIARĂ: EVOLUȚII ȘI TENDINȚE DE DEZVOLTARE ÎN
CONDIȚIILE REPUBLICII MOLDOVA**

521.04. MARKETING ȘI LOGISTICĂ

Rezumatul științific al tezei de doctor în științe economice

Aprobat spre tipar: 28.08.2024

Hârtie ofset. Tipar ofset.

Coli de tipar: 2,2

Formatul hârtiei 60x84 ^{1/16}

Tiraj: 30 ex.

Comanda nr. 39.

Serviciul Editorial-Poligrafic al Academiei de Studii Economice din Moldova,
str. Mitropolit G. Bănulescu-Bodoni 59, MD-2005, Chișinău, Republica Moldova