

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

Teză de doctor în științe economice

Conducător științific:



SAVCIUC OXANA

dr., conf. univ.

Autor:



ROTARU OLESEA

CHIȘINĂU, 2024

© ROTARU Olesea, 2024

CUPRINS

CUPRINS	3
ADNOTARE (română, engleză, rusă)	4
LISTA TABELELOR	7
LISTA FIGURILOR	8
LISTA ABREVIERILOR	10
INTRODUCERE	11
1. ASPECTE CONCEPTUALE PRIVIND PIAȚA IMOBILIARĂ ȘI PRINCIPIIILE DE FUNCȚIONARE ALE ACESTEIA	17
1.1. Caracteristici definitorii ale pieței imobiliare	17
1.2. Tipologia pieței imobiliare și clasificarea bunurilor imobiliare	33
1.3. Particularitățile și principiile de funcționare ale pieței imobiliare	42
1.4. Concluzii la capitolul 1	49
2. CARACTERISTICA PIEȚEI IMOBILIARE DIN REPUBLICA MOLDOVA ȘI A ELEMENTELOR MIXULUI DE MARKETING ÎN DOMENIU	51
2.1. Impactul factorilor economici și sociali asupra pieței imobiliare din Republica Moldova	51
2.2. Analiza pieței imobiliare din Republica Moldova	65
2.3. Analiza pieței imobiliare internaționale	83
2.4. Configurarea elementelor mixului de marketing imobiliar	94
2.5. Concluzii la capitolul 2	114
3. TENDINȚE ȘI VIZIUNI STRATEGICE DE DEZVOLTARE ALE PIEȚEI IMOBILIARE DIN REPUBLICA MOLDOVA	116
3.1. Cercetarea particularităților de cumpărare a cumpărătorilor de bunuri imobiliare locative din municipiul Chișinău	116
3.2. Identificarea tendințelor de dezvoltare ale pieței imobiliare din Republica Moldova	142
3.3. Viziuni privind direcțiile de dezvoltare ale pieței imobiliare din Republica Moldova	154
3.4. Concluzii la capitolul 3	165
CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI	167
BIBLIOGRAFIE	171
ANEXE	188
ACTE DE IMPLEMENTARE	260
DECLARAȚIA PRIVIND ASUMAREA RĂSPUNDERII	263
CV-ul AUTORULUI	264

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, 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 a 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 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.

Lista tabelelor:

Nr.	Titlul tabelului:	Pag.
1.	Tabelul 1.1. Aspecte definitorii ale bunurilor imobiliare	19
2.	Tabelul 1.2. Aspecte definitorii ale conceptului de piață imobiliară	27
3.	Tabelul 1.3. Tipologia bunurilor imobiliare	33
4.	Tabelul 1.4. Clasificarea bunurilor imobiliare după funcționalitate	35
5.	Tabelul 1.5. Tipologia pieței imobiliare	37
6.	Tabelul 2.1. Investiții în active materiale pe termen lung, pe activități economice	66
7.	Tabelul 2.2. Autorizații de construcție eliberate pentru clădiri, pentru anii 2020 - 2023	68
8.	Tabelul 2.3. Numărul de autorizații de construcție eliberate, pe tipuri de clădiri și regiuni, pentru anii 2021 - 2023	69
9.	Tabelul 2.4. Numărul clădirilor date în exploatare și suprafața acestora, perioada 2010-2022	70
10.	Tabelul 2.5. Numărul total de locuințe date în exploatare, perioada 2010-2021	71
11.	Tabelul 2.6. Locuințe date în exploatare, anul 2021	71
12.	Tabelul 2.7. Prețul mediu pentru un m ² suprafață locuință pe sectoare ale municipiului Chișinău, iunie 2018 / iunie 2023 (€/m ²)	74
13.	Tabelul 2.8. Clasificarea motivației prin prisma cumpărării unui bun imobiliar	79
14.	Tabelul 2.9. Tipologia riscurilor asociate pieței imobiliare	81
15.	Tabelul 2.10. Analiza comparativă a prețurilor bunurilor imobiliare în diverse țări, iulie 2023, €/m ²	84
16.	Tabelul 2.11. Analiza comparativă a principalilor indicatori aferenți pieței imobiliare pe plan internațional, iulie 2023	86
17.	Tabel 3.1. Impactul crizelor economice și pandemice asupra pieței imobiliare din Republica Moldova	150
18.	Tabelul 3.2. Alternative strategice de stimulare a pieței imobiliare	161

Lista figurilor:

Nr.	Titlul figurii:	Pag.
1.	Figura 1.1. Imobilul - obiect de interes economic și al statului	20
2.	Figura 1.2. Etapele obținerii creditului imobiliar	23
3.	Figura 1.3. Etapele procesului legal de moștenire parcurse de moștenitor pentru a obține bunul imobiliar	24
4.	Figura 1.4. Modelul simplificat al participanților în cadrul pieței imobiliare	27
5.	Figura 1.5. Locul pieței imobiliare în cadrul pieței totale	29
6.	Figura 1.6. Mecanismul de funcționare al pieței imobiliare	30
7.	Figura 1.7. Clasificarea bunurilor imobiliare rezidențiale	36
8.	Figura 1.8. Clasificarea pieței imobiliare	39
9.	Figura 1.9. Tipologia pieței imobiliare în raport cu specificul bunurilor imobiliare	41
10.	Figura 1.10. Caracteristici de bază ale bunurilor imobiliare	45
11.	Figura 2.1. Corelația dintre piața imobiliară și alte tipuri de piețe	52
12.	Figura 2.2. Factorii care influențează cererea de bunuri imobiliare	53
13.	Figura 2.3. Factorii care influențează prețul bunurilor imobiliare	55
14.	Figura 2.4. Repartizarea pe sectoare după suprafața expusă în vânzare, primul semestru 2009, mii m ²	60
15.	Figura 2.5. Evoluția prețului pe piața imobiliară primară a municipiului Chișinău, decembrie 2008-martie 2009, €/m ²	60
16.	Figura 2.6. Evoluția prețului pe piața imobiliară primară pe sectoare a municipiului Chișinău, decembrie 2008 - martie 2009, €/m ²	61
17.	Figura 2.7. Numărul apartamentelor comercializate, anii 2017-2020	63
18.	Figura 2.8. Numărul de apartamente procurate prin credite ipotecare, anii 2017-2020	64
19.	Figura 2.9. Contribuția sectoarelor și evoluția PIB pe resurse concrete, anii 2020-2022, (p. p.)	66
20.	Figura 2.10. Contribuția sectoarelor principale la evoluția PIB pe resurse concrete, anul 2022, (p. p.)	67
21.	Figura 2.11. Numărul locuințelor date în exploatare în anii 2017-2021, mii unități	72
22.	Figura 2.12. Repartizarea blocurilor de locuit după numărul de odăi, în %	73
23.	Figura 2.13. Evoluția prețurilor la apartamentele din cadrul pieței primare și secundare din municipiul Chișinău, €/m ²	75
24.	Figura 2.14. Factorii care influențează comportamentul cumpărătorului în luarea deciziei de cumpărare	79
25.	Figura 2.15. Analiza comparativă a prețului bunurilor imobiliare în diferite țări, iulie 2023, €/m ²	85
26.	Figura 2.16. Analiza comparativă a ratelor creditelor ipotecare și a dobânzilor aferente pieței imobiliare pe plan internațional, iulie 2023, €/m ²	86
27.	Figura 2.17. Salariul mediu net lunar (după impozitare), iulie 2023, euro	87
28.	Figura 2.18. Direcții strategice de dezvoltare ale pieței imobiliare	94
29.	Figura 2.19. Ierarhia nevoilor după A. Maslow adaptată la tipurile de locuințe	96
30.	Figura 2.20. Componentele produsului imobiliar	98
31.	Figura 2.21. Etapele procesului de creare și lansare a unui bun imobiliar în cadrul pieței	101
32.	Figura 2.22. Structura prețului pentru diferiți participanți ai pieței imobiliare	104
33.	Figura 2.23. Instrumente de promovare utilizate în cadrul pieței imobiliare	109
34.	Figura 3.1. Ponderea deținătorilor de imobil	124

35.	Figura 3.2. De la cine a fost procurat imobilul, %	124
36.	Figura 3.3. Tipul de imobilul care aparține respondentului, %	125
37.	Figura 3.4. Cerințe față de imobil la momentul achiziției, %	125
38.	Figura 3.5. Parametrii imobilului pe care îl are în posesie respondentul (în funcție de numărul de odăi)	127
39.	Figura 3.6. Parametrii imobilului pe care îl are în posesie respondentul (în funcție de suprafață)	127
40.	Figura 3.7. Locația/amplasarea imobilului (opinia persoanelor fizice)	128
41.	Figura 3.8. Intenția de cumpărare a unui nou imobil, %	129
42.	Figura 3.9. Tipul imobilului pe care ar dori să îl achiziționeze cumpărătorul	130
43.	Figura 3.10. Cerințe specifice aferente bunului imobiliar	130
44.	Figura 3.11. Disponibilitatea de a achita mai mult pentru o locuință construită după noile tehnologii (materii prime ecologice și inovații tehnologice)	131
45.	Figura 3.12. Tipul de imobil în raport cu numărul de odăi	133
46.	Figura 3.13. Parametrii imobilului dorit de respondent în raport cu suprafața	133
47.	Figura 3.14. Preferințele privind amplasarea imobilului	134
48.	Figura 3.15. Intenția de cumpărare a unui imobil raportat la factorul timp	135
49.	Figura 3.16. Ponderea factorilor de influență asupra prețului de vânzare al imobilului locativ, %	136
50.	Figura 3.17. Nivelul prețului acceptat de consumator, în bloc nou și în bloc existent, per m ²	137
51.	Figura 3.18. Preferințele cumpărătorilor în raport cu modalitatea de achitare pentru imobil	138
52.	Figura 3.19. Gradul de pregătire financiară al cumpărătorului, %	139
53.	Figura 3.20. Motivele care determină amânarea deciziei de cumpărare a imobilului locativ	140
54.	Figura 3.21. Perioada activității agenților economici în cadrul pieței imobiliare	141
55.	Figura 3.22. Abordarea sistemică a comportamentului cumpărătorului de imobile și tipurile de consumatori	157
56.	Figura 3.23. Elemente cheie distinctive ale pieței imobiliare	158
57.	Figura 3.24. Modelul vizionar de dezvoltare al pieței imobiliare pentru următorii ani prin prisma evoluției conflictului militar din regiune	164

Lista abrevierilor:

AS	Anuarul Statistic
ASP	Agencia Servicii Publice
APL	Administrația Publică Locală
BNS	Biroul Național de Statistică
cca	circa
CVP	Ciclul de viață al produsului
CVPI	Ciclul de viață al produsului imobiliar
D	Demand (cerere)
IVS	Standardele Internaționale de Evaluare
FMI	Fondul Monetar Internațional
MK	marketing
Mun. Chișinău	Municipiul Chișinău
PEST	Politic, Economic, Social, Tehnologic
PIB	Produsul intern brut
R.M.	Republica Moldova
SUA	Statele Unite ale Americii
SWOT	Strengths (puncte tari), Weaknesses (puncte slabe), Opportunities (oportunități), Threats (riscuri)
4 P	Produs, Preț, Plasament, Promovare
p.p.	Puncte procentuale

INTRODUCERE

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. [15]

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-ПОРА А., 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., РЕСИН 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 Evaluatoarelor 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.

Sprijinul metodologic și teoretico-științific 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.

Sprijinul 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 teoretico-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, banca de date statistice și informațiile oficiale oferite de analiștii și experții din domeniul economic, companiile de construcții, agențiile imobiliare etc., inclusiv și a propriilor contribuții științifice. 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 a lucrării este generată de scopul cercetării și constă în:

- 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. Analiza 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, 159 pagini text de bază, conține 57 figuri, 18 tabele și 2 formule.

În *capitolul I: "ASPECTE CONCEPTUALE PRIVIND PIAȚA IMOBILIARĂ ȘI PRINCIPIILE DE FUNCȚIONARE ALE ACESTEIA"*, sunt definite aspectele teoretice ale pieței imobiliare, incluzând caracteristicile definatorii, particularitățile și principiile de funcționare ale acesteia, este realizată o clasificare a bunurilor și a pieței imobiliare după diverse criterii.

În *capitolul II: "CARACTERISTICA PIEȚEI IMOBILIARE DIN REPUBLICA MOLDOVA ȘI A ELEMENTELOR MIXULUI DE MARKETING ÎN DOMENIU"*, este analizată detaliat piața imobiliară din Republica Moldova și piața imobiliară internațională, evaluat

impactul crizelor economice, pandemice și politice pentru a înțelege modificările și tendințele majore care au influențat piața imobiliară, a fost analizat mixul de marketing imobiliar.

În *capitolul III: " TENDINȚE ȘI VIZIUNI STRATEGICE DE DEZVOLTARE ALE PIEȚEI IMOBILIARE DIN REPUBLICA MOLDOVA"*, a fost realizată o cercetare cantitativă în rândul cumpărătorilor / persoane fizice și agenți economici, cu scopul de a identifica preferințele, motivațiile, intențiile de cumpărare, precum și nevoile specifice ale cumpărătorilor în ceea ce privește achiziția de bunuri imobiliare, pe de o parte, și obținerea și acumularea informațiilor cu privire la ofertă, starea actuală a sectorului dat, nivelul de dezvoltare aferent fiecărui segment al pieței imobiliare, pe de altă parte. În paralel, au fost intervievați analiști și experți economici și imobiliari cu scopul identificării tendințelor de dezvoltare și evoluție ale 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 de dezvoltare din punctul de vedere al numărului de imobile construit, precum și al vânzărilor de bunuri imobiliare, toți acești indicatori fiind în avans colosal în capitală față de alte regiuni sau orașe din Republica Moldova.

În *"Concluzii și recomandări"* sunt prezentate principalele concluzii și rezultate ale cercetării, bazate pe analiza datelor secundare, precum și a celor primare, colectate în cadrul studiului efectuat. De asemenea, au fost formulate recomandările care, ulterior, pot fi aplicate în cadrul diverselor companii ce activează în domeniului imobiliar, cu scopul îmbunătățirii strategiilor utilizate, a proceselor și a performanței acestora.

1. ASPECTE CONCEPTUALE PRIVIND PIAȚA IMOBILIARĂ ȘI PRINCIPIILE DE FUNCȚIONARE ALE ACESTEIA

1.1. Caracteristici definitorii ale pieței imobiliare

Piața imobiliară reprezintă un domeniu de cercetare complex și dinamic, cu imensă importanță economică și socială în cadrul unei societăți. Înțelegerea caracteristicilor definitorii ale pieței imobiliare este foarte importantă pentru analiza și percepția felului în care aceasta funcționează și cum poate să influențeze asupra economiei per ansamblu. Caracteristicile definitorii ale pieței imobiliare reflectă trăsăturile unice și esențiale, care o diferențiază de alte categorii de piețe și domenii de activitate. Aceste caracteristici se referă la aspecte legate de oferta și cererea de bunuri imobiliare, comportamentul cumpărătorilor de imobile, factorii care influențează prețurile și valoarea imobilelor, reglementările și politicile guvernamentale care gestionează domeniul respectiv.

Piața imobiliară este caracterizată printr-o gamă largă de bunuri, cum ar fi locuințe rezidențiale/locative, clădiri comerciale, terenuri, proprietăți industriale și altele. Fiecare categorie de imobil având particularități diferite și fiind influențată de factori socio-culturali și comportamentali, ca, de exemplu, atitudinile, motivațiile, preferințele și nevoile cumpărătorilor și investitorilor, care pot fi diferite, în funcție de cerințele față de locuință, stilul de viață, schimbările demografice. De asemenea, în funcție de regiune, piața imobiliară poate varia semnificativ în ceea ce privește cererea, oferta, prețurile și caracteristicile tranzacțiilor cu bunurile imobiliare etc. Reglementările din domeniu, de asemenea, au un impact major asupra dezvoltării pieței imobiliare - legislația privind urbanismul, planificarea teritoriului, impozitele și stimulentele fiscale, politica monetară și alte reglementări influențează activitatea și evoluția pieței imobiliare. În aceeași ordine de idei, un impact considerabil asupra dezvoltării pieței imobiliare o au factorii macroeconomici, cum ar fi inflația, dobânzile, situația ocupării forței de muncă etc.

Piața imobiliară reprezintă un generator al creșterii economice pentru întreaga țară, deoarece în bunurile imobiliare cu diferită destinație se fac investițiile unor mijloace importante care, ulterior, aduc modificări calitative în cazul cererii și a ofertei de imobile și, în același timp, asigură dinamica dezvoltării macroeconomice a țării.

Conceptul de piață imobiliară nu poate fi abordat separat fără a defini și componenta de bază a acesteia – bunul imobiliar.

Bunurile imobiliare reprezintă elemente esențiale ale bogăției naționale, deoarece anume în domeniul construcțiilor de imobil se acumulează, treptat, munca asiduă a generațiilor precedente,

muncă ce a avut drept rezultat asigurarea unui nivel de trai decent atât la momentul actual, cât și pe viitor. Bunul imobiliar poate fi considerat baza activității vitale a omenirii și a societății în întregime, reprezentând obiecte deosebite și valoroase. În această ordine de idei, pentru o mai bună înțelegere a pieței imobiliare, în cele ce urmează vom defini bunul imobiliar ca element de bază și indispensabil al acesteia.

Din punct de vedere economic, *bunurile imobiliare* sunt reprezentate de bunuri economice, care au scopul de a satisface anumite necesități umane, indiferent dacă sunt orientate spre uz personal sau spre utilizarea acestora ca factori de producție. Termenul de *bun imobiliar* include loturi de pământ, magazine, case, fabrici, uzine, precum și zăcăminte și minereuri naturale, diverse construcții etc., care se află la suprafața pământului (poduri, baraje), precum și sub acesta (mine) etc. Nu sunt considerate imobile copacii crescuți acasă sau în pepiniere speciale, cu scopul de a fi ulterior tăiați.

O importanță deosebită o reprezintă terminologia asociată domeniului imobiliar utilizată în cadrul legislativ. Autorul Guțu Vladimir, în lucrarea „Cadastrul Bunurilor Imobile”, susține că „o determinare mai exactă a termenului de „imobil” este ceea ce se află imobil prin lege” [72, pag. 24; 125 pag. 147].

Deci, conform cadrului legal care reglementează domeniul respectiv, și anume Legea nr.75 cu privire la locuință [90, art.4], deosebim câteva noțiuni aferente bunului imobiliar: bloc locativ, casă individuală (sau casă cu curte), apartament și încăpere locuibilă în cămin. Totodată, aceste noțiuni se încadrează în categoria de imobile locative, numite conform legii susnumite - *locuințe*, care reprezintă o "construcție sau încăpere izolată, alcătuită din una sau mai multe camere de locuit, precum și alte încăperi auxiliare (bucătărie, bloc sanitar etc.), care satisfac cerințele de trai ale unei persoane sau ale mai multor persoane (familii) și corespund exigențelor minime pentru locuințe, stabilite în actele normative. În calitate de locuință sunt recunoscute casele de locuit individuale, apartamentele, încăperile locuibile din cămine și din clădiri cu altă destinație" [90, art.4].

În același timp, bunul imobiliar este reglementar și în cadrul legislativ conform Articolului 459, alin. (2) din *Codul civil: Conceptul bunurilor imobile*, „Bun imobil se consideră terenul înregistrat în registrul bunurilor imobile sub număr cadastral distinct” [106], precum și în alin. (4): „Prin lege, la categoria de bunuri imobile pot fi raportate și alte bunuri”, și art. 460: „Părțile componente ale bunurilor imobile...clădirile, construcțiile subterane...plantațiile prinse de rădăcini, roada neculeasă”.

Conform opiniei autorilor Buzu O. și Matcov A., bunul imobiliar poate fi definit "prin prisma funcției de bază sau a necesităților pe care le îndeplinesc și, anume cele sociale", cu referință la

bunul imobiliar locativ (sau rezidențial), și necesitățile economice, în categoria cărora se includ *bunurile imobiliare nelocative*, care sunt reprezentate de [30, pag. 55-57]:

- *bunuri imobiliare comerciale*: centre comerciale, hoteluri, magazine, baruri, oficii etc.,
- *bunuri imobiliare industriale*: fabrici, depozite, încăperi pentru producere etc.,
- *bunuri imobiliare recreaționale*: încăperi pentru distracții și agrement, cluburi sportive.

În același timp, *bunurile imobiliare instituționale* (grădinițe, școli, muzee, spitale, clinici) se includ în categoria bunurilor definite atât prin prisma necesităților sociale, cât și economice.

În conformitate cu Standardele Internaționale de Evaluare (IVS), bunul imobiliar este definit prin prisma componentei sale, astfel: „proprietatea imobiliară cuprinde terenul în sine, toate bunurile care, în mod natural, fac corp comun cu acesta, cum ar fi clădirile și amenajările terenului (amplasamentul)” [155, pag. 22-23].

Analizând opinia mai multor autori, identificăm două noțiuni: proprietate imobiliară și bun imobiliar, care sunt prezentate ca fiind sinonime, deoarece proprietățile sunt imobile prin natura lor, fie că au fost definite astfel sau pentru că constituie obiectul ale cărui părți componente sunt.

Tabelul 1.1. Aspecte definitorii ale bunurilor imobiliare

Criteriaul de definire	Elemente definitorii	Autorul	Definire
Prin prisma componentelor sale	Bun material, pământ (lot de pământ, clădiri, construcții, legătura strânsă cu pământul)	Rozenberg D.	„Imobilul, proprietatea imobiliară se referă la toate proprietățile cu caracter <i>material și funciar</i> , se referă la toate <i>bunurile materiale</i> , care se află sub pământ, <i>pe pământ</i> sau fixate pe acesta” [212, pag. 268].
		Grinenco S.	„Bunul imobiliar se referă la orice tip de proprietate care include <i>loturi de pământ, clădiri și construcții</i> ” [199]
		Gribovski S.	„Bunul imobiliar se referă la tot ce este durabil, <i>strâns legat de pământ</i> , adică pot fi numite imobile acele obiecte a căror mișcare poate cauza o deteriorare disproporționată a acestora” [198].
Prin prisma proceselor care au loc	Obiect al tranzacțiilor economice	Grinenco S.	Imobilul reprezintă elementul principal al tuturor <i>proceselor economice</i> , se află în centrul <i>intereselor publice și private</i> , toate acestea în combinație cu normele și regulile administrative și juridice [199].
Prin prisma tipurilor de bunuri, a necesităților pe care le îndeplinesc și a funcției de bază a acestuia	Necesități sociale, necesități economice	Autorii: Asaul A. N., Ivanov S. N., Starovoitov M. C.	"Bunul imobiliar reprezintă <i>o utilitate</i> , un ansamblu de drepturi legale, un mijloc de producției, care poate fi <i>utilizat pentru uz personal</i> , sau <i>ca sursă de venit</i> " [170].
		Buzu O., Matcov A.	"Bunul <i>imobiliar locativ</i> (sau rezidențial) include casele particulare, blocuri cu multe apartamente care sunt <i>destinate traiului</i> permanent al familiilor sau al persoanelor individuale" [30].

Sursa: elaborat de autor în baza surselor bibliografice

În abordările prezentate în tabelul 1.1., sunt reflectate conceptul și esența bunurilor imobiliare și apare necesitatea acordării atenției sporite elementelor definitorii, conform cărora un bun poate fi atribuit la categoria de imobil: pământul, lotul de pământ, construcțiile, clădirile, totalitatea de tranzacții care au loc cu imobile, precum și necesitățile de bază pe care acesta le îndeplinește.

Totodată, autorul Grinenco S. prezintă imobilul ca obiect important al intereselor economice și ale statului, corelația dintre aceste părți fiind reprezentată în figura 1.1.:

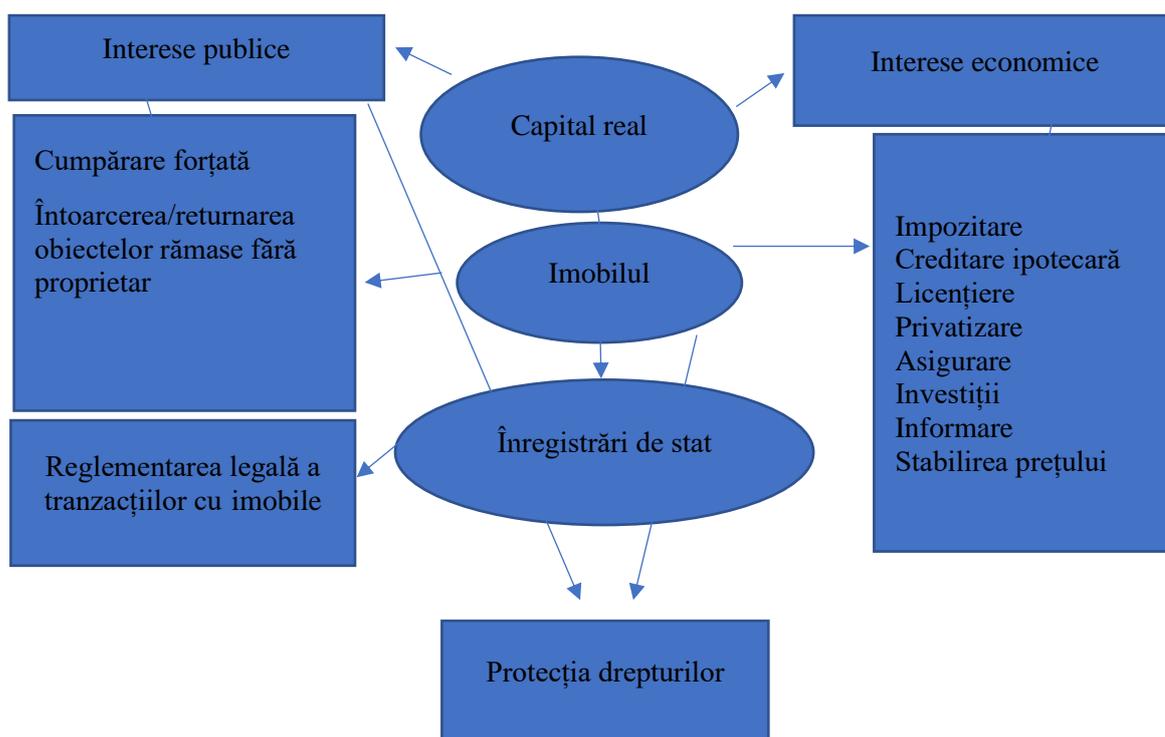


Figura 1.1. Imobilul - obiect de interes economic și al statului

*Sursa: elaborată de autor în baza sursei [199, disponibil:
http://www.aup.ru/books/m94/2_1.htm]*

Tranzacțiile cu bunuri imobiliare reprezintă un element important al pieței imobiliare și au influență atât asupra indivizilor, cât și asupra economiei în ansamblu. În acest context, este foarte important să cunoaștem natura și semnificația acestor tranzacții pentru a aprecia rolul și importanța în societate. Totodată, tranzacțiile imobiliare nu se referă doar la simple schimburi de proprietăți, ci la nevoile și aspirațiile oamenilor. Pentru multe persoane, achiziționarea unei case reprezintă una dintre cele mai mari investiții pe care le vor face vreodată, iar închirierea unui imobil poate oferi o soluție flexibilă pentru trai sau pentru afaceri. Astfel, analizând sursele de informație existente, concludem că *principalele tipuri de tranzacții cu bunurile imobiliare* sunt următoarele:

- vânzarea și/ sau cumpărarea imobilului,
- schimbul bunului imobiliar (fie pe alt bun echivalent ca valoare sau pe alt bun plus mijloace financiare etc.),
- ipoteca (creditarea ipotecară),
- transmiterea bunului imobiliar ca contribuție în capitalul statutar,
- donarea bunului imobiliar,
- obținerea bunului imobiliar prin moștenire,
- arenda bunului imobiliar.

Vânzarea și/sau cumpărarea unui imobil reprezintă una dintre cele mai frecvente și importante tranzacții în cadrul pieței imobiliare. Această formă de tranzacție se referă la transferul dreptului de proprietate asupra unui bun imobiliar de la vânzător la cumpărător, în schimbul unei sume de bani sau a unei alte forme de compensație.

Vânzarea unui imobil reprezintă un proces care, de regulă, implică mai multe părți: proprietarul care dorește să-și vândă bunul imobiliar, fie pentru a obține un profit, fie pentru a trece în altă locuință (uz personal) sau pentru a realiza o altă investiție, și cumpărătorul, care achiziționează în scopuri personale sau comerciale. Procesul de vânzare include în sine următoarele etape: expunerea bunului în vânzare, promovarea acestuia potențialilor cumpărători, negocierea prețului și a termenilor aferenți tranzacției și, în cele din urmă, finalizarea transferului de proprietate prin semnarea contractului de vânzare-cumpărare.

Cumpărarea unui imobil se referă la interesul unei persoane sau al unei entități de a achiziționa o proprietate pentru a o utiliza în scopuri rezidențiale, comerciale sau investiționale. Cumpărătorul poate căuta bunuri disponibile, evalua opțiunile în funcție de preferințele, motivațiile și necesitățile sale, poate negocia prețul și condițiile tranzacției cu vânzătorul și, în cele din urmă, încheie contractul de vânzare-cumpărare pentru a deveni noul proprietar al bunului imobiliar.

În cadrul unei tranzacții de vânzare-cumpărare a unui imobil, este important ca părțile participante să efectueze cercetări și analize detaliate pentru a se asigura că tranzacția se realizează în condiții corecte și conforme cu legislația în vigoare, care se pot realiza prin inspectarea minuțioasă a imobilului, evaluarea valorii acestuia, studierea documente relevante, încheierea unui contract corect din punct de vedere economic și juridic, activități care ar fi bine să fie realizate de un notar sau avocat specializat în tranzacții imobiliare. Vânzarea și cumpărarea imobilelor reprezintă un motor esențial al pieței imobiliare, influențând prețurile, oferta și cererea de bunuri din cadrul pieței și contribuind la dezvoltarea economică și socială a țării. Această procedură reprezintă o decizie foarte importantă pentru vânzători și cumpărători, implică atât aspecte

financiare, cât și emoționale și necesită un proces atent și bine gestionat pentru a asigura o tranzacție de succes.

Schimbul bunului imobiliar reprezintă o formă de tranzacție în care doi proprietari stabilesc de comun acord o înțelegere cu privire la schimbul proprietăților, fie pe bază de egalitate în valoare, fie cu o compensație financiară suplimentară. Acest tip de tranzacție permite părților implicate să evite plata impozitului pe câștigul integral de capital pe care l-ar fi avut în cazul unei vânzări tradiționale, achitându-se doar din suma plătită suplimentar. În cazul schimbului de bunuri imobiliare, ar fi recomandabil ca părțile să găsească proprietăți care să se potrivească reciproc ca valoare financiară sau să ajungă la un acord privind o compensație financiară suplimentară pentru a echilibra diferența de valoare între proprietățile implicate în schimb. Acest lucru poate implica negocieri între părți sau a unui intermediar specializat în schimburi imobiliare pentru a facilita tranzacția. Schimburile de proprietăți imobiliare pot fi atractive pentru proprietarii care doresc să-și schimbe imobilul fără a suporta costurile fiscale imediate, asociate cu impozitarea câștigului de capital. În aceste situații, se recomandă asistența profesională a unui avocat sau broker imobiliar specializat în tranzacții cu bunuri imobiliare pentru o desfășurare a tranzacției în siguranța și în conformitate cu legislația în vigoare.

Ipoteca. Creditarea ipotecară este un instrument financiar, legal, prin intermediul căruia un debitor oferă un imobil drept garanție pentru obținerea unui împrumut/credit ipotecar de la o instituție financiară (o bancă sau o companie de creditare ipotecară). Prin încheierea unui contract de credit ipotecar, debitorul (denumit și ipotecat) face transfer de drepturi de proprietate asupra imobilului către creditor (denumit și ipotecar) drept garanție sau bun gajat în schimbul sumei împrumutate. Creditarea ipotecară oferă creditorului dreptul legal de a executa imobilul și de a-l vinde în cazul în care debitorul nu își îndeplinește obligațiile de rambursare a creditului conform contractului stabilit. În acest mod, ipoteca reprezintă siguranța creditorului în situația în care debitorul nu achită suma împrumutată și permite recuperarea banilor din vânzarea imobilului gajat. Este important de menționat că creditarea ipotecară este un proces legal complex care implică încheierea și înregistrarea unui contract oficial, împreună cu respectarea legilor și reglementărilor specifice. Tot mai multe persoane aleg creditul ipotecar ca modalitate de achitare a imobilului dorit spre achiziție, deoarece acesta oferă posibilitatea planificării cheltuielilor cotidiene și, în același timp, rezolvă și problema spațiului locativ, devenind astfel o soluție financiară pentru tot mai multă populație. Cererea pentru creditele ipotecare bancare a fost într-o creștere constantă, până la semnalarea crizei, atât pe piețele internaționale, cât și pe piața Republicii Moldova. Cu ajutorul creditului ipotecar bancar pe care îl oferă banca, clientul poate procura bunul imobil fără a avea la moment banii necesari pentru achiziție, împrumutul fiind oferit pe o perioadă relativ lungă.

Principalele noțiuni cu privire la ipotecă conform cadrului legislativ național sunt sintetizate în tabelul A.1.1., Anexa 1.

Cel mai des, consumatorii de credite totuși se conduc după mărimea ratei dobânzii. Anume acest indicator este folosit de către bancă ca să se poziționeze pe piață. De aceea se recomandă de ținut cont că pe lângă rata dobânzii mai sunt și *alte plăți obligatorii* ce influențează prețul creditului imobiliar contractat, și se reflectă ulterior în ratele dobânzilor achitate (detaliat prezentate în Anexa 1, figura A.1.). Totodată, putem identifica riscurile pentru client și riscurile pentru ofertant în ceea ce privește garanția în creditarea ipotecară, informație prezentată în tabelul A.1.2., Anexa 1.

În zilele noastre, noțiunea de creditare ipotecară a cunoscut un șir de modificări calitative, menținând totodată cele două elemente esențiale:

➤ **Ipoteca** - modalitate de garantare a obligațiilor unui debitor față de creditor prin punerea în gaj a proprietății imobiliare, care constă în dreptul creditorului de satisfacerea necesităților sale bănești din costul imobilului pus în gaj;

➤ **Obiectul ipotecii** - blocuri locative individuale cu apartamente multiple, terenuri agricole, întreprinderi, edificii, construcții și alte proprietăți imobiliare.

În urma studierii etapelor de obținere a unui credit imobiliar în baza mai multor instituții financiare, putem evidenția următorii pași, prezentați în figura 1.2.:

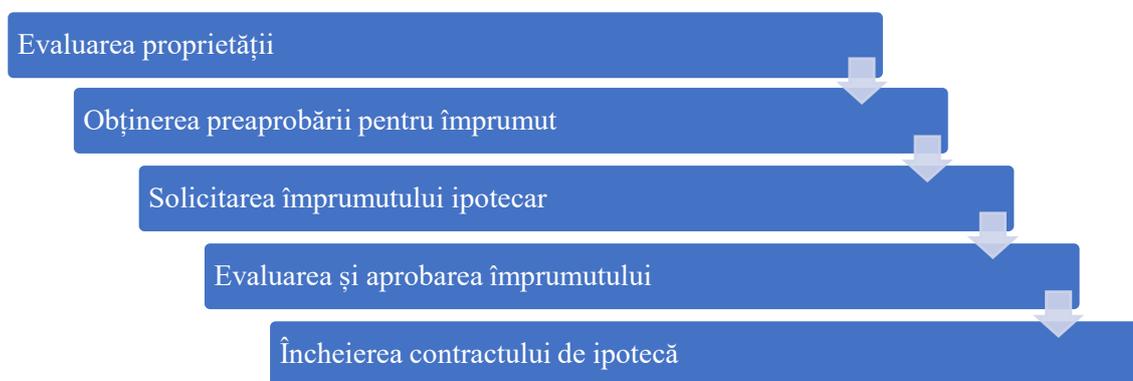


Figura 1.2. Etapele obținerii creditului imobiliar

Sursa: elaborat și sistematizat de autor în baza informațiilor de pe site-urile web ale băncilor comerciale

Un element important în cadrul procesului de creditare ipotecară se referă la gajul/obiectul gajat pentru imobilul creditat. Relațiile de drept cu privire la gaj, în măsura în care acesta nu este reglementat de Codul Civil al Republicii Moldova, sunt reglementate în *Legea cu privire la gaj*, precum și de către alte acte normative. „Gajul este dreptul real în al cărui temei titularul (creditorul gajist) poate pretinde, din valoarea obiectului gajului, satisfacerea creanțelor sale garantate cu preferință față de ceilalți creditori ai titularului obiectului gajului (debitorul gajist)” [45]. „Gajul

bunurilor imobile este denumit ipotecă. Gajul apare doar în condițiile și în formele stabilite de prezenta lege” [88]. Totodată, aceeași sursă specifică faptul că „în virtutea gajului, creditorul (creditorul gajist) are dreptul, în cazul în care debitorul (debitorul gajist) nu execută obligația garantată prin gaj, să i se satisfacă revendicarea, din valoarea bunurilor sau a drepturilor patrimoniale date în gaj” [88].

Transmiterea bunului imobiliar ca contribuție în capitalul statutar reprezintă o modalitate prin care proprietarul unui bun imobiliar aduce un aport într-o societate comercială, care constă în schimbul unui imobil cu acțiuni sau părți sociale în societatea respectivă. Această formă de tranzacție este frecvent utilizată în cazul înființării sau majorării capitalului statutar al unei companii. Transmiterea bunului imobiliar în calitate de contribuție în capitalul statutar al societății comerciale generează avantaje atât pentru proprietar, cât și pentru entitatea respectivă, astfel, proprietarul obține acțiuni, având oportunitatea de a beneficia de potențialul de creștere și profitabilitate în cadrul entității, iar cea din urmă, primește un aport valoros în formă de bun imobiliar, care poate fi folosit în activitățile comerciale ca resursă sau pentru dezvoltarea afacerii.

Obținerea bunului imobiliar prin moștenire se referă la situația în care o persoană primește un bun imobiliar, fie în baza unui testament, fie în urma decesului unei persoane apropiate, de regulă, un membru al familiei, în calitate de moștenitor legal. „Moștenirea este transmiterea patrimoniului (masa succesorală) unei persoane fizice decedate (defunct / cel care a lăsat moștenirea) către una sau mai multe persoane (moștenitori)” [44]. Moștenirea implică transferul dreptului de proprietate asupra bunurilor înregistrate în documentele legale corespunzătoare, inclusiv a bunurilor imobiliare, de la defunct la moștenitori.

Pentru a obține bunul imobiliar prin moștenire, moștenitorul trebuie să parcurgă procesul legal de moștenire, care include existența mai multor etape pe care moștenitorul ar trebui să le parcurgă pentru a intra în posesia bunului moștenit și care sunt reprezentate schematic în figura 1.3.:

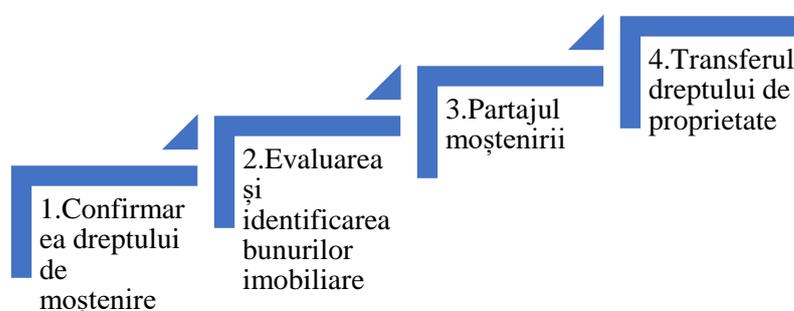


Figura 1.3. Etapele procesului legal de moștenire parcurse de moștenitor pentru a obține bunul imobiliar

Sursa: elaborată de autor

Confirmarea dreptului de moștenire. Drept confirmare a dreptului de moștenire este obținerea certificatului de moștenitor sau certificatului de succesiune, prin care se atestă calitatea de moștenitori legali sau beneficiari ai testamentului.

Evaluarea și identificarea bunurilor imobiliare. Este absolut necesar ca moștenitorul/ii să identifice și să evalueze bunurile imobiliare care fac obiectul moștenirii prin intermediul oficiilor teritorial-cadastrale din regiunea respectivă sau prin implicarea unui evaluator imobiliar profesionist.

Partajul moștenirii. În cazul în care există mai mulți moștenitori, aceștia trebuie să stabilească modalitatea de împărțire a proprietății imobiliare, care poate fi realizată prin acord comun între moștenitori sau prin instanța de judecată, în cazul apariției unei situații de conflict sau neînțelegere.

Transferul dreptului de proprietate. După finalizarea procesului de moștenire și partaj, moștenitorii sunt în drept să solicite înregistrarea transferului dreptului de proprietate conform documentelor legale.

Arenda bunului imobiliar, o tranzacție destul de des întâlnită în cadrul pieței imobiliare, care se referă la un acord contractual între proprietarul unui imobil, numit locator, și o altă persoană sau entitate, numită chiriaș (locatar), care stabilește dreptul chiriașului de a utiliza și de a ocupa imobilul în schimbul plății unei sume de bani numită chirie. Arenda poate fi încheiată pentru diverse tipuri de bunuri imobiliare, cum ar fi case, apartamente, birouri, spații comerciale sau terenuri, fiind locativă sau comercială, în raport cu scopul utilizării imobilului și necesitățile chiriașului/locatarului. În contractul de închiriere sau de arendă, părțile implicare stabilesc termenii și condițiile în care imobilul va fi utilizat de către chiriaș, cu privire la valoarea chiriei, modalitatea de plată a acesteia, durata închirierii, drepturile și obligațiile părților, responsabilitățile părților, precum și alte clauze și condiții specifice. Chiriașul achită lunar chiria sau conform termenilor conveniți, iar locatorul are obligația de a pune la dispoziție bunul imobiliar într-o stare corespunzătoare și de a rezolva eventualele probleme care pot apărea pe parcurs. Totodată, locatorul poate avea anumite drepturi de acces și inspecție pe perioada arendeii.

Analizând tipurile și particularitățile tranzacțiilor care au ca obiect bunurile imobiliare, putem afirma că realizarea acestora poate fi posibilă doar în cadrul unui mediu specific, fiind parte componentă a activității pieței imobiliare. Piața imobiliară este caracterizată prin prisma imobilului ca produs, care reprezintă elementul definitoriu al acesteia, „piața imobiliară reprezintă orice proprietate, care constă din pământ, clădiri și orice structură aferentă acesteia” [199], în același timp, imobilul fiind și obiect al tranzacțiilor care se desfășoară în cadrul domeniului dat cu scopul

de a satisface diferite nevoi, reale sau potențiale, și poate fi caracterizat de diverși indicatori calitativi și cantitativi.

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.

Piața, în linii generale, este numit locul/spațiul unde au loc negocieri, însă aceasta poate fi corelată și cu totalitatea de acțiuni și mecanisme obligatorii pentru desfășurarea afacerilor. Vorbind despre piața imobiliară, de regulă ne referim la orice activitate în cadrul pieței respective. Autorii Fridman J. și Orduăi N. abordează piața imobiliară prin prisma proceselor care au loc în cadrul acesteia și propun următoarea definiție: “piața imobiliară – este un sistem anumit de mecanisme, prin intermediul cărora se transmit drepturile de proprietate și interesele legate de acestea, sunt stabilite prețurile și sunt repartizate spațiile între diverse opțiuni concurente de utilizare a terenurilor” [233, pag. 5].

Aceeași abordare o întâlnim și la autorul Leșan A., în lucrarea metodologică „Dezvoltarea pieței imobiliare a Republicii Moldova prin prisma analizei repartizării teritoriale după regiunile de dezvoltare”, care definește piața imobiliară prin intermediul proceselor și tranzacțiilor desfășurate în cadrul acesteia, completând opinia precedentilor autori prin abordarea acestor tranzacții prin intermediul relațiilor care apar între subiecții implicați, afirmând că: „Piața imobiliară reprezintă un sistem de relații juridice, economice, organizaționale și culturale între subiecții pieței imobiliare cu scopul de creare, distribuție, tranzacționare a proprietăților de consum ale bunurilor imobile, cât și a drepturilor și obligațiilor ce decurg din proprietatea asupra bunurilor imobile” [92, pag. 4].

Totodată, în opinia autorilor Fridman J. și Orduăi N., se analizează piața imobiliară nu doar prin prisma proceselor care au loc în cadrul acesteia, ci și prin scopul principal al existenței și dezvoltării unei piețe, acel de a confrunța cumpărătorul (purtătorul cererii) cu vânzătorul (oferantul), inclusiv intermediarii prezenți în cadrul pieței, *pieța imobiliară* este privită "ca o structură complexă care are drept scop să aducă împreună / să confrunte, cumpărătorii și vânzătorii de bunuri imobiliare" [233, pag. 5], informații cu privire la participanții în cadrul pieței imobiliare sunt reprezentate în figura 1.4.:



Figura 1.4. Modelul simplificat al participanților în cadrul pieței imobiliare

Sursa: elaborată de autor în baza sursei [233, pag. 5].

În scopul unei analize complexe a conceptului de *piață imobiliară*, identificând elementele definiții ale acesteia, au fost analizate și sistematizate în tabelul 1.2., abordările mai multor autori, în raport cu esența și specificul noțiunii de *piață imobiliară*.

Tabelul 1.2. Aspecte definiții ale conceptului de piață imobiliară

Elemente definiții comune	Definiție
Activități de tranzacționare cu imobile	„Un set de relații în jurul <i>operațiunilor cu bunuri imobiliare</i> : vânzarea de bunuri imobiliare, <i>ipotecare</i> , <i>contractele de leasing</i> privind bunurile imobiliare etc.” [232].
	"Totalitatea proprietăților fizice existente sau potențiale și a <i>tranzacțiilor aferente acestora</i> într-o anumită regiune, într-un anumit <i>interval de timp</i> " [93].
	„Piața imobiliară poate fi definită drept un <i>grup de persoane sau companii</i> care intră în contact cu scopul de a efectua <i>tranzacții imobiliare</i> . Participanții la această piață schimbă drepturi de proprietate contra unor bunuri, cum sunt banii” [121].
	„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> ” [199].
Activități de tranzacționare cu imobile + Stabilirea prețurilor + Confruntarea dintre cerere și ofertă	„Piața imobiliară reprezintă un mecanism, prin intermediul căruia se combină interesele și drepturile, și se <i>stabilesc prețurile</i> la bunurile imobiliare” [199, pag. 13].
	„Piața imobiliară include mecanismul prin intermediul căruia are loc combinarea intereselor și drepturilor asupra imobilului, <i>se stabilesc prețurile</i> bunurilor imobiliare” [231].
	„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> ” [64].

	Continuare Tabel 1.2.
	„Spațiul economico-juridic, unde are loc interacțiunea dintre cererea și oferta cumpărătorilor și vânzătorilor de imobil, într-un anumit moment de timp, și unde au loc totalitatea operațiunilor cu acestea” [213, 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" [114].
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” [189].

Sursa: elaborat de autor în baza surselor bibliografice

Analizând informația sistematizată în tabelul 1.2., observăm că autorii abordează conceptul de piață imobiliară prin prisma câtorva elemente definitorii:

- *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 definitoriu, ci combinând câteva dintre acestea, astfel propunând definiții complexe și multilaterale.

Totodată, piața imobiliară este privită drept element important în dezvoltarea unei țări și a economiei de piață, dar și ca factor ce influențează satisfacția și prosperitatea societății, având ca finalitate realizarea nevoilor de bază ale individului și, în mod special, cele legate de siguranță și de locuință. Astfel, autorul Radzewicz definește piața imobiliară drept "o totalitate de relații și interconexiuni reciproce între participanții acesteia (companiile din domeniul imobiliar), obiectele (bunurile imobiliare, proiectele imobiliare), precum și mediul în care se desfășoară activitățile în cadrul acesteia, urmărind și luând în considerație factorii de ordin intern și extern care îi influențează activitatea" [121, pag. 87].

Un alt autor, [74, pag. 5] propune abordarea pieței imobiliare "prin prisma caracteristicilor și particularităților acesteia, și anume prin gradul înalt de eterogenitate, și a participanților, implicând o multitudine de diferiți actori, din diverse domenii de activitate prezenți pe tot parcursul

ciclului de viață al bunurilor imobiliare". Același autor definește piața imobiliară drept "o totalitate sau un mozaic de persoane și instituții, de rând cu un complex sistem de activități interrelaționate între ele" [74, pag. 5].

Cel mai frecvent, "piața imobiliară este privită ca parte componentă a pieței bunurilor și serviciilor, specificul imobilului ca produs, face ca majoritatea celorlalte categorii de piețe, ca piețele activelor financiare, piața muncii etc., să nu poată exista fără participarea obiectelor și subiectelor principale din cadrul pieței imobiliare" [213, pag. 9]. Locul pieței imobiliare în cadrul pieței totale este reprezentat în figura 1.5.:

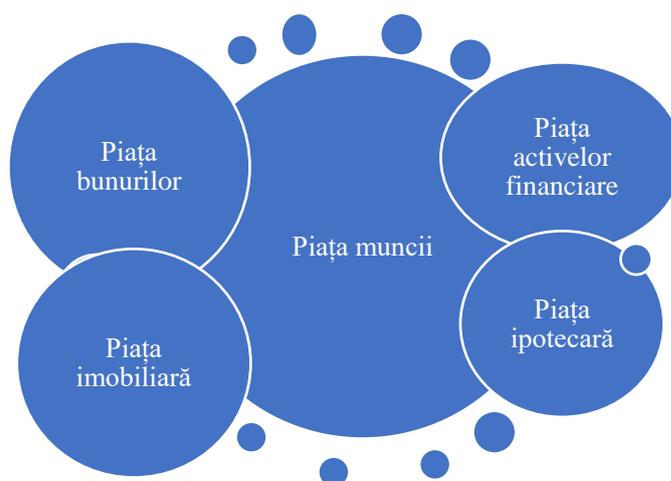


Figura 1.5. Locul pieței imobiliare în cadrul pieței totale

Sursa: elaborată de autor în baza sursei [213, pag. 9]

Un alt grup de autori de asemenea definesc piața imobiliară ca parte componentă a pieței totale, completând cele expuse de precedentul autor prin abordarea componentelor care o formează, afirmând că „piața imobiliară ocupă un loc semnificativ în ansamblul tuturor piețelor, și poate fi reprezentată drept totalitatea bunurilor imobiliare locative (piața locuințelor) și totalitatea de bunuri nerezidențiale (birou, comerț, depozit și producție)” [167, pag. 5].

Geltner David și Richard de Neufville, în lucrarea "Flexibility and Real Estate Valuation under Uncertainty: A Practical Guide for Developers", propun următoarea definiție: "Piața imobiliară reprezintă o totalitate de tranzacții, în care se formează și se schimbă drepturile de proprietate asupra bunurilor imobiliare și în care prețurile și cantitățile se stabilesc prin negocieri între cumpărători și vânzători" [62].

Conform opiniei autorilor Buzu O. și Matcov A., "piața imobiliară reprezintă un sistem complex, care poate fi caracterizată printr-un număr mare de atribute" [30, pag. 31]. Totodată, autorii consideră că "nu există o definiție unică după formulare și conținut" [30, pag. 31 - 32], cea

mai complexă abordare din punct de vedere a autorilor fiind: "piața imobiliară reprezintă un complex de mecanisme prin intermediul cărora sunt transmise drepturile asupra unei proprietăți și interesele legate de aceasta, sunt stabilite prețurile și este delimitat spațiul pentru diferite variante pentru utilizarea terenurilor" [30, pag. 32].

Abordarea pieței imobiliare drept un *complex de mecanisme* este întâlnită la mai mulți autori, atât din Republica Moldova (Buzu O., Matcov A.), cât și din străinătate (Grinenco S.V., Taraneț O.N., informație prezentată în tabelul 1.2.), ceea ce face necesară analiza acestor mecanisme mai detaliat.

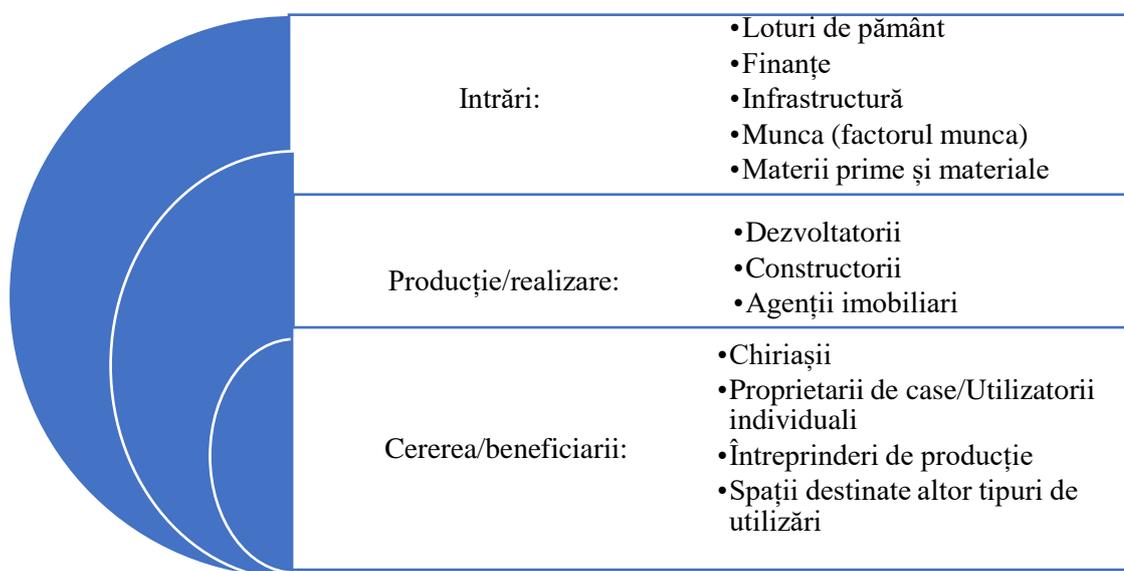


Figura 1.6. Mecanismul de funcționare al pieței imobiliare

Sursa: elaborată de autor

În figura 1.6. este reprezentat mecanismul de funcționare al pieței imobiliare, repartizat în 3 compartimente: *intrările, realizarea propriu-zisă și beneficiarii*. În categoria *intrări*, se includ: loturile de pământ unde sunt construite imobilele, mijloacele financiare necesare construcției imobilului, materiile prime și materialele utilizate, forța de muncă implicată în procesul construcției și comercializării imobilului și, desigur, cheltuielile aferente construcției, cum ar fi terenuri de joacă, curte amenajată, parcări etc. Cea de-a doua categorie se referă la participanții la *producție/realizare* (inclusiv producția, adică construirea imobilului), printre care: companiile constructoare de imobil, agențiile imobiliare, instituțiile bancare (un participant foarte important în cadrul pieței imobiliare, deoarece anume băncile sunt cele care facilitează procesul de construcție prin acordarea de credite și alte categorii de finanțări). A treia categorie cuprinde

principalii *beneficiari* ai bunurilor imobiliare, cum ar fi: utilizatorii finali individuali, chiriașii, diverse întreprinderi care utilizează spațiul comercial în arendă etc.

Toate abordările, prezentate și analizate anterior, oferă diverse poziții ale autorilor în raport cu conceptul pieței imobiliare și evidențiază importanța tranzacțiilor, a drepturilor de proprietate, a prețurilor, precum și interacțiunea dintre participanții din cadrul pieței.

Deci, totalizând cele expuse de autorii și specialiștii în domeniul imobiliar, putem afirma că *piața imobiliară reprezintă un ansamblu complex de mecanisme, care se referă la totalitatea tranzacțiilor, care au ca obiect bunurile imobiliare, împreună cu asigurarea informațională, precum și totalitatea operațiunilor privind conducerea și finanțarea lucrărilor în domeniul imobiliar.*

Totodată, pornind de la elementele definiției care caracterizează piața imobiliară, putem defini piața imobiliară drept: *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.*

Ciclicitatea pieței imobiliare. În general, piața imobiliară este ciclică, ceea ce se referă la faptul că poate trece prin perioade de creștere (boom) și perioade de scădere (recesiune) în funcție de factorii care o influențează: factorii economici, demografici, politici și de mediu. În cele ce urmează, vom prezenta cele 4 etape constitutive ale ciclului de viață al pieței imobiliare (CVPI) [129, pag. 140]:

Etapa lansării, se caracterizează prin predominarea ofertei asupra cererii. În această perioadă fiecărui potențial cumpărător îi revin câteva obiecte imobiliare expuse la vânzare, având posibilitatea să aleagă, să găsească cele mai convenabile variante de finanțare, să obțină reducerea prețului. Pe parcursul acestei etape nu este prea convenabil să construiești obiecte noi, deoarece investițiile făcute în construcție nu se vor recupera curând din contul veniturilor de la vânzarea lor. Companiile de construcție mici încep să falimenteze, iar, ulterior, în ramură se conturează criza de supraproducție. Ca urmare a acestor fenomene, prețurile la imobile încep să scadă, crește numărul obiectelor scoase la vânzare, se reduc cotele plăților de arendă.

Etapa absorbției se conturează în acea perioadă când timp îndelungat nu au fost construite imobile noi, iar cererea permanentă (fie și neînsemnată), duce la scăderea numărului de obiecte scoase la vânzare. Oferta scade, se egalează cu cererea, iar mai apoi chiar devine mai mică. La această etapă prețurile rămân stabil mai mici, iar la finele acesteia încep să crească ușor.

Etapa construcțiilor noi se conturează în momentul în care cererea depășește oferta. Această perioadă se caracterizează printr-un deficit de imobile, deoarece pe parcursul etapei precedente

practic nu s-a construit, iar din cauza timpului îndelungat necesar pentru construcția obiectelor, la moment nu pot fi expuse în vânzare bunuri imobiliare noi. Totodată, prețurile de vânzare și arendă cresc cu ritmuri accelerate. Construcțiile iau amploare din motiv că profiturile mari atrag în ramură noi și noi companii. Apare un deficit al sectoarelor de teren, iar prețurile la ele ating cote maxime. Toate aceste momente facilitează creșterea prețurilor la imobilele noi construite, precum și la bunurile imobiliare existente.

Etapa saturației se conturează odată cu stabilizarea prețurilor. Nivelului înalt al prețurilor duce la scăderea numărului de doritori de a procura imobile. Companiile din această ramură construiesc din inerție, iar cele care cunosc mai bine tainele economiei de piață, în speranța unor vremuri mai bune, continuă să construiască și să crească numărul obiectelor și așa deja foarte mare. În cadrul acestei etape oferta este maximă, iar cererea scade ușor. Prețurile se stabilizează. De regulă, această etapă este urmată de etapa declinului, care, de regulă, în cadrul pieței imobiliare este unul foarte lent, după care totul se repetă, iar și iar, atâta timp cât va exista economia de piață și bunurile imobiliare vor rămâne obiect al vânzărilor.

Astfel, pornind de la *ciclicitatea pieței imobiliare*, putem evidenția patru etape care ne vorbesc despre evoluția acesteia [129, pag. 140-141]:

1. *Expansiunea*, care poate fi caracterizată prin următoarele aspecte:
 - Creșterea gradului de ocupare și a ratei de absorbție al pieței imobiliare,
 - Creșterea prețurilor la imobile,
 - Intensificarea activității de construcții și a dezvoltării sectorului imobiliar.
2. *Încetinirea creșterii*:
 - Rata de absorbție pozitivă, dar în declin lent,
 - Consolidarea ratei de ocupare,
 - Încetinirea activității de construcții,
 - Creșterea continuă a prețurilor.
3. *Contractia pieței*:
 - Rata de ocupare și absorbție în declin moderat,
 - Reducerea activității în domeniul construcțiilor.
4. *Relaxarea și reechilibrarea pieței*:
 - Fixarea ratei de absorbție,
 - Activitatea de construcție la nivelul minim,
 - Începutul noii ascensiuni.

Așadar, ciclicitatea pieței imobiliare reprezintă un fenomen inevitabil și recurent, caracterizat de modificări periodice ale cererii, ofertei și prețurilor în domeniu. Fiind o

caracteristică importantă a pieței imobiliare, este benefic să se înțeleagă și să se gestioneze toate schimbările apărute, pentru a lua decizii corecte și a minimiza riscurile asociate investițiilor și activităților din cadrul pieței imobiliare. De-a lungul timpului, piața imobiliară a trecut prin perioade de creștere rapidă, urmate de perioade de declin sau stagnare, creând oportunități, dar și riscuri pentru investitorii și participanții din cadrul acesteia. Analizând teoriile propuse cu privire la ciclicitatea pieței imobiliare, raportând etapele prezentate la piața imobiliară locală, putem considera că aceasta s-ar situa orientativ la etapa a 3-a de dezvoltare (cu mici detalii din etapa a patra), deoarece ne aflăm, totuși, în perioada dintre 2 crize, cea pandemică, care a paralizat practic domeniul imobiliar cel puțin pe perioada restricțiilor drastice impuse de autorități la începutul acesteia, și cea cauzată de conflictul militar din regiune, care e în desfășurare și care a creat inițial un val de neîncredere, frică și incertitudine, diminuându-se intensitatea acestora în timp. Paradoxal, însă prețurile pentru imobile au crescut, pentru bunurile imobiliare atât noi construite, cât și existente, apar noi și noi proiecte/construcții, se dau în exploatare blocuri și complexe rezidențiale, care fie au fost stopate la începutul crizei pandemice (subiect detaliat în subcapitolul 2.1 și 2.2.), totodată a crescut interesul cumpărătorilor pentru anumite categorii de imobile (subiect analizat în capitolul 3).

1.2. Tipologia pieței imobiliare și clasificarea bunurilor imobiliare

Piața imobiliară reprezintă un domeniu complex, care include o varietate de bunuri imobiliare și o multitudine de tipuri de tranzacții cu acestea. Pornind de la faptul că bunurile imobiliare pot fi constituite din obiecte individuale, care de asemenea pot fi clasificate în funcție de diverse criterii, întâlnim în cadrul pieței imobiliare și obiecte complexe, care includ atât bunul, cât și alte părți componente ale acestuia. În tabelul 1.3., este sistematizată informația cu privire la tipurile de bunuri imobiliare din perspectiva abordării individuale sau a obiectelor complexe:

Tabelul 1.3. Tipologia bunurilor imobiliare

Nr.	Obiecte individuale	Obiecte complexe
1	Loturi de pământ	Întreprinderea în întregime, ca complex imobiliar, inclusiv: <ul style="list-style-type: none"> • Loturi de pământ • Clădiri și structuri • Inventar și echipamente • Materii prime și produse • Creanțe și datorii
2	Subsoluri	
3	Tot ce e strâns legat cu pământul <ul style="list-style-type: none"> • Păduri • Plantații multianuale • Clădiri • Instalații 	

Continuare Tabel 1.3.		
4	Asociate cu imobile, supuse înregistrării de stat: <ul style="list-style-type: none"> • Nave și aeronave • Nave maritime • Obiecte de spațiu (cosmice) Alte obiecte cărora li se atribuie calificativul de „imobil” conform legii.	<ul style="list-style-type: none"> • Lucrări și servicii • Activele nemateriale • Informația • Alte drepturi exclusive

*Sursa: elaborat de autor în baza sursei [199, disponibil:
http://www.aup.ru/books/m94/2_1.htm]*

Imobilul ocupă un loc central în orice structură socială, îndeplinind simultan două funcții importante: ca mijloc de producție și ca subiect al utilizării personale (pentru locuit, pentru recreere, diverse activități culturale etc.), din acest considerent, în cele ce urmează, vom defini *imobilul ca produs și ca element esențial și absolut necesar pentru existența și dezvoltarea pieței imobiliare.*

Bunurile imobiliare se deosebesc între ele prin originea lor și subliniază diversitatea și interacțiunea dintre munca omului și mediul natural, fiind influențate de condițiile naturale și de intervenția factorului uman, iar înțelegerea acestora este importantă pentru gestionarea, evaluarea și utilizarea eficientă a bunurilor imobiliare. În raport cu acest criteriu de clasificare, deosebim bunuri imobiliare:

➤ *create de natură, fără implicarea muncii omului, bunuri imobiliare care există în mod natural și nu implică intervenția omului pentru a fi create, cum ar fi terenurile, munții, râurile, lacurile și alte resurse naturale, fiind elemente esențiale ale mediului înconjurător și parte integrantă a peisajului natural:*

➤ *rezultate din munca omului, sunt bunurile imobiliare care apar ca rezultat al muncii și intervenției omului, fiind create și dezvoltate prin construcții, amenajări, precum și alte activități umane. Aici discutăm despre: clădiri rezidențiale, clădiri comerciale, infrastructura urbană (străzi, poduri, stații de metrou), parcuri și grădini amenajate etc., care sunt concepute și construite în mod intenționat pentru a satisface nevoile și scopurile oamenilor.*

➤ *create cu ajutorul omului, însă strâns legate cu natura, încât nu pot funcționa independent de aceasta și includ în mod special terenurile agricole, inclusiv plantațiile de pomi fructiferi, livezile și pădurile.*

Pornind de la abordarea că *bunul imobiliar* (imobil) cuprinde pământuri (loturi de pământ), case, uzine, fabrici, magazine, precum și minereuri și zăcăminte naturale, diferite construcții etc., care se ridică deasupra pământului, cât și sub pământ: mine, poduri, baraje etc., autorul Grinenco propune principalele tipuri de imobil care sunt prezentate în figura A.2.3., Anexa 2.

Analizând abordările diferitor autori, pentru a evidenția principalele caracteristici ale imobilului locativ, considerăm necesară clasificarea acestuia după criterii raționale, după cum urmează:

- în funcție de destinația funcțională;
- în funcție de locul amplasării imobilului;
- în funcție de tipul obiectelor imobiliare.

Această clasificare este prezentată mai detaliat în tabelul 1.4.:

Tabelul 1.4. Clasificarea bunurilor imobiliare după funcționalitate

IMOBIL			
Locativ	Nelocativ	Teren	Industrial
Case Apartamente în case cu multe etaje Case mobile Vile Palate Case mobile	Oficii Hoteluri Magazine Supermarketuri Cluburi Parcări auto	Loturi de teren sub construcții Loturi de teren cu diferite destinații Insule și altele	Întreprinderi industriale Stații de alimentare cu petrol Depozite Ateliere
După amplasare:		Pe tipuri de locuințe:	
Locuință		Apartamente	Casă
țara regiunea capitalei sectorul prestigios centre comerciale, străzi, regiuni zone de odihnă		studiu cu 1 dormitor cu 2 dormitoare cu 3 dormitoare cu 4 și mai multe	condominium tawnhouse singlehouse mobilhouse vilă bungalo

Sursa: elaborat de autor în baza sursei [134, pag. 257; 214, pag. 58]

Bunurile imobiliare locative ocupă o parte semnificativă în totalul bunurilor imobiliare, din acest motiv cercetarea acestei piețe este una dintre direcțiile principale ale studierii pieței imobiliare, deoarece este cea mai mare și importantă componentă a pieței imobiliare per ansamblu, este esențială pentru a înțelege și a evalua dinamica și tendințele pieței la general, pentru a lua decizii corecte și eficiente, și pentru a profita de oportunitățile prezente în sectorul imobiliar locativ. În acest context, pentru o viziune clară asupra tipurilor de bunuri imobiliare, prezentăm o clasificare complexă a acestora, atât din Republica Moldova, cât și pe plan internațional, detaliat în Anexa 2, figura A.2.1.

Bunurile imobiliare locative sunt clasificate după cum este reprezentat în figura 1.7.:

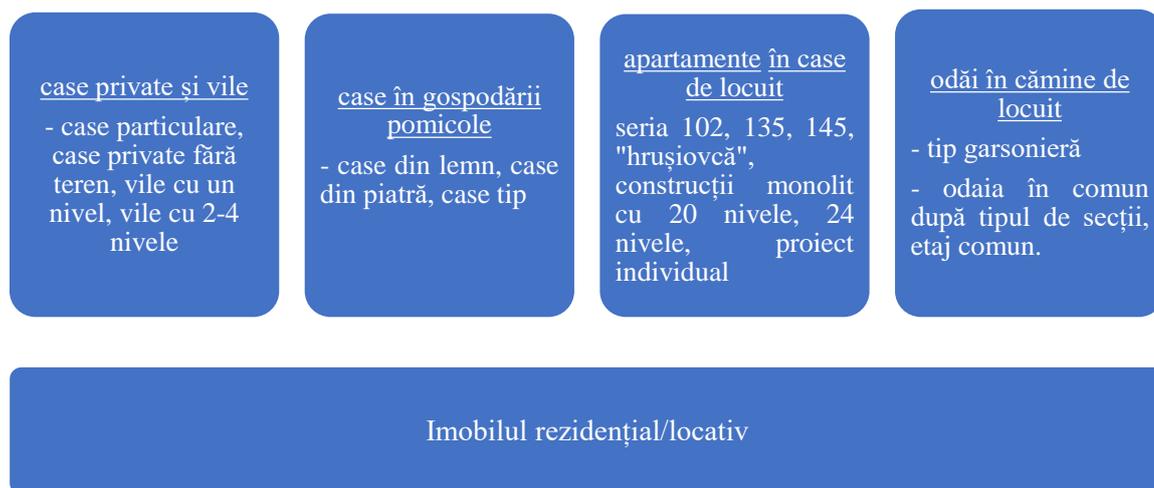


Figura 1.7. Clasificarea bunurilor imobiliare rezidențiale

Sursa: elaborată de autor în baza sursei [20, pag. 59]

Imobilul locativ, în cadrul pieței imobiliare, după natura sa, nu este destinat obținerii de profit în urma investițiilor, adică nu reprezintă un bun de investiții, ci un bun destinat satisfacerii nevoii de bază a clientului, necesitatea de a avea locuință. În legătură cu importanța majoră a pieței imobiliare în sistemul economic, cercetării problematicei pieței imobiliare îi sunt dedicate o serie de lucrări ale specialiștilor din domeniu (preponderent în domeniul evaluării imobilului și al lucrărilor cadastrale aferente pieței imobiliare), care, de cele mai multe ori, utilizează unele concepte ca fiind sinonime: vorbind despre piața imobiliară, se referă la piața imobilului locativ, iar analizând piața imobilului locativ, fac concluzii cu privire la situația pieței imobiliare per ansamblu. Această abordare, într-o mare măsură, este justificată, deoarece piața imobilului locativ, în cea mai mare măsură, reflectă tendințele de modificare ale cererii și ofertei din cadrul pieței imobiliare [213, pag. 16].

O altă opinie, care vine să justifice cele expuse anterior, este oferită de autorii Albu I. și Albu S., care susțin că "piața imobiliară din Republica Moldova a fost creată și s-a dezvoltat pe parcursul ultimilor câțiva zeci de ani. Cel mai înalt ritm de dezvoltare a fost marcat de piața imobilului locativ, urmată de piața terenurilor și, ulterior, de cea a imobilului comercial. Cea mai lentă dezvoltare o observăm în cadrul pieței imobilului industrial" [10, pag. 21].

După clasificarea bunurilor imobiliare în baza diverselor criterii, putem clasifica și segmenta piața în funcție de criterii ca: tipul proprietății, utilizarea, destinația sau amplasarea geografică a acesteia etc.

În funcție de specificul și caracteristicile bunului imobiliar, deosebim două tipuri de piețe imobiliare: *pieța imobiliară primară* și *pieța imobiliară secundară*, concepte definite de autorul Radcenco I. S., după cum urmează [213, 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".

Ponderea pieței primare sau secundare, în structura pieței imobiliare locative totale, depinde de cât de activă este politica de investiții-construcție în regiunea respectivă.

Una dintre clasificările pieței imobiliare, propusă de autorul Grinenco S.V., este prezentată în tabelul 1.5.:

Tabelul 1.5. Tipologia pieței imobiliare

N/O	Criteriul de clasificare	Tipurile pieței imobiliare
1.	După tipul obiectului	Terenuri, clădiri, structuri, întreprinderi, încăperi, plantații perene (multianuale), drepturile de proprietate, alte facilități.
2.	După criteriul geografic (teritorial)	Locală, municipală, regională, națională, mondială.
3.	După destinație	Încăperi industriale, rezidențiale, clădiri și încăperi din sfera neproductivă
4.	După gradul de finisare și pregătire pentru exploatare	Clădiri existente, în construcție, clădiri noi
5.	După tipul participanților	Vânzători și cumpărători individuali, vânzători intermediari, municipalități și organizații comerciale
6.	După tipul tranzacțiilor	Vânzare – cumpărare, leasing, ipotecă
7.	După ramura la care aparține (pentru care este destinată)	Instalații industriale, instalații agricole, clădiri publice, etc.
8.	După tipul proprietății	Obiecte de stat, municipale și private
9.	După modalitatea de încheiere a tranzacțiilor	Primară și secundară, organizată și neorganizată, tradițională și computerizată etc.

*Sursa: elaborat de autor în baza sursei [199, disponibil:
http://www.aup.ru/books/m94/2_1.htm]*

O altă sursă clasifică piața imobiliară în următoarele categorii [124, pag. 211-212]:

- Rezidențială, care include case, vile, blocuri de apartamente cu destinație locativă;
- Comercială, care se referă la centre comerciale, hoteluri / moteluri, magazine, clădiri administrative etc.;
- Industrială, care se referă la fabrici, depozite, clădiri, instituții de cercetare;
- Agricolă, include pășuni, livezi, păduri, ferme etc.;
- Specială, în care se regăsesc parcurile, clădirile publice, școlile, grădinițele etc.

O altă clasificare a pieței imobiliare, realizată prin prisma specificului imobilului ca produs, propune repartizarea [129, pag. 137; 198]:

1. *După destinație și / sau caracterul utilizării imobilului, deosebim:*

- Imobil pentru locuit/rezidențiale: case, apartamente, vile;
- Imobil comercial: hoteluri, încăperi pentru birouri, magazine, restaurante, puncte de deservire;
- Imobil industrial: fabrici, uzine, depozite;
- Imobil agricol: pășuni, livezi, păduri, ferme;
- Imobil special: parcuri, clădiri publice, școli, grădinițe, biserici, case de bătrâni, clădiri ale instituțiilor guvernamentale și administrative etc.)

2. *În funcție de scopul urmărit, deosebim:*

- Pentru desfășurarea afacerilor;
- Pentru trai;
- În calitate de investiții;
- În calitate de bunuri stocate;
- Pentru deținere și dezvoltare;

3. *După nivelul de specializare, putem identifica următoarele tipuri:*

- Specializate: rafinării, uzine de prelucrare a petrolului și a produselor chimice, stații electrice, muzee, biblioteci și încăperi asemănătoare acestora, care aparțin sectorului public, care datorită naturii lor specifice, rareori, sau chiar niciodată, nu pot fi închiriate de terți sau vândute acestora pentru a-și continua activitatea, cu excepția cazului în care este vândută ca afacere;
- Nespecializate: toate celelalte imobile, pentru care există cerere pe piață pentru investiții și utilizare ulterioară în același scop sau alte scopuri asemănătoare.

4. *După gradul de finisare și pregătire pentru exploatare, deosebim:*

- Imobile puse în circulație (date în exploatare);
- Imobile care necesită reconstrucții sau reparații capitale;
- Imobil nefinisat.

5. *După reproductibilitatea în formă naturală (gradul de epuizare):*

- Nereproductibile, care reprezintă bunuri imobile epuizabile, care nu revin la forma inițială, cum ar fi loturile de pământ, locurile de extragere a zăcămintelor minerale etc.;
- Reproductibile, care pot să capete/să revină la forma lor inițială, cum ar fi clădirile, diverse structuri și/sau construcții, plantații multianuale etc.

Totodată, una dintre cele mai importante clasificări ale pieței imobiliare este cea în funcție de amplasarea geografică, din motiv că anume acest aspect diferențiază, din punctul de vedere al prețului, două obiecte cu caracteristici similare, care corespund aceluiași cerințe, însă amplasate

în locații diferite, vor avea și valoare de piață diferită. Opinia autorului Bejenaru M., în raport cu clasificarea pieței imobiliare este sistematizată în figura 1.8.:

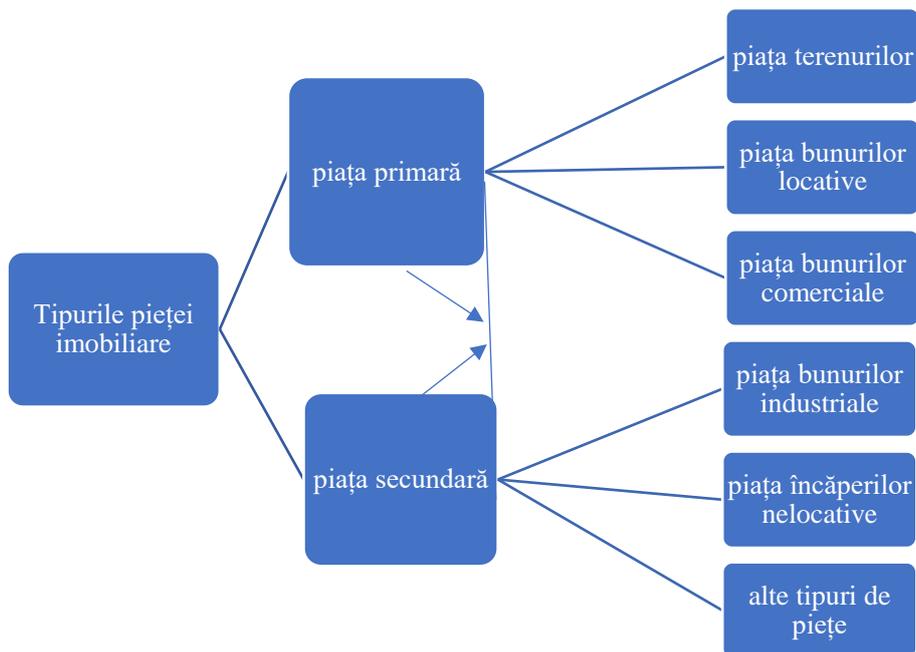


Figura 1.8. Clasificarea pieței imobiliare
Sursa: elaborată de autor în baza sursei [20, pag. 31]

Autorul Vinogradov D. V. definește piața imobiliară "ca fiind o structură complexă" [189], opinie susținută și de alți autori, care propun următoarea clasificare [129, pag. 138-139; 199]:

1. În funcție de modul de realizare al tranzacțiilor, deosebim:

➤ *Piața primară*, care reprezintă situația economică în care imobilul ca produs apare pentru prima dată pe piață. Cantitatea de imobil propusă pe piața primară depinde direct de noile construcții care se realizează.

➤ *Piața secundară*, în cadrul căreia servește ca marfă imobilul care a mai fost în folosință și care aparține unui anumit proprietar (persoană fizică sau juridică).

Piața imobiliară primară și cea secundară sunt strâns legate între ele. În situația în care, indiferent care ar fi motivul, va crește oferta pentru bunurile imobiliare de pe piața secundară, va duce neapărat la deprecierea bunurilor de pe piața primară. În același timp, creșterea costurilor pentru construcție vor duce necondiționat la creșterea prețurilor pentru imobilul de pe piața primară, ceea ce va genera o creștere certă a prețului imobilului de pe piața secundară.

2. În funcție de tipul produsului, deosebim:

- Piața funciară;
- Piața clădirilor;
- Piața încăperilor industriale;

- Plantații multianuale;
- Drepturi de proprietate.

3. *În funcție de factorul geografic*, deosebim: piețe locale, urbane, regionale, naționale, mondiale. Fiecare regiune poate fi o piață separată, în diverse părți ale unui singur oraș pot exista condiții diferite.

4. *În funcție de costul imobilului*, deosebim: piața imobilului scump, piața imobilului accesibil ca preț (relativ ieftin).

5. *În funcție de gradul de pregătire pentru utilizare*, deosebim: instalații existente, în proces de construcție și construcții noi.

6. *În funcție de forma de proprietate*, deosebim: proprietăți de stat, municipale și private.

7. *În funcție de tipul tranzacției*, există imobil de vânzare, de închiriere, de investiții, ipotecă, gaj, etc.

8. *După scopul funcțional (în funcție de domeniul de utilizare)*, deosebim: piața imobilului cu destinație locativă, piața imobilului comercial, piața imobilului industrial și piața imobilului agricol.

În linii generale, cea mai simplă clasificare presupune existența a trei tipuri principale de piețe imobiliare:

➤ *Piața rezidențială*, reprezentată de piața în care se tranzacționează proprietăți destinate locuirii, cum ar fi case, apartamente, vile sau terenuri pentru construcția de locuințe. Piața rezidențială poate fi subdivizată în segmente precum piața primară a locuințelor, piața secundară a locuințelor și piața locuințelor de lux.

➤ *Piața comercială*, care se referă la piața imobilelor destinate utilizării comerciale, adică birouri, magazine, spații industriale sau spații pentru închiriere. În această categorie se includ și proprietățile destinate industriei hoteliere și turismului, cum ar fi hoteluri, pensiuni sau complexe turistice.

➤ *Piața investițională* reprezintă piața în care se tranzacționează bunuri imobiliare cu scopul obținerii profitului, cum ar fi din închiriere sau revânzare. Această piață include investiții în diverse tipuri de bunuri, cum ar fi apartamente, birouri, spații comerciale, terenuri etc.

Sistematizând cele expuse anterior, propunem o clasificare a pieței imobiliare, corelată cu specificul bunului imobiliar care o definește (figura 1.9.):

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
Starea proprietății	•proprietăți noi, proprietăți vechi, proprietăți renovate sau proprietăți în construcție

Figura 1.9. Tipologia pieței imobiliare în raport cu specificul bunurilor imobiliare

Sursa: elaborată de autor în baza surselor bibliografice

Prin studiul tipologiei pieței imobiliare și clasificarea acesteia, putem aprofunda studiile în domeniul imobiliar și putem identifica diferite segmente, nevoi și oportunități existente pe piață. Totodată, cunoștințele profunde în domeniu facilitează adoptarea deciziilor corecte în raport cu investițiile mijloacelor financiare și adaptarea strategiilor în funcție de particularitățile fiecărui segment al pieței imobiliare.

Segmentarea pieței imobiliare. Pentru descrierea structurii pieței pot fi utilizate 3 abordări [189; 129, pag. 137-138]:

1. Abordarea instituțională;
2. Abordarea obiectivă;
3. Abordarea reproductivă.

1. *Abordarea instituțională* presupune descrierea tipurilor de activitate în cadrul pieței imobiliare din punct de vedere al normelor de drept, în strictă conformitate cu regulile și standardele existente.

Conform abordării instituționale, piața imobiliară are la bază 4 componente esențiale:

- Obiectul tranzacției (imobilul);
- Subiecții economici existenți în cadrul pieței imobiliare;
- Activitățile și procesele ce permit funcționarea pieței;
- Infrastructura pieței.

În lista subiecților economici care își desfășoară activitatea în cadrul pieței imobiliare se includ:

- ✓ Vanzătorii sau arendatorii;
- ✓ Cumpărătorii sau arendașii;
- ✓ Profesioniștii (agenții imobiliari, experții în domeniul economic și imobiliar).

Principalele instituții sau așa-numiții actori ai pieței imobiliare sunt:

- Organele împuternicite (raionale, regionale, municipale etc., care sunt responsabile de funcționarea eficientă a pieței imobiliare);
- Agenții independente de evaluare a imobilului;
- Antreprenorii;
- Bănci și alte instituții care utilizează în activitatea lor mecanisme de creditare;
- Agenții imobiliare;
- Birouri notariale publice și private;
- Firme de construcții;
- Vânzătorii de bunuri imobiliare;
- Arendatorii (în mare parte sunt acei proprietari de imobile care dau bunurile în chirie);
- Asociații socio-profesionale și de autoreglare a participanților în cadrul pieței imobiliare.

2. *Abordarea obiectivă* constă în clasificarea activităților în cadrul pieței imobiliare în funcție de obiectul acestora (pământ, teren, structuri construite de om, precum și drepturile de proprietate asupra bunurilor respective).

3. *Abordarea reproductivă* descrie structura pieței prin prisma relațiilor existente între etapele de „producție” a imobilului. Aceste tipuri de relații pot fi împărțite în 3 grupuri:

- Relații reale de dezvoltare ale imobilului - un set de relații care apar în procesul de reconstrucție sau creare de bunuri imobiliare, inclusiv și totalitatea de activități cu privire la crearea și modificarea caracteristicilor fizice ale acestora;
- Relații de consum, care reprezintă un set de relații ce apar în timpul funcționării, întreținerii și gestionării imobilului, asigurând o bună funcționare și un management eficient.
- Relații tranzacționale, care apar în timpul tranzacțiilor cu imobile, la trecerea dreptului de proprietate asupra obiectului, în timpul înregistrării imobilului etc.

1.3. Particularitățile și principiile de funcționare ale pieței imobiliare

Caracteristicile bunurilor imobiliare. Bunurile imobiliare sunt componente importante ale pieței imobiliare și reprezintă proprietăți care sunt atașate de pământ și nu pot fi mutate fără a fi deteriorate sau distruse. Bunurile imobiliare se caracterizează prin imobilitate, durabilitate, valoare economică, scădere în utilizare, localizare și 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 influențată de diferiți factori. În ceea ce privește atributele economice ale

imobilului, acestea se referă la capacitatea acestuia de a genera venituri și, totodată, fiind și o destinație destul de atractivă a investițiilor.

Piața imobiliară are o serie de caracteristici specifice care sunt strâns legate de bunul imobiliar [189]:

- Localizarea pieței, deoarece bunurile acesteia sunt imobile, iar valoarea lor depinde în mare măsură de mediul extern;
- Un număr mai mic de tranzacții de vânzare - cumpărare;
- Posesia unui imobil, împreună cu tranzacțiile aferente acestuia, implică, de obicei, patru tipuri de cheltuieli: investiții unice relativ mari, menținerea imobilului în stare funcțională (reparații, costuri de funcționare etc.), impozitul pe bunuri imobiliare, taxe de stat și alte taxe aferente tranzacțiilor cu bunuri imobiliare;
- Piața imobiliară este imperfectă.

Alte particularități ale pieței imobiliare, deduse de autor prin analiza literaturii în domeniu, sunt:

Durata tranzacțiilor. Tranzacțiile imobiliare au loc fie relativ rapid, în funcție de nivelul cererii și ofertei din cadrul pieței imobiliare, de complexitatea tranzacției și de procedurile legale conexe acesteia.

Finanțarea pieței imobiliare. Această particularitate se referă la faptul că o parte din cumpărători au nevoie de mijloace financiare pentru a achiziționa un imobil, din acest motiv disponibilitatea și accesibilitatea creditului ipotecar și a altor forme de finanțare pot influența foarte mult piața imobiliară.

Reglementările și politică guvernamentală. Piața imobiliară este supusă reglementărilor și politicilor guvernamentale, privind: dezvoltarea urbană, protecția mediului ambiant, taxele și impozitele aferente imobilelor, politicile cu privire la locuințele sociale etc., ceea ce poate influența comportamentul investitorilor și al cumpărătorilor și poate avea un impact major asupra prețurilor și asupra activității în cadrul pieței.

Factori socio-economici, ca rata șomajului, tendințele demografice, accesibilitatea la servicii și facilități, nivelul veniturilor, influențează în mod direct cererea și prețurile bunurilor imobiliare.

Investiții în imobile. Piața imobiliară este un mediu propice pentru investiții. Cumpărătorii pot achiziționa un imobil cu scopul de a obține profit prin închirierea acestora sau prin revânzarea ulterioară la un preț mai înalt.

O altă abordare evidențiază următoarele caracteristici definitorii [125, pag. 148]:

➤ Imobilul nu poate fi mișcat fără a cauza daune obiectului. Deci, una dintre cele mai importante caracteristici distinctive ale imobilului se referă la inseparabilitatea acesteia de pământ (deci loturile de pământ la fel sunt considerate imobile), care, la rândul lor, implică un cost ridicat.

➤ Imobilul este strâns legat de pământ, și nu doar fizic, dar și juridic. O altă caracteristică importantă este preferința teritorială și se referă la faptul că imobilul se utilizează la locul amplasării acestora.

➤ Longevitatea obiectului de investiții.

➤ Fiecare imobil este unic din punctul de vedere al caracteristicilor fizice și în ceea ce privește atractivitatea investițională.

➤ Imobilul nu poate fi furat, stricat și pierdut în condiții normale.

➤ Valoarea imobilului este înaltă, fragmentarea acesteia în părți componente este dificilă, iar în unele cazuri, practic imposibilă.

➤ Informația, cu referire la tranzacțiile cu imobil, deseori nu este accesibilă.

➤ Pierderea caracteristicilor de utilizare sau a valorii în procesul de producție are loc treptat(uzura).

➤ Valoarea bunului imobiliar este redată de capacitatea acesteia de a satisface nevoile specifice ale persoanelor în zonele rezidențiale și industriale.

➤ Posibilitatea influențării pozitive sau negative a construcțiilor noi asupra costurilor adiacente, clădirilor etc.

➤ Există posibilitatea creșterii în timp a valorii imobilului.

➤ Există riscuri specifice: risc fizic, apărut în urma influenței factorului natural și uman, riscul acumulării uzurii fizice și funcționale, riscul financiar etc.

➤ Există o strictă reglementare a tranzacțiilor cu imobile.

Grupul de autori, Asaul A. N., Ivanov S. N. și Starovoitov M. C., caracterizează bunurile imobiliare prin prisma tipurilor de bunuri și a necesităților pe care le îndeplinesc. Părerea autorilor este sistematizată în figura 1.10.:

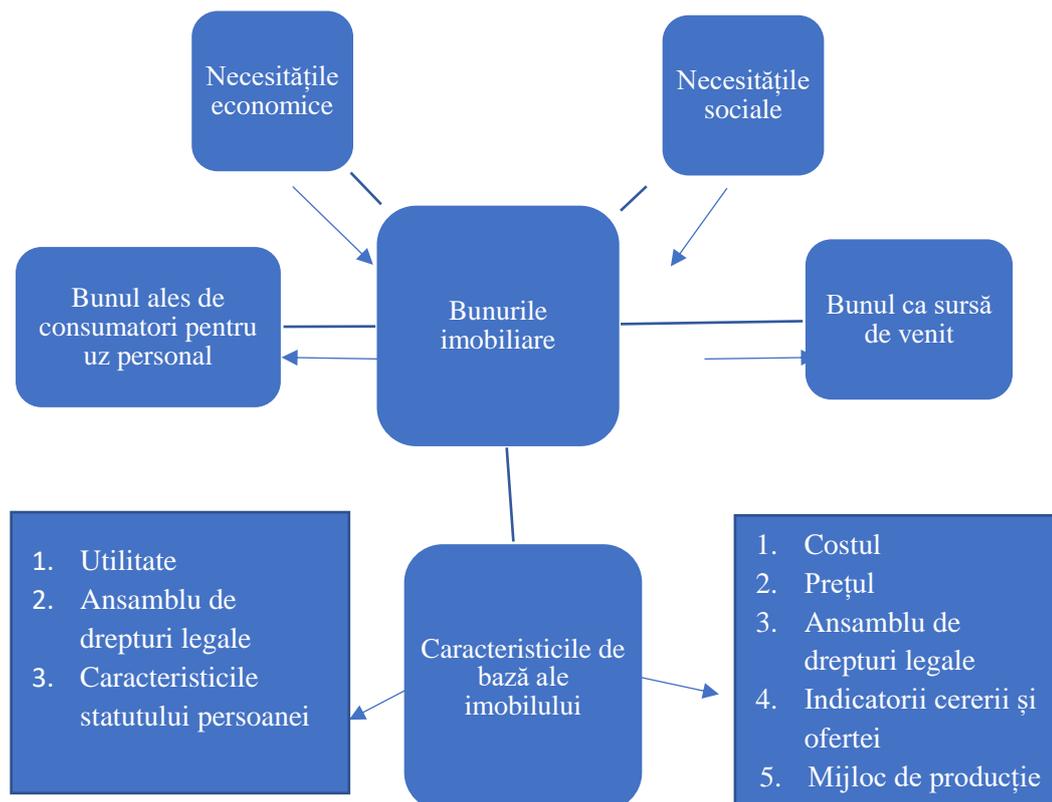


Figura 1.10. Caracteristici de bază ale bunurilor imobiliare
 Sursa: [170, disponibil: http://www.aup.ru/books/m491/6_1_3.htm]

Bunurile imobiliare, în calitate de bunuri economice, pot fi utilizate în trei moduri [134, pag. 256]:

- de *consum* (utilizarea bunului imobil pentru a satisface nevoile personale sau familiale ale proprietarului).
- în scop de *producție* (bunurile imobiliare constituie un element esențial al procesului de producție).
- Cu scopul de a *obține venituri* (deținerea și gestionarea bunului imobil cu scop de generare a veniturilor: închirierea, vânzarea sau dezvoltarea imobilului).

Conform Standardelor Internaționale de Evaluare, „în orice evaluare a proprietăților imobiliare trebuie identificate *caracteristicile proprietății*, care includ [155, pag. 52]:

- Informații cu privire la localizarea imobilului,
- Informații cu privire la descrierea fizică,
- Informații ce țin de aspectele juridice,
- Informații ce țin de aspectele economice (imobilul ca generator de venit).

Informațiile cu privire la descrierea fizică a bunului imobil se referă la:

- ✓ mărimea acestuia,

- ✓ calitatea efectuării construcției,
- ✓ starea tehnică a bunului imobiliar.

Informațiile cu privire la atributele legale se referă la următoarele [134, pag. 258]:

- ✓ atribute legale private, care includ drepturi asupra bunurilor imobiliare,
- ✓ atribute legale publice, care se referă la aspecte ca: zonarea, protejarea mediului, planificarea urbană, stabilirea unor sarcini fiscale.

Autorul Grinenco S.V. propune propria abordare cu privire la particularitățile pieței imobiliare, pe care le caracterizează în funcție de criterii, cum ar fi: locația, tipul concurenței, elasticitatea ofertei, gradul de transparență, competitivitatea, costul și valoarea imobilului etc. Detaliat, informația este prezentată în tabelul A. 2., Anexa 2.

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: de stabilire a prețului, de ajustare/direcționare, comerciale, de informare, de stimulare, investiționale, sociale etc. [199, pag. 11; 124, pag. 212-213].

Una dintre principalele funcții ale pieței imobiliare este cea de *stabilire a prețurilor de echilibru*, în condițiile în care volumul cererii efective corespunde volumului ofertei. Nivelul prețului sugerează informații referitor la gradul de saturație al pieței cu bunuri imobiliare, preferințele clienților, cheltuielile pentru construcții, politica economică și socială din regiunea dată. Oscilațiile cererii și a ofertei pe piața imobiliară nu sunt evidente, deoarece în cazul creșterii cererii, majorarea numărului de obiecte s-ar realiza într-o perioadă mai lungă de timp, iar în cazul surplusului de imobile oferite, prețurile rămân neschimbate câțiva ani.

Funcția de *direcționare* constă în faptul că se redistribuie resursele pe sfere de activitate și, totodată, direcționează participanții spre scopuri și obiective care nici pe departe nu au fost de ei stabilite, cum ar fi spre formarea de structuri economice eficiente și satisfacerea intereselor publice.

Funcția *comercială* constă în determinarea valorii de utilizare a bunului și obținerea de profit din capitalul investit (rentabilitatea capitalului investit).

Funcția de *informare* reprezintă un mod unic de colectare rapidă în cadrul pieței și difuzare a unor informații obiective, care fiind generalizate, permit vânzătorilor și cumpărătorilor de imobil, în mod liber, să decidă în interesul și beneficiul lor.

Funcția de *intermediere* se explică prin faptul că piața acționează în calitate de mediator de agregate, în calitate de loc/spațiu de confruntare a vânzătorilor și cumpărătorilor independenți și marginalizați din punct de vedere economic în urma diviziunii sociale a muncii, fixează legătura dintre aceștia și pune la dispoziție alternative posibile de alegere a partenerilor. În cadrul pieței

activează și intermediari profesioniști: agenți imobiliari, evaluatori, brokeri, asiguratori, creditori ipotecari și alte persoane care prestează servicii părților participante.

Funcția de *stimulare* se prezintă sub forma de încurajări de natură economică, utilizarea eficientă a rezultatelor progresului tehnico-științific în crearea și utilizarea bunurilor imobiliare. Concurența menține nivelul înalt al activității de afaceri și caută noi oportunități și modalități de gestionare în mod eficient a capitalului.

Funcția *investițională* a pieței imobiliare constă în faptul că aceasta atrage, păstrează și contribuie la creșterea capitalului, facilitează transferul de economii ale populației din stocuri pasive de capital în capital real productiv, care aduce venit deținătorului sau proprietarului de imobil. Prin aceasta, imobilul servește drept garanție de asigurare a posibilelor riscuri de investiții.

Funcția *socială* se manifestă prin creșterea activității de muncă a populației, creșterea intensității muncii cetățenilor, care doresc să devină proprietari de apartamente, terenuri, capital și alte obiecte de valoare. Deținătorii de imobil, în general, formează clasa de mijloc a societății. Ca urmare a redistribuirii repetate pe piață, loturile de pământ, clădirile și alte structuri, în cele din urmă, trec în posesia investitorilor strategici efectivi, care oferă productivitate înaltă și eficiență în utilizarea acestora.

O altă abordare, în ceea ce privește funcțiile pieței imobiliare, este sistematizată și reprezentată în figura A.2.2., din Anexa 2.

Autorul Vinogradov definește următoarele funcții ale pieței imobiliare [189]:

- soluționarea eficientă a problemelor sociale cu privire la crearea și utilizarea caracteristicilor utile ale imobilelor;
- înstrăinarea parțială sau totală a drepturilor de proprietate asupra bunurilor imobiliare de la o entitate la alta, inclusiv protecția drepturilor acesteia;
- formarea prețurilor pentru bunurile imobiliare și serviciile conexe;
- redistribuirea fluxurilor investiționale între diferite tipuri de bunuri imobiliare;
- redistribuirea fluxurilor investiționale între diverse modalități de utilizare a terenurilor.

Analizând opiniile autorilor, piața imobiliară, datorită funcțiilor pe care le îndeplinește, a particularităților specifice care o definesc și îi atribuie un statut aparte în rândul celorlalte categorii de piețe, făcând din aceasta un loc specific unde fiecare activitate desfășurată are un caracter deosebit și irepetabil, mai urmărește și aplicarea unor principii specifice de funcționare.

Principiile de funcționare a pieței imobiliare. La baza fundamentelor teoretice ale procesului de evaluare a imobilului stau un set de principii, care pot fi împărțite în 4 grupe, după cum urmează [198]:

1. Principiile cumpărătorului;

2. *Principii referitoare la imobil;*
3. *Principiile referitoare la situațiile pieței;*
4. *Principiile utilizării efective și eficiente ale imobilului.*

Succint, fiecare dintre principii sunt utilizate în scopul obținerii unei imagini mai clare cu privire la aspectul cercetat:

1. *În grupa principiilor cumpărătorului se includ:*

✓ *Principiul utilității*, care presupune că proprietatea care are o utilitate mai mare pentru potențialii utilizatori se bucură de un statut mai înalt în cadrul pieței.

✓ *Principiul substituției* constă în aceea că un cumpărător informat nu va achita pentru imobil mai mult decât pentru unul similar, cu aceeași utilitate. În cazul în care pe piață există mai multe obiecte similare, cererea va fi mai mare pentru acele obiecte cu prețul mai mic.

✓ *Principiul așteptărilor* se bazează pe presupunerea că valoarea imobilului include în sine beneficiile viitoare preconizate a fi obținute din proprietatea asupra obiectului.

2. *Principiile referitoare la imobil* cuprind următoarele principii:

✓ *Principiul productivității limitate* constă în aceea că toate îmbunătățirile aduse obiectului vor duce la creșterea valorii acestuia pe piață cu mult mai mult față de costul de producție, ajungând la punctul de productivitate maxim, după care costul îmbunătățirilor suplimentare nu vor fi pe deplin compensate de costul imobilului. Anume în acel moment este necesar de încetat efectuarea îmbunătățirilor.

✓ *Principiul contribuției* constă în aprecierea valorii fiecărui element care se include în costul total al obiectului. Se ia în considerație atât prezența, cât și lipsa acestor elemente la aprecierea prețului final al imobilului.

✓ *Principiul echilibrului (proporționalității)* presupune faptul că cu cât elementele sunt mai echilibrate și mai armonioase, cu atât mai mare este valoarea bunului pe piață. În conformitate cu acest principiu, ar fi bine să se țină cont de infrastructura zonei în care se află imobilul.

3. *În grupa principiilor referitoare la situațiile pieței*, putem include următoarele principii: *principiul corespunderii*, *principiul cererii și ofertei* (valoarea proprietății imobiliare se apreciază în funcție de cererea și oferta în cadrul pieței, cererea și oferta fiind influențată de un șir de factori, cum ar fi: nivelul veniturilor, modificarea numărului populației, a dorințelor și necesităților acesteia, valoarea impozitelor, disponibilitatea resurselor financiare, nivelul dobânzilor la credite etc), *principiul concurenței* (constă în aceea că prețurile imobilelor pe piață sunt stabilite în funcție de prețurile concurenților), *principiul schimbării* (constă în monitorizarea schimbărilor corespunzătoare etapelor ciclului de viață al produsului, care sunt caracteristice pentru anumite obiecte, proiecte specifice din cadrul pieței imobiliare, cât și a societății în ansamblu), *principiul*

influenței externe (constă în modificarea valorii imobilului în funcție de modificarea factorilor de mediu, cum ar fi: economic, care se referă la venitul populației, apropierea de centrele de activitate industrială, disponibilitatea resurselor financiare, costul lucrărilor și a materialelor de construcție, politic, social, administrativ și ecologic.

4. *Principiul utilizării efective și eficiente ale imobilului* constă în aprecierea valorii imobilului la momentul utilizării acestuia, starea obiectului, necesitatea reparațiilor capitale, toate fiind luate în considerație la negocierea prețului tranzacției. Reparațiile cosmetice nu influențează considerabil prețul imobilului.

Aceste principii pot fi aplicate pe larg în cadrul pieței imobiliare, fiind considerate fundamentele de bază ale funcționării acesteia.

1.4. Concluzii la capitolul 1

În urma analizei și sintezei conceptelor de bun imobiliar și piață imobiliară, precum și a elementelor aferente acesteia, putem formula următoarele concluzii:

1. Studiarea și cunoașterea abordărilor teoretice cu privire la piața imobiliară facilitează constituirea unei baze solide de informații pentru a înțelege și analiza fenomenele și procesele care au loc în cadrul acesteia. Prin înțelegerea fundamentelor teoretice poate fi obținută o perspectivă clară asupra pieței imobiliare și a factorilor care îi influențează activitatea.

2. Bunurile imobiliare sunt componente importante ale pieței imobiliare și reprezintă *acele bunuri care sunt atașate/strâns legate de pământ și care nu pot fi mutate fără a fi deteriorate sau distruse*. În același timp, bunurile imobiliare pot fi caracterizate prin *imobilitate, durabilitate, valoare economică, localizare, accesibilitate, reglementări legale și administrative, precum și diversitate*, 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 dar și să scadă, fiind influențată de diverși factori.

3. Piața imobiliară poate fi definită prin *ansamblul bunurilor imobiliare și a tuturor drepturilor asupra acestora, care reprezintă obiectul actului de vânzare-cumpărare*. În același timp, conceptul de piață imobiliară include *totalitatea de procese, instituții, persoane, care au drept scop confruntarea într-un singur loc a cumpărătorilor și vânzătorilor unui anumit bun imobiliar, inclusiv și drepturile asupra acestuia, împreună cu totalitatea tranzacțiilor care au ca obiect bunurile imobiliare*.

4. Tipologia pieței imobiliare este realizată în baza mai multor criterii, cele mai importante fiind în funcție de *tipul de proprietate, destinația și amplasarea geografică/locația*, ceea ce

permite o clasificare complexă a pieței imobiliare și a bunului imobiliar ca element esențial al acesteia.

5. Principiile de funcționare ale pieței imobiliare se aplică per ansamblu la piața imobiliară, indiferent de contextul geografic sau legislativ și au o importanță incontestabilă în înțelegerea tuturor proceselor care influențează activitatea acesteia.

6. Reglementările și politicile guvernamentale au un impact considerabil asupra activității pieței imobiliare prin aplicarea legislației în vigoare cu privire la urbanism, planificarea teritoriului, stimulentele fiscale, impozitele stabilite, politica monetară și alte reglementări care influențează activitatea și evoluția pieței imobiliare.

2. CARACTERISTICA PIEȚEI IMOBILIARE DIN REPUBLICA MOLDOVA ȘI A ELEMENTELOR MIXULUI DE MARKETING ÎN DOMENIU

2.1. Impactul factorilor economici și sociali asupra pieței imobiliare din Republica Moldova

Piața imobiliară ocupă un rol important în dezvoltarea economico-socială a unei țări, influențând diverse domenii ale societății și economiei. Domeniul imobiliar stimulează creșterea economică prin crearea locurilor de muncă în sectoare asociate celui imobiliar, cum ar fi construcțiile de imobile, vânzările de imobile, consultanță cu privire la toate elementele legate de tipurile de activitate desfășurate în cadrul pieței respective, precum și în domeniul altor categorii de servicii conexe.

Trecerea treptată de la o societate industrială la cea informațională, de la activitățile industriale la cele din sectorul serviciilor și apoi informaționale, a generat transformări majore în diverse domenii, inclusiv în cel al construcțiilor de imobil. Odată cu progresul societății per ansamblu, capătă amploare necesitatea creșterii calității vieții, cresc cerințele cu privire la confort, cresc cerințele față de noile tipuri de dotări educaționale, de sănătate, sociale, de agrement, culturale, comerciale etc. În Republica Moldova, domeniul construcțiilor de imobil cunoaște o nouă orientare, care constă în materializarea activităților specifice în produse/bunuri capabile să răspundă tuturor exigențelor societății contemporane, indiferent dacă se referă la cerințe de natură economică, socială ori orientate spre protejarea sau conservarea mediului natural.

Aplicând reformele macroeconomice pentru asigurarea unui cadru de afaceri în conformitate cu cerințele pieței, companiile autohtone pot utiliza metode și tehnici moderne ale științei manageriale și de marketing, creează premise pentru apariția și dezvoltarea unor entități moderne și profitabile, orientate spre a produce bunuri și/sau servicii solicitate pe piață. Piața imobiliară poate fi caracterizată de un grad relativ mediu spre înalt al concurenței, iar companiile care își desfășoară activitatea în cadrul pieței respective ar trebui să fie destul de emancipate și performante ca să reziste în acest mediu competitiv.

Piața imobiliară, fiind 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.). Dezvoltarea noilor proiecte imobiliare cu siguranță contribuie la îmbunătățirea infrastructurii și facilităților publice, cum ar fi drumurile, școlile, spitalele, zonele verzi etc., iar planificarea urbană eficientă și gestionarea adecvată a pieței imobiliare contribuie la crearea de orașe sustenabile și atractive

pentru agenții economici rezidenți, precum și pentru investitorii străini. Totodată, "fără piața imobiliară avansată nu poate fi posibilă dezvoltarea proceselor investiționale, dinamizarea activităților administrativ-gospodărești, creșterea producției și sporirea nivelului de trai al populației țării" [20, pag. 28].

Accesul la locuințe este vital pentru stabilitatea și bunăstarea populației, având un impact pozitiv asupra dezvoltării economice generale a țării, însă, de cele mai multe ori, prețurile înalte ale bunurilor imobiliare pot face locuințele inaccesibile pentru o bună parte din persoanele care și-ar dori achiziționarea acestora, situație caracteristică în mod special persoanelor cu venituri mai mici, ceea ce ar putea genera ulterior o creștere a inegalității sociale între persoane. În această ordine de idei, putem afirma că dezvoltarea și diversificarea pieței imobiliare ar putea contribui la crearea de opțiuni în ceea ce privește locuința pentru diferite categorii sociale, promovând, în același timp, incluziunea socială și reducând inegalitățile dintre oameni.

Piața imobiliară se află în strânsă legătură cu alte domenii, la fel de importante, din cadrul economiei naționale, ceea ce generează o colaborare eficientă între participanții din cadrul pieței, rezultând o coexistență durabilă echilibrată, ca urmare a implicării în dezvoltarea economiei țării.

Corelația dintre piața imobiliară și celelalte tipuri de piețe este reprezentată în figura 2.1.:

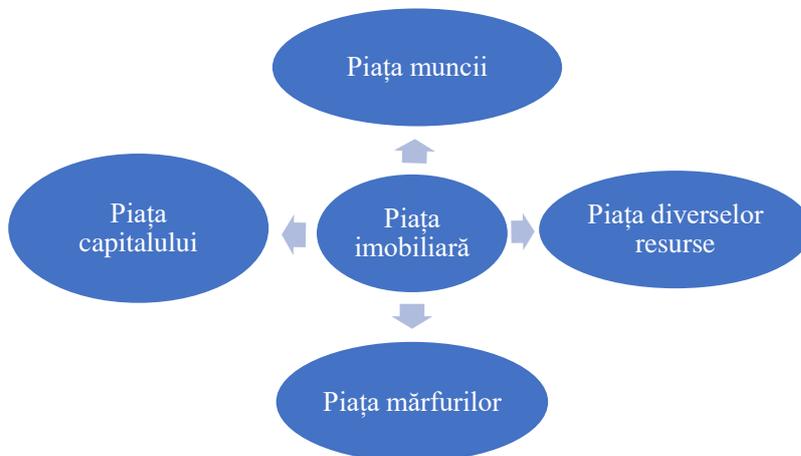


Figura 2.1. Corelația dintre piața imobiliară și alte tipuri de piețe
Sursa: elaborată de autor în baza sursei [20, pag. 28]

Fiecare parte participantă în cadrul pieței respective este orientată spre identificarea soluțiilor optime și adoptarea deciziilor de compromis ce ar garanta o colaborare de perspectivă între acestea.

În figura A.3.1. din Anexa 3 este reprezentată relația dintre părțile implicate (participanții) în diverse activități din cadrul pieței imobiliare, aceștia fiind în relații de colaborare atât cu vânzătorul, cât și cu cumpărătorul. Astfel, conceptul de marketing trebuie să ocupe un loc

important în sistemul de dirijare și conducere al activităților, deoarece acesta ar trebui să se regăsească în cadrul fiecărei etape, de la apariția ideii de proiect imobiliar, până la comercializarea bunului imobiliar.

O relație de colaborare durabilă cu finalități pozitive între participanți, împreună cu procesele și activitățile pe care le desfășoară fiecare, poate să existe doar atunci când sunt luate în calcul toate momentele importante, inclusiv factorii care le influențează. Aceștia pot varia în funcție de caracteristicile specifice ale unei țări sau regiuni, ale imobilului, ale specificului și particularităților tranzacției, cei mai importanți fiind: cererea, oferta, prețurile, concurența.

Cererea în cadrul pieței imobiliare. "Cererea reprezintă o categorie economică ce exprimă, în anumite condiții sociale și istorice o nevoie socială" [20, pag. 77]. Deci, cu alte cuvinte, cererea se referă la cantitatea de bunuri concrete, care este cumpărată pe piață la un anumit nivel al prețului și într-o anumită perioadă de timp. Cererea de imobile reprezintă interesul și nevoia cumpărătorilor sau chiriașilor de a achiziționa sau închiria bunuri imobiliare. Această cerere poate fi influențată de o serie de elemente teoretice și practice, care pot varia în funcție de contextul economic, social și geografic. În activitatea pieței imobiliare, precum și în determinarea prețurilor, un factor critic este reprezentat de raportul dintre cererea și oferta de locuințe. O cerere crescută în raport cu oferta poate duce la creșterea prețurilor și la o piață mai activă, în timp ce o cerere scăzută poate genera scăderea prețurilor și încetini activitatea pieței.

Cererea pe piața imobiliară poate fi analizată atât calitativ, cât și cantitativ. Din punct de vedere cantitativ, modificarea cererii este afectată de schimbarea prețului la imobile, iar variația calitativă se referă la modificarea celorlalți factori în afara factorului preț. Funcția cererii unui anumit bun poate fi studiată ca individuală sau generală (globală), iar curba cererii individuale a bunului/ imobilului vorbește despre intențiile de cumpărare, într-un anumit moment de timp, la diferite nivele de prețuri. În figura 2.2., sunt reprezentați schematic factorii care influențează cererea pentru bunuri imobiliare.

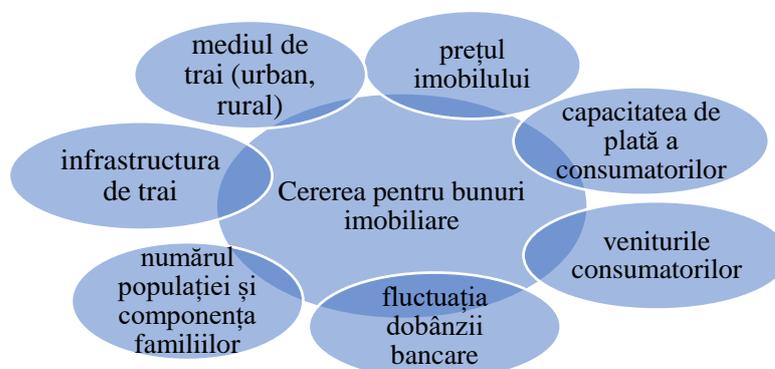


Figura 2.2. Factorii care influențează cererea de bunuri imobiliare

Sursa: elaborată de autor în baza surselor bibliografice

Oferta de bunuri imobiliare. Oferta se referă la cantitatea de bunuri prezentă pe piață la un anumit nivel de preț, într-un anumit moment de timp. Raportată la bunurile imobiliare, oferta se referă la totalitatea acestora aflate pe piață și înglobează propunerile tuturor companiilor din domeniul respectiv, oferite spre vânzare într-un anumit moment de timp. Indiferent care ar fi forma și/sau tipul ofertei, aceasta este direct proporțională cu nivelul și modificările factorului preț. În cazul în care prețul de vânzare al bunurilor imobiliare crește, vânzătorul va pune pe piață mai multe obiecte pe care le are la momentul respectiv și viceversa, dacă scade prețul de vânzare, oferta va fi mai mică, pentru a fi așteptate ocazii avantajoase. Oferta de bunuri imobiliare este influențată de factori precum amplasarea/localizarea, normele de construcție etc., iar în comparație cu factorii de influență asupra cererii, care sunt cuantificabili și pot fi previzionați, în cazul ofertei, este foarte complicat. Generalizând cele expuse anterior, putem afirma că oferta în cadrul pieței imobiliare se referă la numărul total de locuințe date în exploatare într-o anumită perioadă de timp și, totodată, se referă la volumul total de spațiu locativ existent pe piață într-un anumit moment de timp sau perioadă.

Prețul bunurilor imobiliare și relația cerere-preț-ofertă. Cererea și oferta de bunuri imobiliare, raportate la o perioadă îndelungată de timp, reprezintă factori relativ eficienți în determinarea direcției de modificare a prețului, însă pe termen scurt, acești factori își pierd din eficiență. Chiar dacă prețurile imobilelor au crescut, oferta nu poate să crească instantaneu, tot așa cum nici nu poate fi micșorată în termen scurt. Dacă au fost construite foarte multe obiecte asemănătoare, atunci oferta va rămâne neesențială pentru o perioadă îndelungată de timp. În această situație, proprietarul nu poate spera la vânzarea bunului la un preț așteptat, iar cumpărătorul are posibilitatea să negocieze, deoarece prețurile rămân a fi scăzute sau ar putea să mai scadă. Dacă oferta este scăzută sau cererea este înaltă, se observă o relație proporțională în raport cu prețul, acesta fiind de regulă unul înalt, iar proprietarii de imobile sunt orientați spre menținerea acestuia, fără a ceda din preț. Factorii care influențează prețul bunurilor imobiliare sunt reprezentați în figura 2.3.:



Figura 2.3. Factorii care influențează prețul bunurilor imobiliare

Sursa: elaborată de autor în baza sursei [214, pag. 167]

Situația economică din țară/ regiune/ localitate. Starea generală a economiei, inclusiv creșterea economică, nivelul de ocupare al forței de muncă, inflația, influențează piața imobiliară. O economie în creștere și o piață a muncii dezvoltată au drept rezultat creșterea încrederii cumpărătorilor de imobile și desigur stimulează cererea de locuințe.

Politici și reglementări guvernamentale. Politicile și reglementările guvernamentale, precum politicile fiscale, subvențiile pentru locuințe, reglementările cu privire la planificarea

urbană, diverse măsuri care tergiversează accesul la credite și dezvoltarea proiectelor imobiliare, influențează activitatea în cadrul pieței imobiliare.

Nivelul ratelor dobânzilor și disponibilitatea creditelor ipotecare influențează cererea de locuințe, iar ratele scăzute ale dobânzilor și accesul liber la credite pot încuraja cumpărătorii să investească în bunuri imobiliare, care ulterior ar putea deveni proprietatea acestora.

Factorii demografici se referă la creșterea numărului populației, migrația, structura demografică și preferințele în raport cu locuința, pot afecta cererea și oferta de bunuri imobiliare. De exemplu, o populație în creștere sau o schimbare în preferințele cumpărătorilor pot genera ulterior cereri și tendințe specifice în cadrul pieței imobiliare.

Creșterea calității vieții. Unul dintre cele mai importante obiective sociale ale omenirii se referă la aspectul legat de accesul la locuință și facilități sociale, cum ar fi școli, spitale, parcuri și centre comerciale, cu impact major asupra calității vieții populației. O piață imobiliară dezvoltată și accesibilă contribuie la creșterea nivelului de trai și la reducerea inegalităților sociale.

Evenimente și schimbări economice globale. Crizele economice, fluctuațiile prețului petrolului sau schimbări în relațiile comerciale internaționale, influențează puternic activitatea și evoluția pieței imobiliare.

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. În timpul crizelor economice, piața imobiliară înregistrează o scădere a prețurilor și o micșorare a numărului tranzacțiilor, cauzând probleme financiare pentru constructori și proprietarii de imobile, precum și creșterea ratei șomajului în sectorul construcțiilor. În timpul pandemiilor, piața imobiliară este puternic afectată de restricțiile impuse de conducerea țării și de scăderea cererii de locuințe. În timpul crizelor economice și pandemiilor, scade cererea de proprietăți imobiliare, oamenii fiind afectați financiar, reducându-și posibilitățile de a cumpăra sau închiria bunuri imobiliare. Această situație duce la scăderea prețurilor bunurilor imobiliare și la o încetinire a activității în cadrul pieței imobiliare, imobilele rămân nevândute pentru o perioadă mai lungă de timp, ceea ce se va răsfrânge negativ asupra investitorilor și asupra proprietarilor de bunuri imobiliare. Crizele economice și pandemiile pot provoca probleme financiare serioase și (uneori) insolvență pentru dezvoltatori, proprietari și investitorii imobiliari, ceea ce s-a și întâmplat pe piața imobiliară din Republica Moldova, unde, urmare a crizei pandemice, și-au sistat activitatea foarte multe companii. Scăderea veniturilor și dificultățile financiare în care se pot afla companiile fac dificilă continuarea proiectelor imobiliare sau plata împrumuturilor ipotecare, ceea ce duce la întâzieri în construcție, falimente și nemijlocit

scăderea valorii bunurilor. În perioadele de criză, investitorii sunt, de regulă, reticenți în a investi în piața imobiliară, iar incertitudinea economică și riscul înalt vor determina o reducere a investițiilor imobiliare, având efecte negative asupra dezvoltării de noi proiecte și pe termen lung asupra evoluției pieței imobiliare. Pe de altă parte, crizele economice și pandemiile pot determina schimbări și în raport cu consumatorii, modificând un șir de dimensiuni comportamentale, ca preferințele cu privire la locuință, intențiile de cumpărare, modificarea stilului de viață etc. Cu toate acestea, pot fi create diverse oportunități pentru cei pregătiți să investească în piața imobiliară, iar prețurile scăzute și disponibilitatea bunurilor pe piață sunt elemente care atrag investitori și cumpărători cu resurse financiare, dar și amatori de situații riscante, care ar putea să profite de perioada de criză pentru a obține bunuri imobiliare la prețuri accesibile. Teoretic, acestea ar fi urmările care pot avea loc în perioade de criză și imediat după, în realitate însă, aceste scenarii nu sunt generale și nu pot fi aplicate tuturor țărilor, companiilor etc.

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. Ca urmare a scăderii prețurilor la locuințe, bunurile imobiliare s-au devalorizat considerabil, ceea ce a dus la creșterea datoriilor și incapacitatea de plată a ipotecilor, a generat o scădere drastică a încrederii oamenilor în piața imobiliară.

În Republica Moldova, anul 2008 (începutul crizei la nivel mondial) startează cu o majorare a prețurilor pentru imobile, într-atât de mare, încât devine foarte dificil din punct de vedere financiar chiar și pentru moldovenii din diasporă să procure o locuință. A fost înăsprit cadrul legal, s-au impus standarde înalte pentru lucrări de construcție (proiectare, izolare termică și hidro), a scăzut activismul clienților etc. Aceste majorări au fost posibile grație următoarelor acțiuni [69, pag. 8]:

- a fost anulată taxa "0" la TVA și introdusă taxa de 20% pentru lucrările de construcție;
- a fost interzisă capitonarea obiectelor construite cu polisteren;
- s-au interzis construcțiile nefinisate (variante zero, unde clientul era obligat să realizeze lucrările de finisare);
- au crescut prețurile la materialele de construcție – ciment, metal, cărămidă, blocuri de calcar, combustibil etc.

Anul 2008 a fost considerat drept un an "negru" de către companiile de construcție din țară, a fost urmat de trei ani de creșteri vizibile, uneori practic necontrolate de legislație, însă controlate

pe deplin de marea dorință de supraprofituri ale constructorilor/ vânzătorilor, pentru care efectele crizei au fost majore și care au fost simțite pe deplin spre sfârșitul anului 2008. Paradoxal, însă pe piața Republicii Moldova, în plină criză la nivel mondial, se mențineau prețuri destul de înalte la imobile, "prețul unui imobil cu o odaie pe piața secundară versus primară fiind în jur de 30 000 euro / 35 000 euro, două odăi – în jur de 40 000 euro / 55 000 euro și 3 odăi – în jur de 50 000 euro / 70 000 euro și mai mult, iar spre sfârșitul anului 2008, deja s-au simțit efectele crizei și în țara noastră" [69, pag. 8].

Sectorul imobiliar din Republica Moldova în perioada crizei economico-financiară a fost caracterizat de următoarele momente negative:

➤ Cererea de proprietăți imobiliare a scăzut, la fel și prețurile au fost în scădere. Oamenii au fost mai puțin dispuși să cumpere sau să închirieze imobile, ceea ce a dus la o scădere a numărului tranzacțiilor din perioada respectivă.

➤ Scăderea investițiilor în sectorul imobiliar din Republica Moldova, deoarece dezvoltatorii au întâmpinat dificultăți în obținerea finanțării necesare și au redus activitatea de construcție. Acest lucru s-a soldat cu un impact negativ asupra dezvoltării și modernizării infrastructurii, precum și asupra creării de noi locuri de muncă în sectorul imobiliar.

➤ Limitarea disponibilității creditelor pentru cumpărătorii și dezvoltatorii imobiliari din țară, instituțiile financiare au devenit mai reticente în acordarea de împrumuturi, fiind bazate pe criterii de eligibilitate raționale și stricte.

➤ A crescut necesitatea reformelor în domeniul imobiliar, iar autoritățile au fost nevoite să își revizuiască politicile și reglementările pentru a evita riscurile și situațiile neprevăzute.

Totodată, menționăm că, în rezultatul impactului crizei economico-financiare asupra sectorului imobiliar, s-a diminuat considerabil sau chiar a dispărut problema incompetenței personalului, deoarece în cadrul pieței au rămas să-și continue activitatea doar companiile mari (titani ai pieței imobiliare), care și-au creat un nume pe piața construcțiilor de imobil, precum și agențiile cu renume, fapt care se datorează, în mod special, responsabilității pe care o au comercianții în raport cu angajamentele și obligațiile pe care și le-au asumat față de cumpărătorii reali și potențiali, grija și atitudinea foarte favorabilă față de aceștia și, desigur, profesionalismului acestora, mai ales celor care sunt implicați în vânzări. S-au menținut pe piață și unele companii mici, și anume acele companii care dispun de un management eficient atât în direcția resurselor economice, cât și a personalului [144, pag. 144].

Autorul Manusin D. V. a propus o serie de principii generale, care pot fi ușor adaptate și aplicate în scopul prevenirii efectelor crizelor economice pe care ar putea să le aplice companiile

pentru a depăși diverse crize sau pentru o combatere mai ușoară a efectelor acestora (Anexa 3, figura A.3.2.) [204].

Totodată, conform opiniei expertului Veaceslav Ioniță, "după criza din 2008-2009, prețul apartamentelor în mun. Chișinău au scăzut timp de 10 ani și au stagnat alți doi ani. Recuperarea a început în anul 2021, însă creșterea bruscă de prețuri a speriat cumpărătorii, fapt care evident a provocat o mică pauză pe piața imobiliară" [79]. Datele care justifică informațiile cu privire la evoluția prețului conform opiniei expertului sunt sistematizate și prezentate în Anexa 4, figura A.4.

Criza economico-financiară coincide cu cea de-a treia etapă în dezvoltarea pieței imobiliare din Republica Moldova, conform opiniei autorilor Albu I. și Albu S., care susțin că dezvoltarea economică a Republicii Moldova din anii 1990 până la momentul actual poate fi caracterizată prin delimitarea a 3 etape [10, pag. 17]:

1. *Prima etapă* (anii 1990 -1994) – este caracterizată printr-o continuă descreștere economică, iar sfârșitul anului 1994 este caracterizat de o scădere a PIB de aproximativ 60 % față de începutul perioadei (1990);

2. *Etapa a doua* (anii 1995 - 1999) – caracterizată printr-o scădere depresivă, când PIB-ul a scăzut cu încă 6%, atingând în anul 2000 nivelul de 34% față de anul 1990;

3. *Etapa a treia* (din anii 2000 – prezent) – caracterizată drept o perioadă a stabilității economice și determinată de o creștere economică moderată, apărută ca urmare a reformelor structurale promovate, a ajutoarelor din afara țării și al efortului colosal depus de conaționali noștri, o bună parte din populația republicii, preponderent cei aflați la muncă peste hotarele țării. Această etapă este caracterizată printr-o creștere continuă a PIB-ului de la 2,1% la 7,8% în perioada anilor 2000 - 2008, apoi de o reducere de 6% în anul 2009, fiind urmată de o creștere de aproximativ 7% în fiecare an în 2010 și 2011.

Urmările crizei economico-financiare din 2008-2009 se simt și pe parcursul următorilor ani, astfel încât "ponderea tranzacțiilor de vânzare-cumpărare în 2009 este de peste 50% din total numărul de tranzacții cu imobile, în anii 2010 – 2013, ponderea lor scade constant (41% în 2010, în 2011 - 39,2%, în 2012 - 38,6% și 37,9% în primele cinci luni ale anului 2013" [10, pag. 23].

Specialiștii companiei Nordik Estate numărau în perioada 2008-2009 pe piața imobilului rezidențial din Chișinău 77 proiecte repartizate în diverse sectoare ale municipiului, cu o suprafață totală de 890900 m², aparținând (realizate și comercializate) de aproximativ 50 companii, proiecte care ar fi trebuit să fie date în exploatare în anul 2009, dar, din diferite motive, nu au fost. Cele mai multe proiecte se aflau în sectorul Botanica (31%), fiind urmat de sectorul Centru (28,5%), Ciocana (19,5%), Buiucani (10,5%) și Râșcani (10,5%).

Conform Bursei de valori imobiliare LARA, repartizarea pe sectoare a imobilelor după suprafața totală a acestora clasează pe primul loc sectorul Botanica (114000 mii m²), fiind urmat de Ciocana (66000 mii m²), Râșcani (62000 mii m²) și Centru (59000 mii m²). (figura 2.4.),

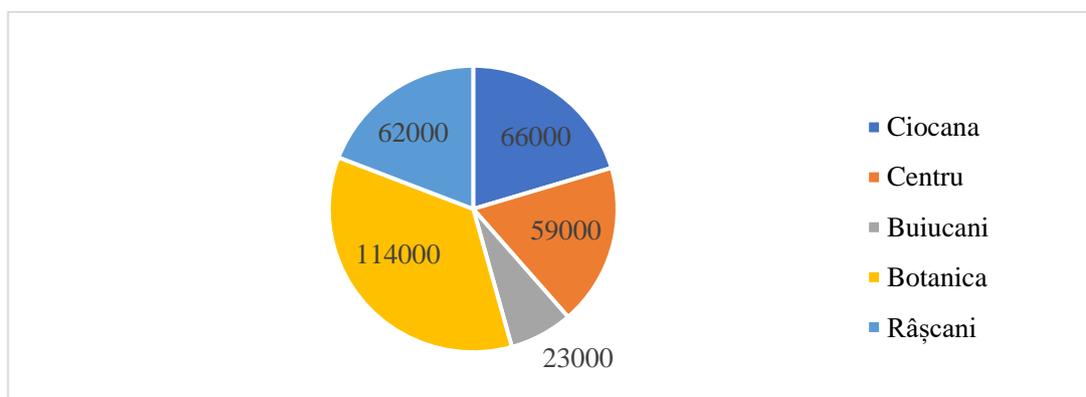


Figura 2.4. Repartizarea pe sectoare după suprafața expusă în vânzare, primul semestru 2009, mii m²

Sursa: elaborată de autor în baza sursei [154]

Perioada imediat următoare crizei, adică în luna martie anul 2009, prețul unui metru pătrat suprafață imobil în cadrul pieței a fost orientativ de 757,49 euro sau cu 2,03 % mai puțin față de februarie același an, și cu 9,71 % mai puțin decât în noiembrie 2008, curba evoluției prețurilor fiind reprezentată grafic în figura 2.5.:

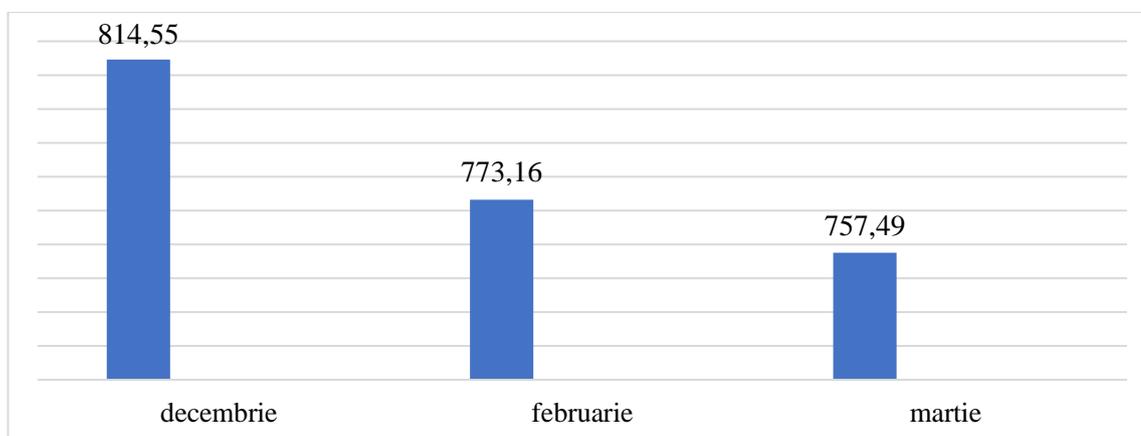


Figura 2.5. Evoluția prețului pe piața imobiliară primară a municipiului Chișinău, decembrie 2008-martie 2009, €/m²

Sursa: elaborată de autor în baza sursei [154]

Pe sectoarele municipiului Chișinău, evoluția prețurilor pentru imobilele din cadrul pieței primare, perioada decembrie 2008 și martie 2009, este reprezentată în tabelul 2.6., de unde este clar vizibilă descreșterea constantă a prețurilor pentru imobile în fiecare sector din municipiu, ca urmare a efectelor crizei.

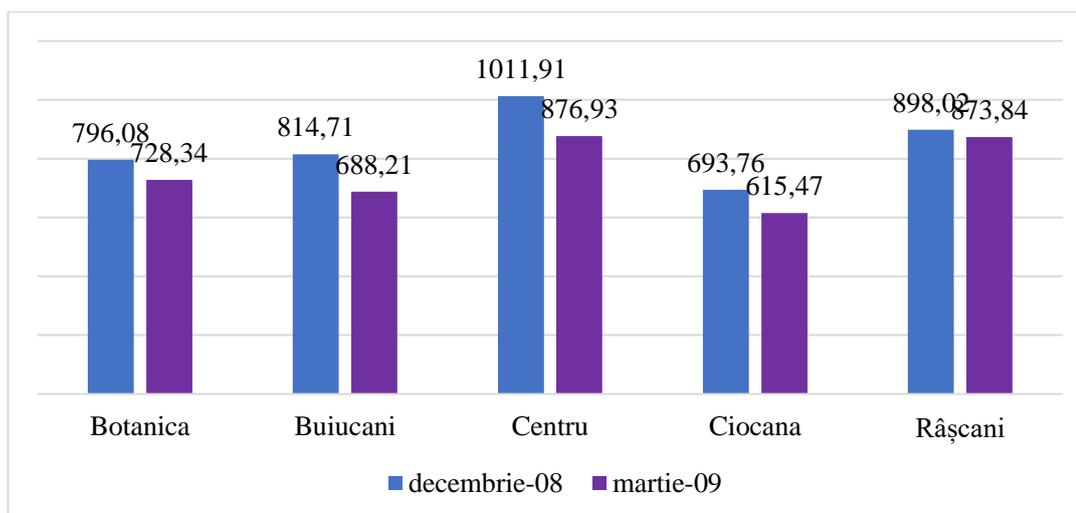


Figura 2.6. Evoluția prețului pe piața imobiliară primară pe sectoare a municipiului Chișinău, decembrie 2008 - martie 2009, €/m²
Sursa: elaborată de autor în baza sursei [154]

Impactul crizei asupra pieței imobiliare din Moldova, în mod special din Chișinău, deoarece anume în capitală erau concentrate cele mai multe imobile locative noi construite, precum și cele existente (piața secundară), poate fi concretizat în următoarele:

➤ Începând cu luna martie 2009, piața imobiliară locativă primară din Chișinău s-a caracterizat printr-o evoluție pozitivă, revigorantă, datorită scăderii prețurilor, reînceperea construcțiilor după stagnare, acumularea cererii, recăpătarea încrederii în rândul populației în raport cu proiectele rezidențiale care au reușit să reziste crizei;

➤ A fost lansat (februarie – martie 2009) un nou proiect, complexul locativ din strada Dimineții 22, din sectorul Botanica, cu o suprafața de 25000 m², ceea ce a făcut ca valoarea totală estimată a suprafețelor rezidențiale să crească cu 10 milioane de euro față de februarie 2009, și a constituit cca. 246 milioane de euro. Totodată, menționăm că în perioada crizei și cea imediat următoare acesteia, adică până în martie – iunie 2009, nici un proiect nu a fost dat în exploatare;

➤ Schimbarea preferințelor cumpărătorului în raport cu bunul imobiliar dorit, o bună parte din cei care aveau drept scop achiziționarea unui imobil de lux, au migrat spre alternative mai ieftine, mai accesibile ca preț, însă tot în capitală;

➤ Numărul tranzacțiilor în martie 2009 au crescut în raport cu cele din februarie 2009, însă au fost sub nivelul celor din noiembrie – decembrie 2008. Acest moment sugerează faptul că piața imobiliară a început cu pași mărunți să își revină, însă această recesiune a fost destul de lentă.

Impactul crizei pandemice de COVID 19 asupra pieței imobiliare. Criza pandemică de COVID-19 a afectat economia atât la nivel național, cât și internațional, iar aceste influențe negative nu au ocolit nici piața imobiliară.

Un prim aspect important observat în cadrul pieței imobiliare a fost faptul că 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.

Această părere este susținută de specialiștii în domeniul imobiliar din cadrul agenției imobiliare Acces Imobil, care consideră că "pandemia de COVID – 19 a avut un impact colosal asupra pieței imobiliare din Chișinău, majoritatea moldovenilor orientându-se spre procurarea unei case la sol în detrimentul unui apartament, ceea ce a favorizat creșterea prețurilor pentru case atât în Chișinău, cât și în suburbiile acestuia" [40]. În același timp, persoanele care căutau apartamente cu două sau trei odăi, și-au orientat atenția spre case a căror prețuri să nu depășească 60-80 mii euro, iar cei care solicitau apartamente de lux și penthouse-uri cu suprafețe destul de mari, s-au orientat spre case individuale, situate în zone rezidențiale cu infrastructură foarte dezvoltată, care nu depășeau 100 mii euro.

În timpul pandemiei, mulți oameni au fost reticenți să cumpere sau să vândă bunuri imobiliare din cauza incertitudinii economice și a restricțiilor impuse de lockdown-uri și distanțare socială. Cererea pentru locuințe și bunurile imobiliare locative a scăzut nesemnificativ, iar tranzacțiile imobiliare au fost în scădere. Pe de altă parte, pandemia a dus și la scăderea cererii pentru bunurile comerciale (birouri, spații de depozitare), întârzierea sau chiar întreruperea în multe cazuri a proceselor de vânzare-cumpărare, incertitudinea în raport cu partea financiară și reducerea puterii de cumpărare a cumpărătorilor. Un moment important care trebuie menționat din perioada crizei pandemice este legat de scăderea dobânzilor la creditele ipotecare, ceea ce a animat un pic situația în cadrul pieței, făcând mai accesibilă achiziționarea unei locuințe pentru un număr de persoane care erau oarecum pregătiți de achiziție. Multe proiecte de construcție și dezvoltare imobiliară au fost amânate sau anulate din cauza incertitudinii economice și a dificultăților de acces la finanțare, iar constructorii și dezvoltatorii imobiliari au fost afectați de întârzierile în realizarea proiectelor și de costurile suplimentare apărute. Totodată, fiecare participant al pieței imobiliare are propria opinie cu privire la situația acesteia în timpul pandemiei, cert este că trebuie

să analizăm situația până la începutul pandemiei, pe parcursul celor practic 2 ani de restricții, frică, regres, incertitudine etc., și nemijlocit după aceasta.

Analizând piața imobiliară pentru anul 2019, catalogăm perioada respectivă drept una benefică, atingând un număr record de tranzacții de vânzare-cumpărare a imobilelor atât în orașul Chișinău, cât și la nivel de țară, conform datelor oferite de Agenția de Servicii Publice (ASP), fiind vândute în total 28674 apartamente, dintre care 22187 fiind comercializate în capitală, ceea ce reprezintă peste 77 % și justifică afirmația că anume în municipiul Chișinău este concentrată piața imobiliară, deoarece aici se construiesc cele mai multe obiecte imobiliare. Datele statistice arată că în anul 2019 au fost vândute cu 40 % mai multe apartamente decât în anul 2018, această creștere fiind determinată de investițiile moldovenilor aflați la muncă în afara țării, persoanele fizice care au beneficiat de condiții mai avantajoase pentru credite imobiliare, imobilele care au devenit mai accesibile, populația din localitățile rurale care migrează la oraș (orașele mari, preponderent municipiul Chișinău și Orhei), creșterea numărului de persoane care investesc în imobiliare cu scopul de a obține profit, și nu pentru trai [147].

Comparând numărul de tranzacții realizate pe piața imobiliară în anul 2020 față de 2019, observăm că numărul de apartamente vândute a depășit cu 290 unități vânzările din 2019, iar conform informațiilor oferite de ASP, în 2020 au fost vândute 22477 apartamente în Chișinău din 28199 total apartamente din Republica Moldova, chiar dacă perioada era afectată de pandemia de COVID 19 și criza economică generată de aceasta. Vorbind despre tranzacțiile înregistrate total în Republica Moldova, acestea au scăzut cu 1.7% față de 2019, deoarece a scăzut numărul de tranzacții încheiate în raioanele republicii cu 11 %, ceea ce confirmă în mod repetat fenomenul de urbanizare (centralizare), migrația populației și a fluxurilor de mijloace bănești din raioanele țării către capitală [147]. Acest decalaj impunător se observă pentru fiecare an în parte, informația fiind prezentată detaliat în figura 2.7.:

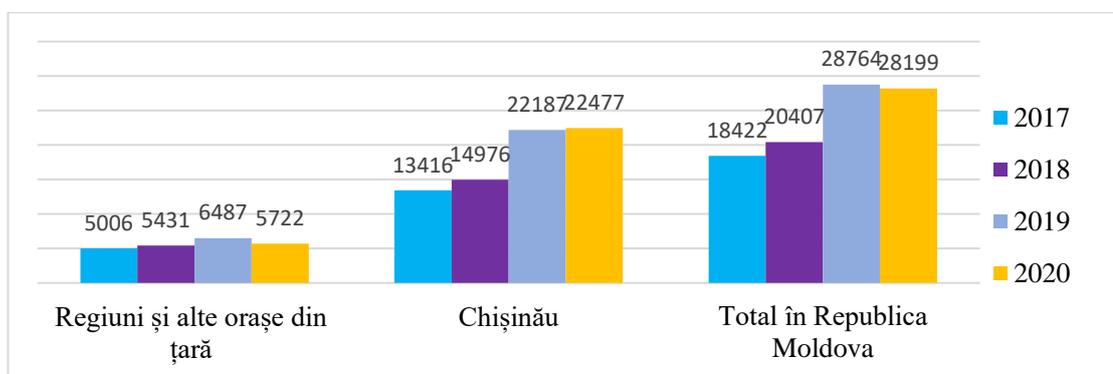


Figura 2.7. Numărul apartamentelor comercializate, anii 2017-2020

Sursa: elaborată de autor în baza sursei [147, disponibil:

<https://accesimobil.md/blog/vanzari-record-apartamente-chisinau-2020>

Un moment foarte important care caracterizează perioada analizată este faptul că a scăzut numărul de tranzacții realizate prin intermediul creditării ipotecare (cu aproximativ 23%), fiind acordate un număr mai mic de credite de către băncile comerciale. În perioada respectivă, din cauza condițiilor neavantajoase a fost restricționat programul *Prima casă* (ratele dobânzilor fluctuante și noile reglementări impuse pe piața imobiliară au descurajat accesarea programului), iar ulterior practic a fost blocat în anul 2022. În figura 2.8., este reprezentată situația creditelor ipotecare oferite în perioada 2017-2020, perioadă care cuprinde etapa precedentă și propriu-zisă a crizei pandemice.

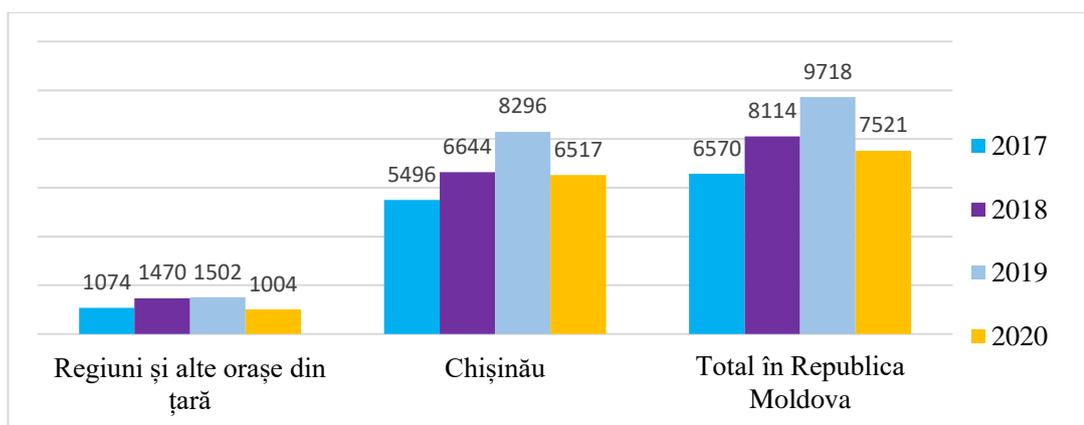


Figura 2.8. Numărul de apartamente procurate prin credite ipotecare, anii 2017-2020

Sursa: elaborată de autor în baza sursei [147, disponibil:

<https://accesimobil.md/blog/vanzari-record-apartamente-chisinau-2020>]

Anul 2020 a fost un an imprevizibil pentru mai multe sectoare din domeniul economic, cel imobiliar însă poate fi caracterizat ca fiind unul preponderent stabil, deoarece micșorarea numărului de tranzacții în raioanele și celelalte orașe din țară a fost oarecum compensat prin majorarea numărului de imobile comercializate în Chișinău, ceea ce a creat o situație de echilibru în cadrul pieței imobiliare în timpul crizei pandemice de COVID 19.

Potrivit opiniei domnului Vladimir Tonu, directorul companiei de construcție Exfactor-Grup Construct SRL, entitatea s-a confruntat în anii 2021-2022 cu "cea mai dificilă situație atestată în ultimii 20 de ani, aproape 80-90% dintre cumpărători au dispărut practic". Puține companii de construcții au fost dispuse în acea perioadă să înceapă proiecte noi de la zero, blocuri noi sau obiecte de construit, ceea ce a generat o criză de lichidități, fiind necesare vânzări și investiții pentru a putea face față situației [81].

Analizând situația din cadrul pieței imobiliare în perioada februarie 2022-septembrie 2022, constatăm că prețul mediu pentru apartamentele expuse în vânzare a scăzut cu cca 30 euro pentru

un metru pătrat, cel mai mult fiind în scădere prețul apartamentelor aflate la etapa de construcție (cu cca 80-100 euro pentru un metru pătrat), în același timp, s-a atestat o creștere de cca 20 euro pentru un metru pătrat de apartament dat în exploatare, unde clientul devine proprietar practic instantaneu și are posibilitate să locuiască imediat după cumpărare. O particularitate a perioadei respective ține și de creșterea prețurilor pe piața chiriilor, fiind influențate de [147]:

- fluxul mare de refugiați din Ucraina, care au căutat alternative pentru un trai în siguranță, venind în Republica Moldova, în special în Chișinău, și închiriind apartamente sau case, inițial pe un termen scurt, apoi prelungind contractele de închiriere pe termen nedeterminat, în așteptarea unei rezolvări cât mai rapide a conflictului din țara acestora;

- inflația a crescut cu 30 %, deci și prețul de vânzare al apartamentelor la general s-a majorat;

- influența unor factori sezonieri, cum ar fi revenirea la studii a studenților, în mod special trebuie de specificat faptul că după criza pandemică și restricțiile impuse de autorități, o perioadă îndelungată procesul educațional a fost realizat la distanță, adică online, iar perioada analizată coincide într-o oarecare măsură și cu revenirea totală la procesul educațional cu prezență fizică.

Un adevăr referitor la situația din cadrul pieței imobiliare se referă la amânarea deciziei de cumpărare a unui imobil de către potențialii cumpărători, în așteptarea unei perioade mai sigure, caracterizată de stabilitate economică și socială constantă. Este esențial ca autoritățile să monitorizeze și să reglementeze piața imobiliară pentru a asigura o dezvoltare sustenabilă, accesibilă și echitabilă, iar companiile din cadrul pieței trebuie să se adapteze și să răspundă la schimbări precum crizele economice și pandemiile, pentru a minimiza impactul negativ asupra dezvoltării și evoluției pieței imobiliare.

2.2. Analiza pieței imobiliare din Republica Moldova

În general, piața imobiliară din Republica Moldova este considerată una relativ mică, cu un număr mediu de investitori și o cerere relativ medie pentru bunurile imobiliare. Deși există semne de îmbunătățire a activității în cadrul pieței imobiliare, aceasta rămâne totuși una relativ tânără, cu un volum mediu de tranzacții 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).

Conform datelor prezentate în Anuarul Statistic al Republicii Moldova, analizând informația cu privire la investițiile raportate la principalele activități economice, observăm că activitatea de construcții și toate procesele legate de tranzacționarea imobilelor constituia 23,6 % pentru anul 2015, ponderea acestora micșorându-se până la 20,4 % în 2019, urmată de o creștere constantă în 2020 și 2021, ponderea acestora în total investiții fiind de 22,8% pentru anul 2020, 23,3 % pentru anul 2021 și 19,8 % pentru anul 2022. Informația desfășurată este sistematizată în tabelul 2.1.:

Tabelul 2.1. Investiții în active materiale pe termen lung, pe activități economice

Milioane lei, și %						
Direcția investiției	2015	2018	2019	2020	2021	2022
Total investit	21 123,3	27 464,7	31 253,2	30 089,6	35 411,2	37107,5
Construcții	1 801,1	3731,4	4779,5	5144,8	6006,9	5777,3
Structura, %	8,5	13,6	15,3	17,1	17,0	15,6
Tranzacții imobiliare	3 197,8	1 164,5	1 586,0	1 712,3	2 242,7	1554,8
Structura, %	15,1	4,2	5,1	5,7	6,3	4,2

Sursa: [14, disponibil:

https://statistica.gov.md/files/files/publicatii_electronice/Anuar_Statistic/2022/17_AS.pdf]

Totodată, sub influența evenimentelor analizate în subcapitolul 2.1., și anume conflictul militar care se desfășoară în regiune, deopotrivă cu inflația care poate fi catalogată drept una galopantă, criza energetică care a afectat țara noastră, conjunctura externă extrem de complicată, toți acești factori au avut efecte negative asupra economiei naționale pentru anul 2022, diminuând Produsul Intern Brut (PIB), conform informațiilor oferite de Biroul Național de Statistică, cu 5,9 % față de anul precedent, atingând suma de 272,6 mil. lei [122]. O analiză comparativă a contribuției sectoarelor și evoluția PIB, pe resurse concrete pentru anii 2020-2022 este reprezentată în figura 2.9.

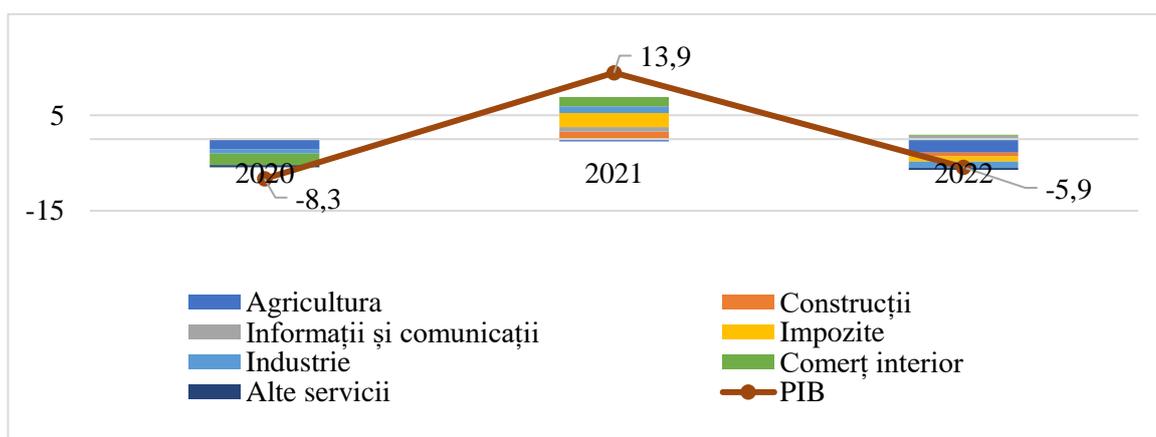


Figura 2.9. Contribuția sectoarelor și evoluția PIB pe resurse concrete, anii 2020-2022, (p.p.)

Sursa: elaborat de autor în baza sursei [122, disponibil: <https://mded.gov.md/wp-content/uploads/2023/06/Raport-lunar-2023-04.pdf>]

Dacă ar fi să analizăm contribuția pe sectoarele principale în evoluția PIB pentru anul 2022, în puncte procentuale, se observă că doar sectorul HoReCa, Comerțul intern, sectorul Informații și Comunicații și Activitățile financiare au influențat pozitiv PIB-ul din anul 2022, contribuind (în ordinea enumerării), cu 0,2 p.p., 0,2 p.p., 0,3 p.p. și respectiv 0,4 p.p., iar imaginea generală creată de influența acestor indicatori este reprezentată în figura 2.10.

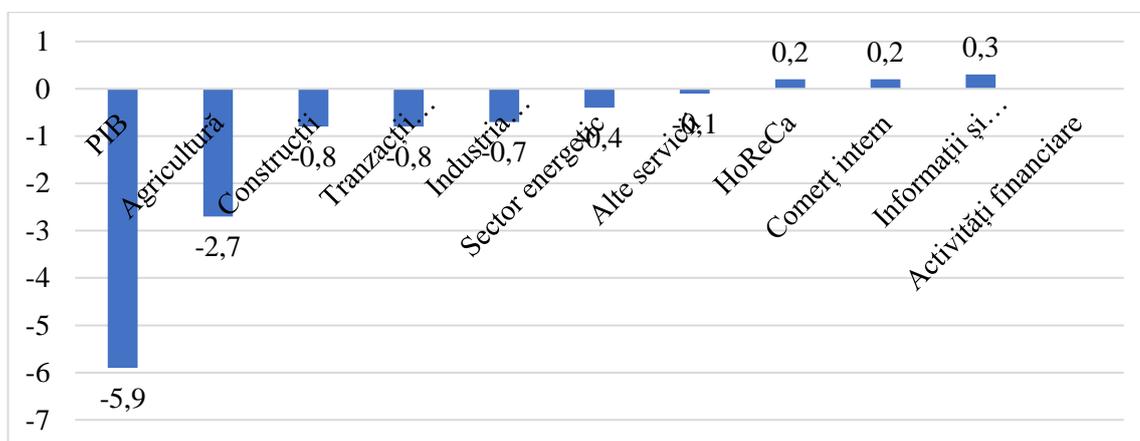


Figura 2.10. Contribuția sectoarelor principale la evoluția PIB pe resurse concrete, anul 2022, (p. p.)

Sursa: elaborat de autor în baza sursei [122, disponibil: <https://mded.gov.md/wp-content/uploads/2023/06/Raport-lunar-2023-04.pdf>]

Conform datelor prezentate de Biroul Național de Statistică, incluse în Raport lunar privind evoluția social-economică a Republicii Moldova, din 31 mai 2023, observăm că domeniul Construcțiilor și al Tranzacțiilor imobiliare au influențat negativ PIB-ul pentru anul 2022 cu câte 0,8 p. p. fiecare, deși analizele realizate, precum și datele prezentate în tabelul 2.1. vorbesc despre o evoluție pozitivă a acestor indicatori în ceea ce privește investițiile, valoarea, precum și volumul total al lucrărilor/vânzărilor în domeniile respective.

Cererea și oferta de bunuri imobiliare. Cererea de locuințe în Republica Moldova este în general stabilă, iar oferta a rămas relativ limitată în comparație cu cererea. Totuși, există anumite discrepanțe între cerere și ofertă în diferite segmente de piață. De exemplu, cererea pentru locuințe accesibile din punct de vedere financiar este mai mare decât oferta disponibilă, iar cererea pentru bunurile imobiliare se supune legilor generale de funcționare a economiei de piață, aflându-se în relație invers proporțională cu factorul preț, deci cu cât mai mare este prețul, cu atât mai puțini doritori de a cumpăra un bun imobiliar vor fi.

Analizând raportul dintre cerere și ofertă în cadrul pieței imobiliare, putem afirma că oferta pe termen scurt este inelastică, adică, cantitatea de bunuri imobiliare oferite rămâne neschimbată, indiferent de modificarea prețurilor, aspect legat de procesul tehnologic de durată, de imposibilitatea producerii imediate (construcția sau reparația) a imobilului sau distrugerea acestuia

(din contul amortizării) ca răspuns la modificările cererii sau ale structurilor acesteia [213, pag. 25].

Procesul de reproducere a fondului locativ reprezintă o componentă de importanță majoră pentru succesul reformelor economice și are o influență directă asupra formării structurilor macroeconomice și asupra dezvoltării țării. Piața imobiliară locativă (rezidențială) reprezintă o componentă importantă a economiei naționale, având drept obiectiv social principal asigurarea populației cu locuințe, orientată spre crearea condițiilor de trai necesare pentru activitatea vitală a fiecărei persoane. Fondul locativ este constituit din totalitatea de încăperi locative (rezidențiale), indiferent de forma de proprietate, situate pe teritoriul unui stat. Conform datelor oferite de Biroul Național de Statistică, la 1 ianuarie 2023, fondul locativ al Republicii Moldova a constituit 90 528,3 m², numărul locuințelor total pe țară fiind de 1324,5 mii unități [23].

Deși de câțiva ani se vorbește despre scăderea numărului de autorizații acordate pentru lucrările de construcții, statistica vorbește cu totul despre altă situație, deci, autorizațiile se acordă și construcțiile noi vor continua să apară. În acest sens, a fost elaborat tabelul 2.2., unde sunt prezentate datele cu privire la numărul de autorizații de construcții acordat pentru perioada 2020 - 2023, după cum urmează:

Tabelul 2.2. Autorizații de construcție eliberate pentru clădiri,
pentru anii 2020 - 2023

	2020	2021	2022	2023	În % față de:	
					Anul 2022	Total
Total	3038	4118	3394	3414	100,6	100
<i>Din care pentru clădiri:</i>						
rezidențiale	2044	3026	2301	2252	97,9	66,0
nerezidențiale	994	1092	1093	1162	106,3	34,0
<i>Din total, în:</i>						
Mediul urban	1730	2430	1517	1545	101,8	45,3
Mediul rural	1308	1688	1877	1869	99,6	54,7

Sursa: elaborat de autor în baza sursei [23, disponibil:

https://statistica.gov.md/ro/autorizatii-de-construire-eliberate-pentru-cladiri-in-anul-2023-9801_60917.html]

Reieșind din informațiile prezentate în tabelul 2.2., pentru comparație, observăm o creștere cu 0,6 % în raport cu anul 2022, respectiv o scădere de 2,1 % a numărului de autorizații acordate pentru clădirile rezidențiale și o creștere cu 6,3 % a numărului de autorizații acordate pentru clădirile nerezidențiale. Analizând repartitia acordării autorizațiilor pe medii de trai, observăm că

în mediul urban a crescut numărul acestora cu 1,8%, iar în mediul rural a scăzut cu 0,4 % față de anul 2022.

Dacă ar fi să analizăm repartizarea eliberării autorizațiilor pentru construcții pe regiuni, raportate la tipul imobilelor construite (rezidențial și nerezidențial), conform informațiilor oferite de Biroul Național de Statistică (tabelul 2.3.), au fost acordate un număr impunător de autorizații în anul 2021 în municipiul Chișinău pentru clădiri rezidențiale (1690) în raport cu doar 172 autorizații pentru construcție în cadrul pieței imobiliare nerezidențiale, ceea ce demonstrează și confirmă încă o dată părerea mai multor specialiști în domeniul imobiliar care susțin că piața imobiliară din Republica Moldova, de cele mai multe ori, este asociată cu piața imobilului locativ (rezidențial), deoarece acesta ocupă cea mai mare pondere în totalul pieței imobiliare. Aceeași diferență colosală se atestă și în anul 2022, în Chișinău, unde cifrele vorbesc despre 1118 autorizații pentru construcțiile rezidențiale și de 193 autorizații nerezidențiale. În ceea ce privește zona centrală, atât în 2021, cât și în 2022, autorizațiile pentru construcțiile rezidențiale practic au fost duble față de cele nerezidențiale. Pentru anul 2023 se menține aceeași diferență, destul de mare între autorizațiile acordate pentru clădiri rezidențiale față de cele nerezidențiale în municipiul Chișinău (944 autorizații pentru clădiri rezidențiale și respectiv 151 autorizații pentru clădiri nerezidențiale). Aceeași diferență se observă și în zona centrală, iar în nordul Republicii Moldova și partea de sud, numărul autorizațiilor acordate sunt comparabile pe tipurile de imobil analizate. O informație mai detaliată cu privire la numărul de autorizații de construcții eliberate pe ultimii ani, pe diverse tipuri de imobile și pe diverse regiuni este reprezentată în Anexa 5, tabelul A.5.1.

Tabelul 2.3. Numărul de autorizații de construcție eliberate, pe tipuri de clădiri și regiuni, pentru anii 2021 - 2023

Regi-uni:	Mun. Chișinău			Nord			Centru			Sud		
	Anii:	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022
rezidențiale	1690	1118	944	298	241	237	656	605	605	175	179	184
nerezidențiale	172	193	151	254	267	299	316	274	274	151	206	215

Sursa: [23, Disponibil: https://statistica.gov.md/ro/autorizatii-de-construire-eliberate-pentru-cladiri-in-anul-2023-9801_60917.html]

Pe piața imobiliară din Republica Moldova, se numără diferite tipuri de bunuri imobiliare, inclusiv apartamente, case individuale, vile, terenuri și proprietăți comerciale. Apartamentele reprezintă cea mai comună opțiune de locuit, iar casele și vilele sunt mai des întâlnite în afara orașului Chișinău, în unul dintre cele 19 unități administrativ-teritoriale, printre care 7 orașe

(Chișinău, Cricova, Sângera, Durllești, Vatra, Vadul lui Vodă, Codru) și 12 comune (Băcioi, Budești, Bubuieci, Ghidighici, Colonița, Trușeni, Cruzești, Grătiești, Condița, Stăuceni, Ciorăscu și Tohatin).

În ultimii ani, s-a observat o creștere a interesului pentru achiziționarea de locuințe noi, cu facilități moderne și infrastructură dezvoltată. De asemenea, tendința de a investi în proprietăți pentru închiriere, în special în zonele urbane, a căpătat amploare. În paralel, dezvoltarea proiectelor imobiliare și construcția de noi complexe rezidențiale continuă să fie un factor important pe piața imobiliară din Republica Moldova.

Analizând evoluția pieței imobiliare în perioada 2000-2021, constatăm că în 2021 practic s-a dublat numărul clădirilor date în exploatare pentru fiecare poziție, iar tabelul 2.4. înglobează datele desfășurate cu privire la acest aspect:

Tabelul 2.4. Numărul clădirilor date în exploatare și suprafața acestora
(numărul clădirilor în unități și suprafața acestora în mii m²)

Indicator	2010	2015	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Numărul clădirilor total	1 909	1 893	1 572	2 067	2 555	2 446	2 907	2 193
<i>Din care:</i>								
Cu destinație rezidențială	1 716	1 624	1 098	1 610	2 038	2 025	2 528	1 791
Cu destinație nerezidențială	193	269	474	457	517	421	379	402
Suprafața totală a clădirilor, mii m²	763,1	860,5	1 145,8	907,4	1 188,4	968,3	1 250,2	721,9
<i>Din care:</i>								
Cu destinație rezidențială	625,6	638,8	744,3	582,7	785,5	653,2	936,4	405,0
Cu destinație nerezidențială	137,5	221,7	401,5	324,7	402,9	315,1	313,8	316,9

Sursa: [14, disponibil:

https://statistica.gov.md/files/files/publicatii_electronice/Anuar_Statistic/2023/17_AS.pdf]

O privire generală asupra datelor prezentate în tabelul 2.4., confirmă, în mod repetat, cele expuse anterior cu privire la ponderea semnificativă și importanța majoră a pieței imobilului locativ în cadrul pieței imobiliare totale, observându-se o diferență colosală între numărul clădirilor cu destinație rezidențială în raport cu cea nerezidențială, precum și în ceea ce privește suprafața acestora, această diferență fiind observată cu intervale din ce în ce mai mari pe parcursul anilor, începând cu anul 2010 și până în 2022. Totodată, în perioada analizată (anii 2010 până în

2021), se observă practic o dublare a numărului de locuințe construite, crescând de la 4933 în 2010 până la 10609 în 2021. Odată cu creșterea numărului de locuințe, crește și suprafața totală a acestora, însă nu în raport direct proporțional, ceea ce vine să confirme ipoteza că majoritatea populației se orientează spre procurarea locuințelor cu suprafețe moderate/acceptabile, fără a exagera. În același timp, se observă o scădere drastică a numărului locuințelor date în exploatare în anul 2022, acestea fiind de doar 4418 unități, situându-se practic sub nivelul datelor aferente anului 2010. Această situație este creată drept urmare a începutului conflictului militar din regiune, și asociată cu o perioadă de frică și incertitudine a populației în raport cu perioadele viitoare, scăderea drastică a puterii de cumpărare, inflația, creșterea ratei dobânzilor bancare și micșorarea numărului de autorizații de construcții. (Tabelul 2.5.)

Tabelul 2.5. Numărul total de locuințe date în exploatare, perioada 2010-2022

Indicator	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Numărul total de locuințe construite, unități	4 933	7 587	6 075	9 249	7 301	9 955	7 549	10 609	4418
Suprafața totală a locuințelor construite, mii m ²	546,2	609,7	515,5	700,4	551,4	763,0	602,5	899,5	386,0
<i>Din care:</i>									
Case de locuit individuale, unități	1 668	1 532	1 287	1 013	1 519	1 891	1 935	2 383	1651
Suprafața totală a caselor de locuit individuale, mii m ²	257,0	225,6	180,4	143,0	187,5	227,1	234,1	288,9	207,6

Sursa: Sursa: [14, disponibil:

https://statistica.gov.md/files/files/publicatii_electronice/Anuar_Statistic/2023/17_AS.pdf]

În tabelul 2.6., sunt prezentate informațiile cu privire la tipul de locuințe date în exploatare în anul 2021, în raport cu 2020 și 2019, pe tipuri de locuințe și medii de trai.

Tabelul 2.6. Locuințe date în exploatare, anul 2020 – 2021

	2021	2020	2021 în % față de 2020	<i>Informativ: 2020 în % față de 2019</i>
Locuințe - total, mii unități	8,9	7,5	117,2	75,8
• apartamente	6,7	5,6	119,1	69,6
• case de locuit individuale	2,2	1,9	111,6	102,3

Continuare Tabel 2.6.				
<i>din total în:</i>				
•mediul urban	7,5	6,4	116,3	72,0
•mediul rural	1,4	1,1	122,6	108,8
Suprafața totală, mii m²	718,8	602,5	119,3	79,0
•apartamente	456,6	368,4	123,9	68,7
•case de locuit individuale	262,2	234,1	112,0	103,1
<i>din total în:</i>				
•mediul urban	562,5	473,2	118,9	74,0
•mediul rural	156,3	129,3	120,9	104,5

Sursa: [23, disponibil: https://statistica.gov.md/ro/locuinte-date-in-exploatare-in-anul-2021-9801_3536.html]

Analizând tabelul 2.6., se observă o creștere cu 17,2 % a numărului de locuințe date în exploatare în anul 2021 în raport cu 2020, însă o scădere a acestora cu 24,2% în 2020, comparativ cu 2019, urmare a crizei cauzată de pandemia de COVID 19. Totodată, se observă o scădere a numărului de apartamente date în exploatare în 2020 și o creștere a numărului caselor individuale, creștere care se manifestă și în repartizarea pe medii de trai a locuințelor, ponderea locuințelor din mediul rural fiind mai mare în 2020 în raport cu 2019, și în 2021 mai mare în raport cu 2020, ceea ce justifică ipoteza că, în perioada crizei pandemice, multe persoane se orientează nu spre apartamente, ci spre case de locuit individuale și tind să "fugă" din orașe la periferii sau la sate. Însă, analizând numărul acestora în 2020 și 2021 inclusiv, observăm că decalajul mare dintre numărul de apartamente și case de locuit, între locuințe în localități urbane și rurale, despre care se discuta anterior, se păstrează și în continuare.

Conform datelor Biroului Național de Statistică, numărul locuințelor date în exploatare în anii 2017-2021, precum și repartizarea acestora pe tipuri de imobil locativ: apartamente și case individuale, arată aceeași diferență majoră între mediul urban și rural atât ca număr, cât și ca suprafață. (figura 2.11.)

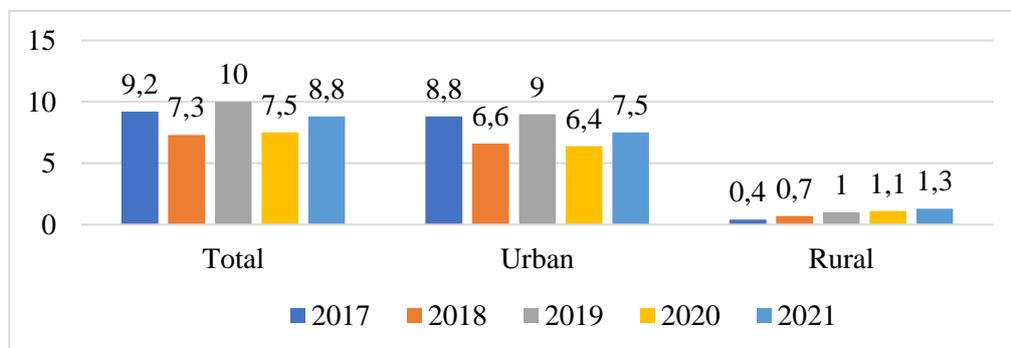


Figura 2.11. Numărul locuințelor date în exploatare, anii 2017-2021, mii unități
 Sursa: [23, disponibil: https://statistica.gov.md/index.php/ro/locuinte-date-in-exploatare-9450_4584.html]

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.

Făcând o analiză a evoluției numărului imobilelor în funcție de numărul de etaje, a fost realizat tabelul A.5.2. din Anexa 5, unde este reprezentată repartizarea blocurilor de locuit după numărul de etaje, observându-se o scădere drastică a blocurilor/clădirilor cu 1-2 etaje de la 40,3% în totalul acestora în anul 2010, la 0,7% din total în anul 2021 și o creștere până la 6,5 % în anul 2022, inclusiv și o scădere mai lejeră a celor cu 9 etaje, de la 16,8% în anul 2010, la 7,5 % în 2021 și o creștere de până la 30,4 % în anul 2022. Ponderea blocurilor cu 3-4 etaje a cunoscut o creștere treptată pe parcursul anilor, atingând cota maximă în 2015 (5,4%), dar scăzând considerabil ulterior până la 1,2 % în anul 2021, fiind urmată de o creștere practic dublă (3,3 %) în 2022. Cea mai mare creștere procentuală se observă la blocurile cu 6-8 și 10-15 etaje, de la 27,1 % în 2010, până la 72,1 % în 2020, urmată iarăși de o scădere până la 30,4 % în 2022.

Analizând și sistematizând datele statistice cu privire la solicitările apartamentelor după numărul de odăi, 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). (figura 2.12.)

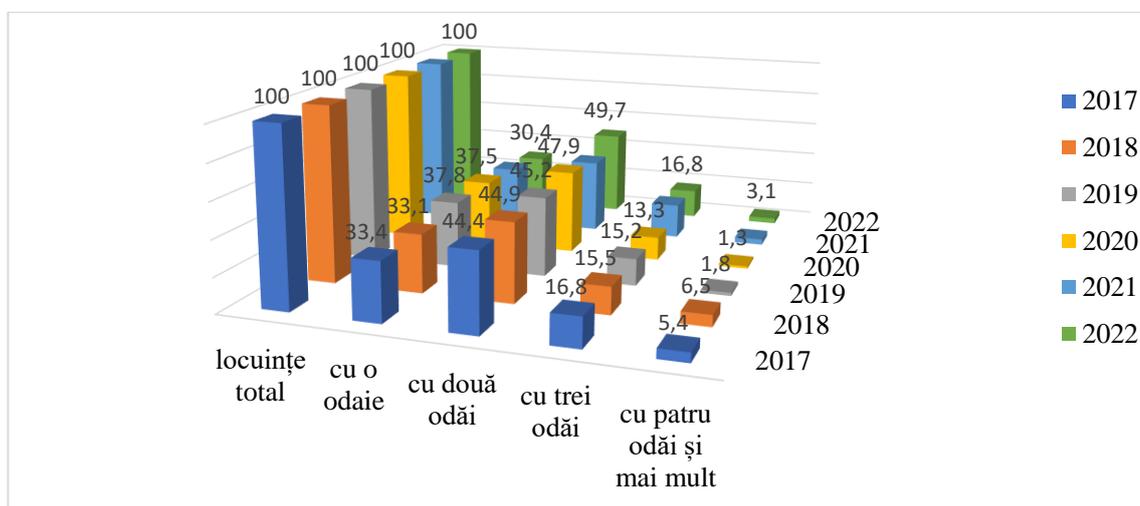


Figura 2.12. Repartizarea blocurilor de locuit după numărul de odăi, în %

Sursa: elaborată de autor în baza sursei [15, disponibil:

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]

Următorul pas în analiza pieței imobiliare se referă la analiza *prețurilor*, activitate importantă pentru a înțelege dinamica și tendințele sectorului respectiv. Îmbinarea informațiilor despre prețuri cu celelalte criterii menționate anterior va face posibilă o analiză aprofundată a pieței imobiliare și identificării importanței acestuia în economie. Prețurile locuințelor în Republica Moldova au înregistrat o creștere în ultimii ani și variază în funcție de tipul imobilului (primar sau secundar), amplasarea imobilului (raportate la zonele valorice din municipiul Chișinău, structura sectorului administrativ al municipiului Chișinău, prezentată în Anexa 6, tabelul A.6.), dimensiunea și calitatea acestuia. Zonele urbane, în special municipiul Chișinău, au înregistrat cerere și prețuri mai înalte, comparativ cu zonele rurale, ceea ce ne permite să afirmăm că piața imobiliară din Republica Moldova este caracterizată printr-o tendință considerabilă de urbanizare. În funcție de sectoarele și zonele valorice în care se află imobilul este stabilit prețul de vânzare al acestuia. Informații cu privire la prețul mediu pentru un metru pătrat suprafață, pe sectoare a municipiului Chișinău, este reprezentată în tabelul 2.7.

Tabelul 2.7. Prețul mediu pentru un m² suprafață locuință pe sectoare ale municipiului Chișinău, iunie 2018 / iunie 2023 (€/m²)

Sectorul	Zona valorică	Apartament cu o odaie		Apartament cu 2 odăi		Apartament cu 3 odăi		Apartament cu 4 și mai multe odăi	
		Iunie 2018	Iunie 2023	Iunie 2018	Iunie 2023	Iunie 2018	Iunie 2023	Iunie 2018	Iunie 2023
Centru	Centru	636	918	596	818	532	657	493	585
	Telecentru	573	827	538	739	471	581	431	512
Botanica	Botanica	603	871	578	793	503	621	469	556
	Botanica de jos	563	813	553	759	475	586	438	520
	Aeroport	523	755	481	660	454	560	430	510
	Albișoara	598	863	570	783	501	619	492	584
Râșcani	Râșcani	589	850	547	751	507	626	490	581
	Râșcanii de jos	567	819	514	706	458	565	441	523
	Poșta Veche	565	816	537	737	473	583	465	552
Ciocana	Ciocana nouă	576	832	545	748	474	584	454	539
	Otovasca	478	690	455	625	399	492	381	452
Buiucani	Buiucani	566	801	547	733	471	572	435	507
	Buiucanii de jos	555	817	534	751	464	581	427	516
	Sculeanca	550	794	520	714	462	570	421	500

Sursa: elaborat de autor în baza sursei [23, 154]

Astfel, analizând informația prezentată anterior, putem observa că, în iunie 2018, cel mai mare preț pentru un metru pătrat de suprafață imobil era întâlnit la apartamentele din sectorul Centru (636 €/m²) și Botanica (603 €/m²), preț stabilit pentru apartamentele cu o odaie, iar cel mai mic preț îl aveau apartamentele cu patru și mai multe odăi din sectorul Ciocana, Otovasca (381 €/m²) și Buiucani, Sculeanca (421 €/m²). În ceea ce privește prețurile apartamentelor în 2023, aceeași tendință se observă în cazul apartamentelor cu o odaie din sectorul Centru al capitalei, prețul mediu fiind de 918 €/m², iar cel mai mic preț se menține pentru aceleași sectoare ca și în anul 2018. Totodată, ținem să menționăm că în anul 2023 se atestă o creștere a prețurilor medii față de cele din 2018, drept exemplu ar fi prețul pentru un metru pătrat al unui imobil cu o odaie, situat în sectorul centru, observându-se o creștere semnificativă, de la 636 €/m² la 918 €/m², creșterea constituind 44,34 % etc.

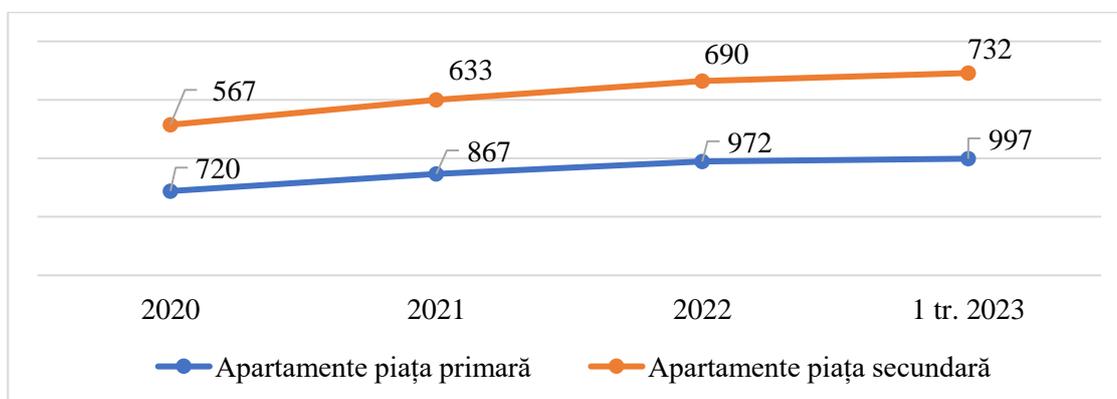


Figura 2.13. Evoluția prețurilor la apartamentele din cadrul pieței primare și secundare din municipiul Chișinău, €/m²

Sursa: [79, 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/>].

Conform opiniei expertului Veaceslav Ioniță, "după o perioadă de stagnare de aproximativ șase luni, prețurile apartamentelor din mun. Chișinău au înregistrat o revenire în primul trimestru al anului 2023, crescând cu 2,3%. În această perioadă, prețul mediu al unei locuințe a ajuns la 766 €/m², după săptămâni de menținere la nivelul de 745 €/m². Este important să subliniem că această creștere nu trebuie confundată cu o nouă creștere a prețurilor, ci mai degrabă cu o recuperare a valorilor anterioare. Chiar și după o creștere semnificativă în perioada 2021-2022, prețurile apartamentelor încă nu au atins nivelul înregistrat în 2008, când media era de 900 €/m². Totodată, în anul 2022, piața imobiliară din Moldova a fost afectată de câțiva factori majori care au avut un impact semnificativ asupra acesteia" [79]:

1. Reanimarea prea rapidă a prețurilor a determinat o îngrijorare în rândul cumpărătorilor;

2. Conflictul militar din Ucraina a avut un impact negativ major asupra deciziilor de achiziționare a apartamentelor, descurajând potențialii cumpărători;

3. Inflația înaltă a determinat cetățenii să se orienteze spre cheltuieli curente, minimizând interesul pentru investițiile imobiliare, și

4. Creșterea ratelor la creditele imobiliare a redus numărul tranzacțiilor ipotecare, ceea ce a dus la micșorarea cererii.

Toți acești factori au contribuit la fenomenul numit "cerere amânată", mulți oameni au amânat decizia de a cumpăra un apartament în 2022, cu toate acestea, potențialii cumpărători nu au abandonat ideea de a achiziționa un imobil, ci au rămas în așteptarea unui moment potrivit. Prin urmare, pentru anii 2023-2024, se anticipează o creștere semnificativă a tranzacțiilor imobiliare, ca rezultat al combinării cererii obișnuite cu cererea amânată din 2022. "Chiar dacă prețurile apartamentelor s-au majorat în primul trimestru din 2023, ele au devenit mai accesibile pentru cumpărători, lucru datorat faptului că salariul mediu anual din Moldova, calculat în Euro, a crescut mult mai rapid decât creșterea prețurilor la apartamente. Astfel, în primul trimestru al anului 2023, salariul mediu anual în Moldova a ajuns la 6.555 Euro, ceea ce reprezintă o creștere 20,5% față de anul 2022" [79], informație prezentată detaliat în Anexa 7, figura A.7.1.

Aceeași sursă afirmă că, deși în 2022 a fost înregistrată o creștere fără precedent a prețurilor la apartamente pentru ultimii 20 de ani, trebuie de ținut cont că prețurile se calculează în Euro și, contrar aparențelor, ele au devenit mult mai accesibile chiar și decât acum un an. Deși pare un paradox, în primul trimestru al anului 2023, apartamentele din municipiul Chișinău au ajuns cele mai accesibile de la independență până în prezent. "Actualmente, pentru a procura un apartament de 70 m² în municipiul Chișinău, persoana cointerată ar trebui să primească un salariu echivalent cu 8,2 ani de muncă, ceea ce reprezintă de 4,4 ori mai puțin decât acum 15 ani, iar comparativ cu anul 2021, efortul financiar s-a redus cu aproape un an" [79]. Anexa 7, figura A.7.2.

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 [79].

Pe termen mediu, se prognozează că decalajul va continua să existe până la cel puțin 50%, observându-se o tendință clară de diferențiere semnificativă a prețurilor între apartamentele noi și

cele vechi. 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 [79].

Un alt element important în analiza pieței imobiliare se referă la *studierea comportamentului cumpărătorului de imobile*, deoarece înțelegând preferințele, nevoile și anticipând deciziile cumpărătorilor, poate fi asigurată o perspectivă valoroasă asupra cererii și evoluției pieței, în acest context, prezintă interes cercetarea comportamentului cumpărătorului de imobile în următoarele direcții:

➤ Identificarea preferințelor și nevoilor cumpărătorului va permite înțelegerea acestora în raport cu achiziționarea bunurilor imobiliare. Oamenii caută imobile care se potrivesc nevoilor și preferințelor lor, în ceea ce privește dimensiunea imobilului, localizarea, vecinii, caracteristicile interioare, gradul de intimitate, infrastructura zonei, natura cartierului, accesibilitatea și altele. Prin identificarea acestor preferințe, dezvoltatorii și agenții imobiliari vor putea cunoaște particularitățile necesare pentru a satisface cerințele cumpărătorilor din cadrul pieței imobiliare și, de ce nu, anumite cerințe specifice ale acestora.

➤ Stabilirea factorilor (stabilitatea financiară, accesibilitatea la credite imobiliare, politica statului, tendințele demografice și preferințele personale etc.) care influențează comportamentul cumpărătorului și ajută la luarea deciziilor de cumpărare a bunurilor imobiliare, iar prin înțelegerea acestora, poate fi evaluat impactul pe care îl exercită asupra cererii și ofertei de bunuri imobiliare.

➤ Evidențierea tendințelor emergente în cadrul pieței imobiliare prin observarea creșterii interesului pentru anumite tipuri de bunuri, cum ar fi locuințele ecologice sau spațiile de lucru flexibile care pot influența dezvoltarea și adaptarea ofertei în concordanță cu cererea în cadrul pieței.

➤ Evaluarea nivelului de satisfacție al cumpărătorilor în urma achiziționării unui imobil, prin colectarea și analiza feedback-ului și a recenziilor cumpărătorilor, pentru a obține o înțelegere mai bună a punctelor tari și a direcțiilor care pot fi îmbunătățite în oferta de bunuri imobiliare.

➤ Dezvoltarea strategiilor de marketing eficiente și adaptate domeniului imobiliar.

Deci, înțelegerea preferințelor, canalelor de informare și luare a deciziilor de cumpărare din punctul de vedere al cumpărătorilor poate contribui la o comunicare mai sigură, dar totodată și destul de personalizată cu aceștia, sporind șansele de succes în atragerea și fidelizarea clienților.

Comportamentul cumpărătorului, din perspectiva psihologică și sociologică, reprezintă "ansamblul de reacții exterioare prin care un individ răspunde la stimuli" [128, pag. 90]. Aceste reacții sunt observabile obiectiv în comportamentul global al individului, independent de ceea ce

declară, gândește sau are ca atitudine în plan psihologic. Totodată, "comportamentul individului este definit de trei elemente de bază: stimulul (cauza sau imboldul), nevoia (dorința care necesită a fi satisfăcută) și obiectivul (scopul urmărit de cumpărător)" [128, pag. 90].

Un interes aparte ține de aspectele aferente obiceiurilor de cumpărare ale individului, preferințele acestuia, intențiile de cumpărare, percepțiile, motivația cumpărării, stilul de viață al individului, personalitatea și alte aspecte ce țin de comportamentul cumpărătorului. Aceste procese psihologice sunt foarte importante în studierea satisfacției cumpărătorilor de imobil locativ atât în cadrul pieței primare, cât și în cadrul pieței secundare, din motiv că produsul care face obiectul tranzacției, în ambele cazuri, este unul specific: se cumpără relativ rar, are preț destul de înalt, perioada de luare a deciziei de cumpărare este una îndelungată, ceea ce dă posibilitate potențialului cumpărător să analizeze toate aspectele posibile. [144, pag. 145]

Comportamentul cumpărătorului este în continuă schimbare, respectiv, nevoile individului se multiplică în proporție exponențială datorită progresului tehnico-științific care conduce la inventarea de noi și noi nevoi reale și artificiale. De regulă, autoritățile nu intervin pe piața imobiliară, ci construiesc „scena” și infrastructura „actorilor”, de fapt asigură acele servicii de care este nevoie pentru dezvoltarea sectorului privat. Principalii actori ai pieței imobiliare sunt [133, pag. 263-264]:

- Proprietarul/Utilizatorul – cumpără casele ca o investiție și/ sau locuiesc în ele.
- Proprietarul este considerat investitorul pur. Nu utilizează bunul imobiliar pe care îl cumpără.

În general, închiriază proprietatea altei persoane.

- Rentierul este reprezentat de consumatorul pur.
- Dezvoltatorul (engl. „developer”) reprezintă acel participant care pregătește terenul pentru construcție, rezultând astfel un nou produs pe piață.
- Renovatorul furnizează pieței clădiri remobilate.
- Intermediarii sunt reprezentați de bănci, brokeri imobiliari, avocați etc., participanți care facilitează cumpărarea și vânzarea unui bun imobiliar.

În contextul pieței imobiliare locative, *comportamentul cumpărătorului de imobil se referă la conduita și acțiunile individului în procesul de informare, căutare a unui imobil, analiză a ofertelor de pe piață, procesul de cumpărare și comportamentul post-cumpărare, manifestat prin satisfacția sau nemulțumirea acestuia în raport cu bunul achiziționat.*

Autorii Gilbert D. Harrell și Gary L. Frazier vin cu o abordare asupra factorilor care influențează comportamentul unui consumator, clasificare actuală și pe larg aplicată și în cadrul procesului decizional de cumpărare a bunurilor imobiliare:

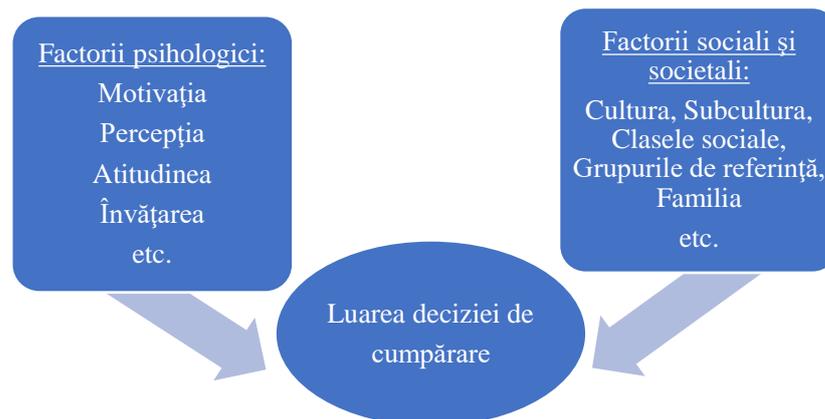


Figura 2.14. Factorii care influențează comportamentul cumpărătorului în luarea deciziei de cumpărare

Sursa: elaborată de autor în baza sursei [73, pag. 188, 128, pag. 91]

În procesul decizional de cumpărare al unui imobil, este important de atras atenția asupra bugetului disponibil al cumpărătorului. Cumpărătorii de imobile trebuie să ia în considerare prețurile bunurilor imobiliare, costurile de întreținere, precum și orice taxe și impozite aferente tranzacțiilor cu imobile, capacitatea de plată, factori care pot afecta alegerea între cumpărarea sau nu a unui bun imobiliar, decizia de cumpărare fiind influențată inclusiv și de experiențele anterioare ale cumpărătorilor și opinia prietenilor sau a familiei acestora. Cei care au cumpărat anterior un imobil, pot fi mai familiarizați cu procesul și cunosc cu exactitate ceea ce caută și ce așteptări au în raport cu un imobil, totodată, experiențele anterioare pot influența și alegerea companiei de construcții și a agenților imobiliari cu care se dorește colaborarea. Studiarea comportamentul cumpărătorului de imobile reprezintă un proces complex, determinat de o serie de factori care influențează decizia finală de cumpărare a unui imobil, în mod special, este ghidat de tipul motivației care stă la baza achiziției. În tabelul 2.8., sunt prezentate principalele tipuri ale motivației, adaptate la procesul de cumpărare al unui bun imobiliar:

Tabelul 2.8. Clasificarea motivației prin prisma cumpărării unui bun imobiliar

Tipul motivației:	Tipuri de motivații aferente cumpărării unui bun imobiliar:
Motivații primare	Reprezentate de motivul ce determină cumpărarea unui imobil dintr-o anumită categorie, spre exemplu, nevoia de a cumpăra unul nou pentru a trece din cel vechi și uzat.
Motivații secundare	Reprezintă motivațiile care determină cumpărarea unui imobil de la o companie, fiind mai motivat să o facă apelând la o companie cu renume sau o locuință din cadrul programelor existente („Prima Casă”).

Continuare Tabel 2.8.	
Motivații raționale	Acestea se referă la motivațiile sugerate de raționamente logice ale diferitor situații în care se află cumpărătorul, cum ar fi situația când acesta are nevoie de un apartament confortabil, iar amplasarea îi oferă o mulțime de facilități.
Motivații iraționale	Aceste motivații se referă la impresia formată de consumator în raport cu locuința. Cumpărătorul ipotetic poate să-și cumpere un imobil de lux, în ciuda nevoii de a-și achiziționa un apartament planificat din timp.
Motivații conștiente	Dacă cumpărătorul este influențat de ideea că are nevoie de un apartament nou, această motivație este una conștientă.
Motivații latente	Se referă la motivațiile care operează la nivelul subconștientului, care pot influența deciziile noastre subtil și, cel mai des, în mod total neașteptat.

Sursa: elaborat de autor

Este important ca consumatorii să fie bine informați și să ia în considerație toți factorii relevanți înainte de a lua decizia de cumpărare finală.

Studierea concurenței în cadrul pieței imobiliare se referă la activitatea necesară pentru a înțelege cum funcționează această piață și pentru a identifica oportunități și amenințări pentru afacerile din acest sector. În același timp, vorbind despre concurență în cadrul pieței imobiliare, ne orientăm spre două direcții: companiile constructoare de imobil și agențiile imobiliare, ca actori principali participanți ai pieței imobiliare. Analizând concurența în cadrul pieței imobiliare din Republica Moldova, vom atrage atenție deosebită următoarelor momente importante, cum ar fi:

- Identificarea competitorilor principali și evaluarea strategiilor lor de afaceri, analizând structura prețurilor oferite, a bunurilor, a serviciilor aferente vânzării de imobile, precum și a canalelor de vânzare utilizate;
- Identificarea barierelor de intrare pe piața imobiliară din Republica Moldova cu privire la capitalul necesar pentru a începe afacerea, regulamentele și restricțiile de ordin juridic, reputația și încrederea în rândul clienților etc.;
- Înțelegerea nevoilor și preferințelor cumpărătorilor, precum și analiza tendințelor actuale de cumpărare existente în cadrul pieței imobiliare din Republica Moldova;
- Identificarea modului în care competitorii din cadrul pieței imobiliare autohtone se adaptează la schimbări și provocări, precum și modul în care aceștia își dezvoltă și își promovează bunurile și serviciile pentru a rămâne relevanți într-un mediu competitiv;
- Examinarea tuturor factorilor care influențează succesul sau eșecul unei companii a determinat apariția mai multor modele, metode, precum și metodologii specifice de analiză și diagnosticare a eficienței activității companiei [143, pag. 65]. Aplicarea metodelor, tehnicilor de cercetare a pieței precum și a instrumentelor de marketing în evaluarea concurenței pe piața imobiliară, inclusiv elaborarea analizei SWOT (variantea completă a acesteia este reprezentată în

Anexa 8, tabelul A.8.), pentru identificarea și evaluarea punctelor tari, punctelor slabe, oportunităților și amenințărilor pentru domeniul imobiliar.

Este important să înțelegem că studierea concurenței pe piața imobiliară din Republica Moldova este o activitate continuă și trebuie să fie însoțită de o adaptare constantă la schimbările din sectorul respectiv, precum și la nevoile clienților.

O latură esențială care necesită o atenție deosebită în analiza pieței imobiliare 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 reprezintă 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, cele mai importante fiind reprezentate în tabelul 2.9.:

Tabelul 2.9. Tipologia riscurilor asociate pieței imobiliare

Nr.	Tipul de risc	Explicație:
1.	Riscul economic	Schimbările economice, cum ar fi recesiunile sau fluctuațiile ciclice, afectează piața imobiliară, deoarece în perioade de descreștere economică, cererea și prețurile bunurilor imobiliare pot scădea, ceea ce poate duce la pierderi pentru investitori și proprietari.
2.	Riscul financiar	Riscuri financiare pentru achiziționarea sau dezvoltarea de bunuri imobiliare pot fi reprezentate de accesul limitat la finanțare sau creșterea ratelor dobânzilor. Totodată, fluctuațiile valorii bunurilor imobiliare pot afecta valoarea activelor și capacitatea de rambursare a împrumuturilor.
3.	Riscul legislativ și reglementar	Schimbările în legislația și reglementările privind domeniul imobiliar, precum: modificările fiscale, reglementările privind planificarea urbanistică și politicile guvernamentale creează incertitudine și au impact vizibil asupra activităților în cadrul pieței și asupra profitabilității acesteia.
4.	Riscul aferent cererii de imobile	Cererea pentru bunuri imobiliare poate varia în funcție de factori, cum ar fi evoluția demografică, preferințele cumpărătorilor sau schimbările în mediu de afaceri, respectiv, o scădere a cererii duce nemijlocit la dificultăți în vânzarea sau închirierea proprietăților.
5.	Riscul de lichiditate	Bunurile imobiliare pot fi active cu lichiditate scăzută, ceea ce înseamnă că poate fi dificil să le converțiți rapid în numerar, iar în condiții de piață nefavorabile, vânzarea unei proprietăți poate necesita mai mult timp și poate genera costuri suplimentare.
6.	Riscul de dezastre naturale	Bunurile imobiliare pot fi expuse la riscuri de dezastre naturale, cum ar fi cutremurele, inundațiile sau incendiile.
7.	Riscul de dezvoltare a infrastructurii	Bunurile imobiliare pot fi afectate de disponibilitatea și calitatea infrastructurii în jurul acestora, astfel, infrastructura inadecvată, cum ar fi drumuri rele, probleme ce țin de alimentare cu apă, canalizare sau acces la servicii publice, afectează atractivitatea și utilizarea bunurilor imobiliare.

Continuare Tabel 2.9.		
8.	Riscul modificării cerințelor și preferințelor cumpărătorilor	Schimbarea preferințelor și cerințelor cumpărătorilor (modificările în preferințele de locuințe, tehnologie sau stilul de viață), influențează asupra valorii bunurilor imobiliare de anumite tipuri și pot necesita adaptarea și reconfigurarea acestora la condițiile cerute de consumatori.
9.	Riscul aferente construcției și calității	Bunurilor imobiliare noi sau în curs de dezvoltare sunt asociate cu riscurile de întârziere, costuri suplimentare și probleme legate de calitatea construcției. Lucrările de construcție necorespunzătoare, materiale de calitate inferioară sau deficiențe în proiectare vor avea un impact negativ asupra valorii și utilizării bunurilor imobiliare.
10.	Riscul de obsolescență	Bunurile imobiliare pot deveni rapid învechite și depășite din punct de vedere tehnologic sau de design. Obsolescența poate afecta atractivitatea și valoarea acestora, necesitând investiții suplimentare pentru modernizare sau reconfigurare.
11.	Riscul cu privire la instabilitatea geopolitică	Instabilitatea politică și conflictele geopolitice afectează stabilitatea și performanța pieței imobiliare, creând incertitudine în rândul populației cu impact simțitor asupra investițiilor și activităților în cadrul pieței imobiliare.

Sursa: elaborat de autor

Este important să se cunoască și să fie gestionate aceste riscuri în cadrul investițiilor și activităților legate de piața imobiliară, pentru a minimiza impactul negativ și a maximiza beneficiile financiare și strategice asociate acestei industrii, totodată, ar fi bine de anticipat aceste provocări, amenințări și riscuri prin implementarea unor practici sustenabile și prin adoptarea de politici și acțiuni care să protejeze și să conserve mediul înconjurător. În acest scop, companiile pot aplica modalități diverse de gestionare a *riscurilor* în cadrul pieței imobiliare:

- Diversificarea portofoliului imobiliar al investitorilor achiziționând bunuri imobiliare în diferite zone geografice și orientându-se spre noi segmente de piață;
- Identificarea tendințelor de dezvoltare ale pieței imobiliare prin studierea sistematică a cererii și ofertei, evoluția prețurilor, factorii economici și demografici, precum și reglementările și politica guvernamentală în domeniul imobiliar;
- Evaluarea detaliată a investițiilor conturate prin analiza costurilor, a potențialului de închiriere sau revânzare a bunului imobiliar, a riscurilor specifice asociate imobilului respectiv și a situației financiare a chiriașilor sau cumpărătorilor potențiali;
- Achiziționarea asigurărilor poate proteja investitorii împotriva potențialelor riscuri, cum ar fi incendiile, inundațiile, daune accidentale etc., colaborând cu companii de asigurări de încredere;
- Un control financiar eficient este absolut necesar pentru gestionarea riscurilor, prin monitorizarea constantă a costurilor de întreținere, taxelor și impozitelor, precum și menținerea unei rezerve adecvate pentru a face față cheltuielilor neprevăzute sau fluctuațiilor din cadrul pieței;

➤ Consultarea experților în domeniul imobiliar care oferă expertiză în analiza pieței, evaluarea proprietăților, gestionarea financiară și strategii de investiții eficiente.

2.3. Analiza pieței imobiliare internaționale

Studierea pieței imobiliare internaționale aduce numeroase avantaje și oferă o perspectivă globală asupra sectorului imobiliar, iar necesitatea de a fi bine informat și familiarizat cu specificul și tendințele de dezvoltare al acesteia ajută la adoptarea deciziilor corecte și eficiente în domeniul dat, inclusiv în ceea ce privește preluarea practicilor internaționale eficiente din cadrul pieței imobiliare și aplicarea acestora pe plan local. Totodată, analiza activității pieței imobiliare internaționale oferă informații cu privire la oportunități de investiții mai bune, diversificarea portofoliului, protecție împotriva fluctuațiilor locale, acces la inovații și dezvoltare profesională etc.

Practicile internaționale aplicabile în cadrul pieței imobiliare pot aduce un șir de beneficii și pot facilita în diverse moduri soluționarea problemelor apărute pe piața imobiliară locală, utilizând practici și tehnologii mai avansate, pentru a spori eficiența companiilor imobiliare prin automatizarea proceselor, utilizarea soluțiilor digitale și aplicarea unor metode de lucru mai eficiente. Atunci când vorbim despre practicile internaționale în domeniul pieței imobiliare, ne referim, în primul rând, la felul în care companiile internaționale în domeniul imobiliar au depășit provocările, au adus inovații în domeniu, cum ar fi utilizarea tehnologiilor inteligente în clădiri, sisteme de automatizare, securitate și gestionare a energiei, analiza posibilităților de creditare imobiliară etc., contribuind la reducerea costurilor și la creșterea valorii bunului imobiliar.

În scopul definirii particularităților specifice ale pieței imobiliare pe plan internațional, vom identifica și analiza indicatorii cheie care reflectă starea și perspectivele acesteia, cum ar fi prețurile proprietăților, ratele dobânzilor raportate la venitul mediu net, cererea și oferta, tendințele de dezvoltare urbană etc.

Unul dintre indicatorii cheie care reflectă starea pieței imobiliare, atât la nivel național, cât și internațional, este factorul preț, astfel, în tabelul 2.10., este reprezentată analiza comparativă a prețurilor bunurilor imobiliare în diverse țări, inclusiv și alți indicatori care îl caracterizează, informație aferentă lunii iulie 2023. Pentru comparație, au fost selectate țările vecine Republicii Moldova, unele țări europene și desigur, SUA, ca țară în care a început criza economică din 2008, China, țara unde au fost identificate primele focare de COVID 19 și de unde a izbucnit criza pandemică, răspândindu-se, ulterior, la nivel global. În același timp, unele țări analizate prezintă decalaje foarte mari între anumiți indicatori, cum ar fi nivelul prețului în orașe și în afara acestora,

astfel, din totalitatea țărilor au fost selectate câteva pentru analiză, însă în Anexa 9, tabelul A.9., este prezentată informația completă cu privire la prețurile imobilelor pe plan internațional.

Tabelul 2.10. Analiza comparativă a prețurilor bunurilor imobiliare în diverse țări,
iulie 2023, €/m²

Țara	Prețul de cumpărare a unui apartament în centre și orașe, €/m ²	Prețul de cumpărare a unui apartament la periferie și în afara orașului, €/m ²	Intervalul de preț, în orașe, €/m ²	Intervalul de preț, la periferie și în afara orașelor, €/m ²
Moldova	1270,75	903,26	886,851 - 482,75	591,00 – 988,50
România	2389,99	1385,25	1099,69 – 3030,41	909,12 – 2170,65
Ucraina	1327,63	830,88	859,65 – 2265,28	370,85 – 1228,07
Rusia	2063,51	1292,80	1003,92 – 5582,61	752,94 – 2733,35
Bulgaria	1553,55	1064,36	817,56 – 3065,85	510,98 – 1967,26
Germania	6556,62	4748,77	3950,00 – 11792,07	3000,00 – 8755,93
Italia	3550,00	2187,46	1800,00 – 8961,16	1200,00 – 4733,33
Franța	5681,67	4272,53	2900,00 – 12503,39	2000,00 – 9000,00
Spania	2123,00	1981,74	1750,00 – 5500,00	1200,00 – 3500,00
Irlanda	4575,95	3386,00	2500,00 – 9000,00	2000,00 – 6500,00
Grecia	2121,35	1791,48	1200,00 – 3700,00	1000,00 – 3200,00
UK	5174,55	3921,58	2584,80 – 16041,27	2114,83 – 9137,73
India	1401,20	684,49	651,62 – 5563,61	355,56 – 2548,03
China	7700,38	4314,92	2773,49 – 18910,18	1638,88 – 8824,75
Australia	6883,48	5212,09	4872,84 – 14182,13	3045,52 – 9229,92
Canada	6155,66	4406,27	2954,40 – 10340,40	2264,40 – 8124,60
SUA	4252,00	2880,35	1755,60 – 14214,06	1463,00 – 9738,15

*Sursa: elaborat de autor în baza sursei [117, disponibil:
<https://www.numbeo.com/property-investment/>]*

Conform datelor prezentate de www.numbeo.com [109], o bază de date globale cu privire la prețurile pentru bunurile imobiliare, în special a imobilului cu destinație locativă și a indicatorilor aferenți acesteia, observăm că cele mai înalte prețuri pentru un metru pătrat de spațiu locativ pe piața internațională îl întâlnim în China (7700,38 €/m², în orașe), fiind urmată de Australia (6883,48 €/m²), apoi Germania (6556,62 €/m²), apoi Canada (6155,66 €/m²), Franța (5681,67 €/m²) etc., România, Rusia, Spania și Grecia având un preț mediu pentru un metru pătrat, aproximativ la același nivel (între 2063,51 €/m² în Rusia și 2389,99 €/m² în România), o altă treaptă este ocupată de Moldova, cu cel mai mic preț pentru un metru pătrat suprafață imobil – 1270,75 €/m², ulterior, Ucraina cu 1327,63 €/m², India cu 1401,20 €/m², urmată de Bulgaria cu 1553,55 €/m².

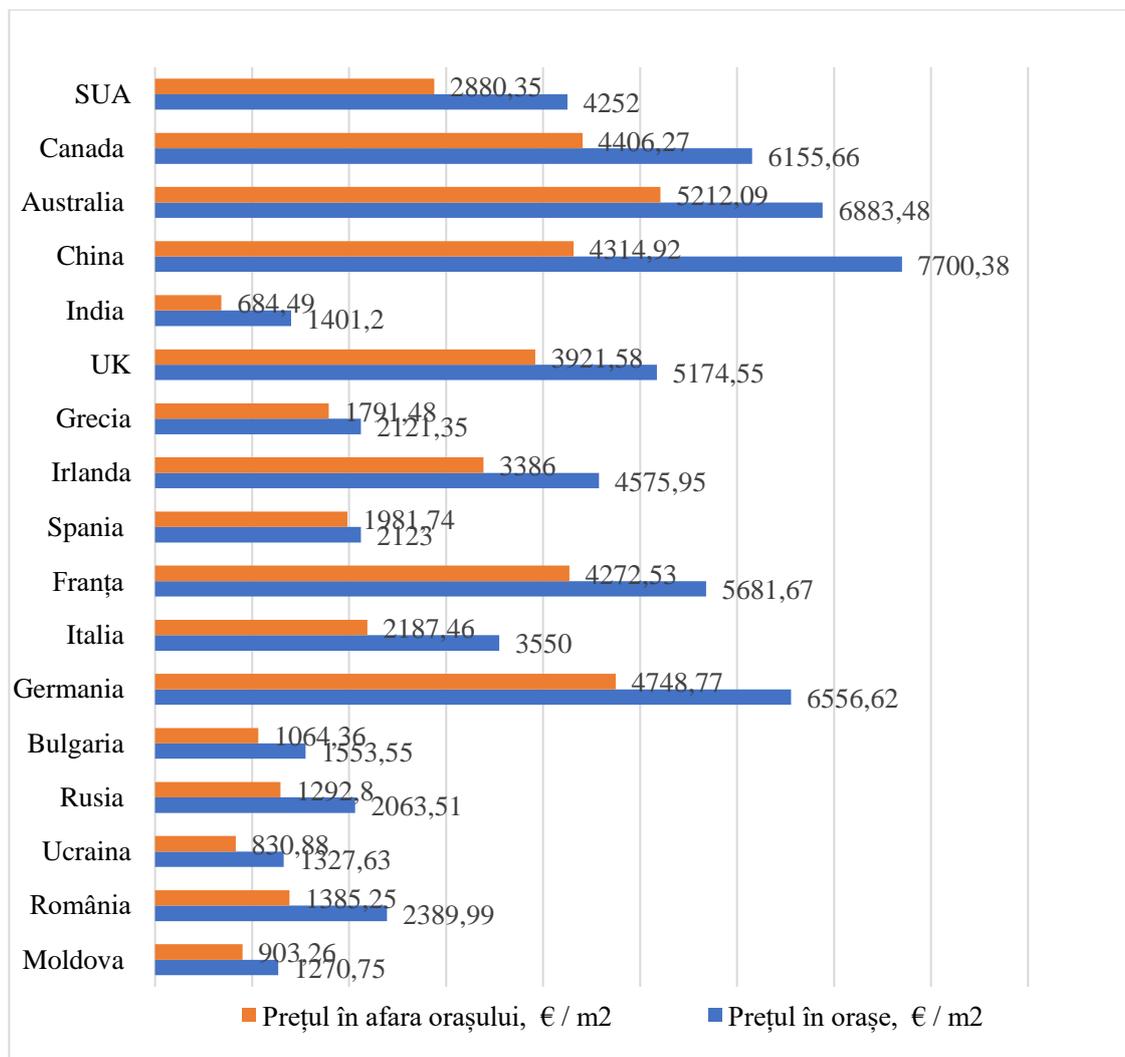


Figura 2.15. Analiza comparativă a prețului bunurilor imobiliare în diferite țări, iulie 2023, €/m²

Sursa: elaborată de autor în baza sursei [117, disponibil: <https://www.numbeo.com/property-investment/>]

Aceste prețuri reprezintă doar niște sume, unele par a fi colosale (China, Australia, Germania), în raport cu prețurile din Republica Moldova, India, Bulgaria, însă raportate la nivelul veniturilor și a salariilor medii pe țara respectivă, aceste prețuri pot fi analizate și interpretate corespunzător. Deci, analizând raportul dintre prețurile pe piață și veniturile, rata ipotecară raportată la venit, indicele de accesibilitate a împrumuturilor, salariul mediu net lunar etc., factorii care influențează activitatea din cadrul pieței imobiliare, favorizând sau, dimpotrivă, tergiversând cumpărarea de bunuri imobiliare, am sistematizat datele privind piața internațională în tabelul 2.11. și figurile 2.15, 2.16., 2.17.:

Tabelul 2.11. Analiza comparativă a principalilor indicatori aferenți pieței imobiliare pe plan internațional, iulie 2023

Denumire indicator:	Chișinău (Republica Moldova)	București (România)	Kiev (Ucraina)	Moscova (Rusia)	Roma (Italia)	Barcelona (Spania)
Raportul dintre prețuri și venituri, (coeficient)	11,17	10,01	16,29	22,35	15,52	11,28
Rata creditului ipotecar raportat la venit, (%)	160,89	98,70	283,10	250,92	107,64	72,84
Indicele de accesibilitate a împrumuturilor, (coeficient)	0,62	1,01	0,35	0,4	0,93	1,37
Salariul mediu net lunar (după impozitare), euro	486,53	942,43	491,56	912,31	1746,48	1830,25
Rata dobânzii ipotecare analizată timp de 20 ani (cu rată fixă), (%)	13,40	7,76	16,75	9,55	3,46	2,67

Sursa: elaborat de autor în baza sursei [117, disponibil: <https://www.numbeo.com/property-investment/>]

Pentru o imagine mai clară asupra acestor indicatori, au fost elaborate figurile 2.15., 2.16.:

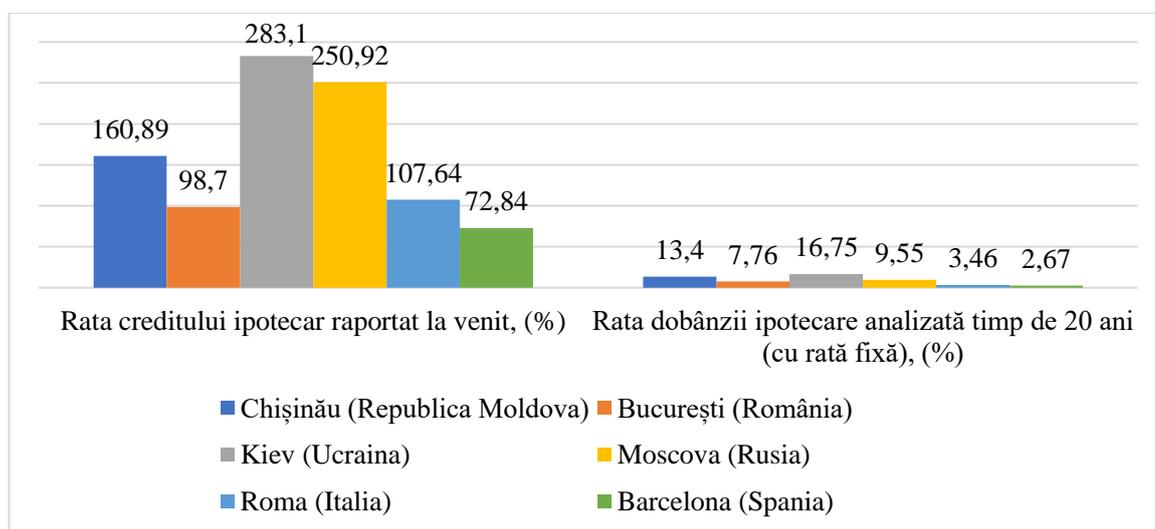


Figura 2.16. Analiza comparativă a ratelor creditelor ipotecare și a dobânzilor aferente pieței imobiliare pe plan internațional, %, (iulie 2023)

Sursa: elaborat de autor în baza sursei [117, disponibil: <https://www.numbeo.com/property-investment/>]

Din figura 2.16., observăm că cea mai înaltă valoare o are raportul dintre rata creditului ipotecar și venit în Kiev (Ucraina) – 283,1%, iar cea mai mică valoare este înregistrată în Barcelona

(Spania) – 72,84%, Republica Moldova, cu un rezultat de 160,89% se clasează orientativ între Moscova (250,92%), care depășește considerabil țara noastră, și Roma (107,64%). Informații detaliate despre nivelul ratei dobânzilor ipotecare pe plan internațional sunt reprezentate în tabelul A.10., Anexa 10.

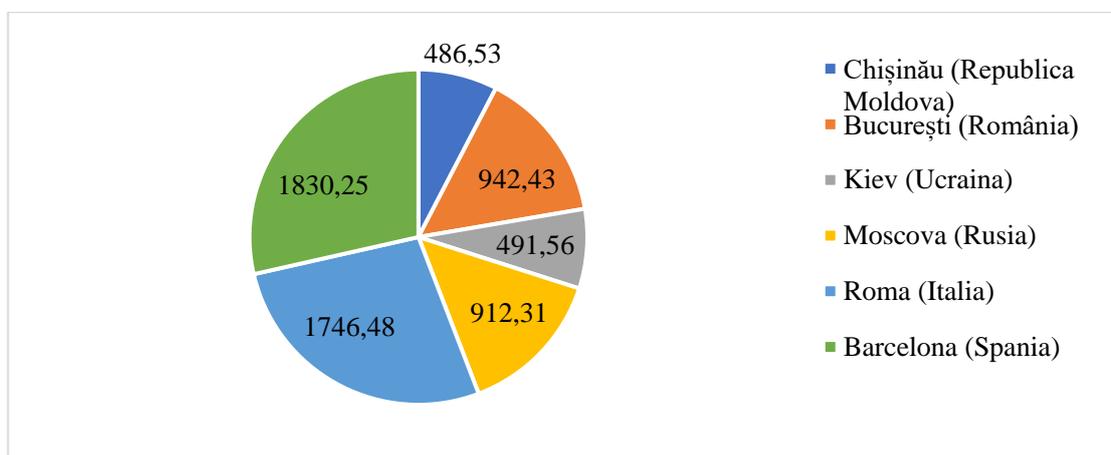


Figura 2.17. Salariul mediu net lunar (după impozitare), iulie 2023, euro
*Sursa: elaborat de autor în baza sursei [117, disponibil:
<https://www.numbeo.com/property-investment/>]*

Analizând datele din figura 2.17., observăm că în Barcelona, salariul mediu net lunar, după impozitare, are cea mai înaltă valoare din orașele incluse în analiză – 1830,25 euro, dar, totodată, anume în Barcelona sunt și cele mai mici rate a creditelor ipotecare raportate la venit (72,84%) și rata dobânzilor (2,67%). În ceea ce privește Kievul, care are cele mai înalte rate, atât a creditelor ipotecare raportate la venit, cât și rata dobânzilor, se atestă un salariu mediu net lunar de doar 491,56 euro, ceea ce este puțin peste salariul mediu net din Republica Moldova și mult mai mic în comparație cu salariile medii nete din celelalte orașe incluse în analiză. Roma, capitala Italiei, este caracterizată prin rate medii la credite ipotecare raportate la venit, precum și rata dobânzii medie celor prezentate în analiză, însă la capitolul salariu mediu net, aceasta poate fi apreciată ca fiind unul destul de înalt, foarte aproape de salariul mediu din Barcelona (1746,48 euro).

Prețurile la imobilele locative din țările europene diferă foarte mult de la o țară la alta, ceea ce permite experților să afirme că până la crearea unei piețe unice a locuințelor în Europa mai este încă cale lungă. Una dintre metodele occidentale, aplicate în compararea costurilor locuinței în diferite țări, este compararea prețului cu veniturile medii anuale (sau lunare) reale ale populației active din țara respectivă [214, pag. 63].

Exact ca și în Republica Moldova, cumpărarea și vânzarea bunurilor imobiliare este realizată prin intermediul agențiilor imobiliare specializate în acest domeniu, percepând pentru activitatea

lor comisioane, care diferă de la o țară la alta, de la un tip de imobil la altul și în funcție de amplasarea imobilului, astfel, pentru un imobil locativ tip apartament, se percepe, de regulă, un comision care variază de la 3 la 6 % în Republica Moldova, de la 1 la 3% în România, de la 3 – 6 % din valoarea tranzacției în Italia, 5 – 6 % în Germania, 5 % în Franța, 2 – 3 % în Marea Britanie și Belgia. Mai mult decât atât, în cazul tranzacțiilor respective se mai percep taxe de înregistrare: în Belgia – 17 % din valoarea tranzacției, în Italia și Franța – până la 10%, în Germania – cca 4% și în Marea Britanie – 1% [214, pag. 63].

Discutând despre practicile internaționale în domeniul pieței imobiliare, este absolut necesar de analizat impactul pe care l-au avut asupra acesteia crizele: economico-financiară, criza pandemică, precum și alte momente importante care au avut loc și care au influențat piața imobiliară, precum și specificul activității ei în diferite țări în aceste perioade, inclusiv și măsurile de atenuare a efectelor crizei aplicate de respectivele țări.

Statele Unite al Americii. Criza economico-financiară a afectat întreaga economie globală, piața imobiliară fiind unul dintre cele mai afectate domenii în perioada respectivă, cu impact puternic negativ asupra economiei și necesitatea stringentă de intervenție a statului pentru stabilizarea pieței imobiliare. Totodată, criza a cauzat o stare de incertitudine cu privire la gestionarea politicilor economice la nivel internațional, răspândindu-se rapid la nivel global. În anii 2008-2009, în SUA a început o criză economică declanșată de criza datoriilor imobiliare, de numărul mare de împrumuturi neperformante acordate pentru achiziționarea de bunuri imobiliare, și deoarece mulți dintre debitorii care aveau aceste împrumuturi nu își puteau permite să le ramburseze, a urmat căderea pieței imobiliare rezidențiale, scăderea valorii proprietăților și creșterea semnificativă a executărilor ipotecare, creșterea numărului de proprietăți executate silit etc. În același timp, activitatea economică a SUA a fost supusă unui șoc puternic, iar, ca urmare a acestuia, au fost afectate toate activitățile aferente sectorului economic, inclusiv piața imobiliară, ajungând să fie cel mai afectat domeniu în perioada crizei.

Perioada respectivă a fost caracterizată printr-o evoluție nefavorabilă a piețelor internaționale, perioadă în care erau solicitate încontinuu măsuri drastice din partea statului și a organelor competente, inclusiv băncile centrale, cerințe care presupuneau evitarea transformării pieței imobiliare într-o sursă de inflație sigură prin obligativitatea băncilor centrale de a administra eficient lichiditățile și a gestiona riscurile aferente sectorului imobiliar și consolidarea unei baze de capital sigure pentru instituțiile financiare și înăsprirea cadrului legal care îl va reglementa, totodată au fost solicitate măsuri de prevenire a crizelor pe viitor din partea organizațiilor naționale și internaționale.

După criza economică din 2008, piața imobiliară din SUA a început să se recupereze treptat, animarea acesteia fiind vizibilă abia la sfârșitul anului 2009, când prețurile locuințelor au început să crească încet, inclusiv s-au reanimat vânzările și au fost reluate construcțiile de locuințe. Politicile guvernamentale aplicate au fost direcționate spre domeniul bancar, în special în ceea ce privește reducerea dobânzilor, precum și diferite programe de stimulare a creditelor ipotecare, ceea ce a contribuit la revenirea pieței imobiliare.

Criza pandemică - COVID 19. Pe plan internațional, pandemia generată de COVID - 19 a influențat piața imobiliară în mod diferit, în funcție de zona geografică, nivelul de dezvoltare al pieței și de tipul acesteia. În orașele mari, cum ar fi New York, Washington, Chicago etc., cererea de bunuri imobiliare a scăzut drastic, piața imobiliară a fost afectată de restricțiile de călătorie impuse ca măsuri de protecție, precum și de închiderea mai multor afaceri. Totodată, ca urmare a restricțiilor impuse de autorități, a fost observată o creștere a cererii pentru zonele rurale sau suburbane, deoarece se căutau spații mai mari, mai confortabile, pentru a asigura o bună desfășurare a activității în condiții casnice. Primele etape ale pandemiei pot fi caracterizate printr-o situație de incertitudine și scăderea activității în cadrul pieței imobiliare, însă odată cu relaxarea restricțiilor și cu apariția unor rate mai scăzute ale dobânzilor, piața imobiliară a înregistrat o perioadă de redresare considerabilă, manifestându-se prin creșterea cererii de imobile și majorarea prețurilor la locuințe.

În același timp, pe plan internațional, pandemia și-a pus amprenta inclusiv asupra investițiilor imobiliare, investitorii internaționali, devenind mai precauți, au început să caute investiții sigure, ceea ce a avut drept rezultat scăderea investițiilor în piețele emergente și creșterea acestora în cadrul piețelor dezvoltate. Un alt aspect observat în perioada pandemiei se referă la faptul că au scăzut investițiile în bunuri comerciale (hotelurile, spații de birouri) și au crescut cele orientate spre bunurile imobiliare locative.

În ultimii ani, piața imobiliară din SUA poate fi caracterizată printr-o creștere destul de rapidă a prețurilor bunurilor imobiliare locative în mai multe regiuni, generată de cererea ridicată pentru aceste bunuri și de o ofertă scăzută în anumite zone. O tendință observată în cadrul pieței imobiliare din SUA este urbanizarea accentuată, cererea fiind orientată spre orașele mari și suburbiile apropiate acestora, datorită preferințelor crescânde pentru accesibilitatea locurilor de muncă, infrastructură dezvoltată, facilități urbane și un spectru larg de servicii.

Un element distinctiv și cu impact asupra pieței imobiliare din SUA a fost și este tehnologia, iar utilizarea pe larg și tot mai des a platformelor online de căutare/informare, aplicațiilor mobile și instrumentelor virtuale de vizualizare a imobilelor, frecvent au schimbat modalitatea clasică în

care se desfășoară tranzacțiile și se caută imobile, îmbunătățind accesibilitatea și transparența pieței imobiliare.

În Europa, impactul crizei economice asupra pieței imobiliare a fost identic celui din SUA, din motiv că o parte din băncile și instituțiile financiare europene au fost implicate în finanțarea datoriilor imobiliare din SUA. Perioadei respective i-a fost caracteristică scăderea economică generală, care a determinat creșterea șomajului și scăderea veniturilor, inclusiv a redus puterea de cumpărare, ceea ce a dus la micșorarea cererii de bunuri imobiliare.

Romania. Piața imobiliară locativă din România a fost afectată de criza economică (2008) în momentul în care constructorii de imobil ar fi trebuit să culeagă roadele din numărul record de proiecte începute în anii 2006 și 2007. Primele efecte ale crizei au fost observate începând cu a doua jumătate a anului 2008, când au fost oficial amânate 12 proiecte din cele lansate, tendință care a continuat și în anul 2009, însă nu atât de accentuat, au fost amânate doar 2 proiecte imobiliare. În România, criza economico-financiară a determinat o scădere a prețurilor bunurilor imobiliare și o reducere a numărului de tranzacții cu imobile, ca urmare a creșterii dobânzilor la creditele ipotecare, precum și de scăderea încrederii cumpărătorilor în participanții din cadrul pieței imobiliare.

Criza, începută în 2008, a avut consecințe și în următorul an, astfel activitățile în cadrul pieței imobiliare locative au fost neînsemnate la începutul anului 2009, prezentând o ofertă de imobile constantă, o cerere – destul de "timidă" și doar factorul preț a fost unicul parametru care a înregistrat anumite schimbări pozitive în perioada respectivă. Spre sfârșitul primului semestru al anului 2009, numărul apartamentelor din cadrul pieței primare din București a continuat să crească și a ajuns la 6700 unități, o creștere de cca 42% comparativ cu numărul acestora la sfârșitul anului 2008, însă creșterea numărului de imobile locative prezente pe piață nu a dus și la stimularea vânzărilor, acelei etape fiindu-i caracteristică o scădere a acestora cu cca 15%. O caracteristică a pieței imobiliare în anul 2009 a fost creșterea stocului de apartamente nevândute, marcând tranziția spre o nouă etapă a pieței imobiliare locative, și anume cea în care a scăzut substanțial vânzările de apartamente la etapa de proiect. În scopul atragerii cumpărătorilor, s-a recurs la diverse tehnici și tactici de marketing, inclusiv utilizarea diferitor strategii în domeniul prețului, reduceri de preț, negocierea prețului, utilizarea diverselor modalități de plată, scheme cu privire la achitarea imobilelor etc. Prețul apartamentelor în cadrul pieței primare a înregistrat o medie de 1.415 EUR pe m², în scădere cu 12%, în raport cu al doilea semestru al anului 2008, oferindu-se reduceri de la 4% până la 32% cu accentuare în trimestrul al doilea al anului 2009, ca reacție pentru lipsa tranzacțiilor din primul trimestru. O tactică utilizată de către dezvoltatori, companiile de construcții, precum și agențiile imobiliare, a fost posibilitatea închirierii propriilor locuințe, adică,

închirierea acestora pe un termen îndelungat, prin stabilirea unui contract de închiriere, cu clauze speciale, drepturi și obligații bine definite, cu plata per lună/an, stabilită astfel, încât să permită cumpărătorului să intre în posesia imobilului la sfârșitul perioadei contractuale. Următoarele 6 luni ale anului 2009 pot fi caracterizate de aceleași proiecte pe piață, fără a lansa sau amâna altele.

Spania. Piața imobiliară a Spaniei, în perioada anilor 1997 - 2007, a experimentat un "boom" imobiliar de proporții, manifestat prin cerere înaltă, accesibilitate sporită la credite ipotecare și investiții străine, ceea ce a favorizat creșterea semnificativă a prețurilor bunurilor imobiliare locative și un "boom" în domeniul construcțiilor, în mod special orientate spre zonele de coastă și în orașele mari, precum Barcelona și Madrid.

Spania a fost practic cea mai afectată de criză dintre țările europene, suferind o prăbușire enormă, manifestată printr-o scădere bruscă a prețurilor bunurilor imobiliare locative, reducerea construcțiilor de imobile și a investițiilor în imobiliare, falimentarea multor participanți din cadrul pieței imobiliare. În Spania, s-a observat o suprasolicitare de bunuri imobiliare nerezidențiale, ceea ce a avut pe termen lung un impact negativ asupra pieței imobiliare locative.

Criza economico-financiară din 2008. Spania, de rând cu celelalte țări europene, a fost puternic afectată de criza economico-financiară globală din 2008, manifestată prin scăderea prețurilor pentru bunurile imobiliare locative, în mod special, creșterea ratei șomajului și problemelor financiare pentru constructorii de imobil, precum și pentru proprietarii de imobile prezenți pe piața imobiliară. Perioada imediat următoare crizei, mijlocul anului 2009 poate fi caracterizată printr-o perioadă de revenire, când piața imobiliară a început treptat să se reanimeze, în special în regiunile turistice populare, ca Costa del Sol, insulele Baleare etc., unde au fost observate creșteri ale prețurilor pentru bunurile imobiliare locative în zonele urbane.

În ultimii ani, piața imobiliară din Spania a fost influențată de o serie de factori, printre care turismul, generând rezultate vizibile asupra pieței imobiliare în zonele turistice populare, acolo unde cererea pentru locuințele de vacanță este înaltă. Un alt factor se referă la fenomenul migrației, care, de asemenea, a favorizat creșterea cererii pentru bunuri imobiliare locative (tangencial și cele comerciale) în zonele urbane, având ca urmare creșterea populației în orașele mari, precum Barcelona și Madrid.

Franța. Piața imobiliară din Franța, de rând cu piețele din alte țări europene și nu doar, a cunoscut o perioadă destul de complicată în perioada crizei economico-financiare. Chiar dacă gradul de impact a fost posibil mai scăzut decât în alte țări, prețurile locuințelor au scăzut substanțial, afectând grav activitatea de construcție a imobilelor. În același timp, menționăm că, comparativ cu alte țări, piața imobiliară din Franța a cunoscut o recuperare relativ rapidă.

Un aspect important, care caracterizează piața imobiliară din Franța în perioada *crizei pandemice de COVID - 19*, se referă la tendința de creștere a cererii pentru locuințele ecologice și sustenabile, creșterea popularității zonelor rurale și suburbane, deoarece multe persoane au început să se orienteze spre spații mai mari și mai verzi în afara orașelor mari, particularitate evidențiată în mod special în timpul crizei pandemice.

Sfârșitul anului 2019 - începutul anului 2020 poate fi considerat anul de început al unei epidemii globale, și anume pandemia de COVID-19, care a început în Wuhan, China. Sub impactul major al efectelor negative ale acestei pandemii, s-au observat modificări asupra economiei mondiale, asupra pieței imobiliare și a comportamentului cumpărătorului, în mod special. Marile puteri, China, Japonia, Singapore, Statele Unite și Europa au înregistrat pierderi substanțiale. Prelungirea pandemiei cauzată de al 2-lea val, al 3-lea val etc., a generat incertitudine în rândul investitorilor în ceea ce privește investițiile în imobil și a dus la o scădere bruscă a cererii pe piața imobiliară.

China. În anii 1980, China a început să implementeze reforme economice ce au facilitat dezvoltarea domeniului imobiliar, fiind deschiși pentru aplicarea politicilor de investiții străine și liberalizarea pieței imobiliare, creând astfel oportunități de dezvoltare a principalilor participanți din cadrul pieței. În același timp, s-a constatat o cerere înaltă pentru locuințele și spațiile comerciale, urmare a urbanizării accelerate. Anii 2000 - 2008, pentru piața imobiliară din China, au reprezentat perioada caracteristică marilor schimbări pozitive: cerere înaltă, accesibilitatea creditelor ipotecare, investițiile imobiliare, precum și diferite speculații cu privire la aceasta au dus la creșterea rapidă a prețurilor locuințelor în orașe mari, ca: Beijing, Shanghai și Shenzhen, ceea ce a generat apariția fenomenului de "bule imobiliare".

În același timp, guvernul chinez a introdus o serie de măsuri de control și reglementări ale pieței imobiliare pentru a diminua efectele și a evita o eventuală criză imobiliară, măsuri care includ restricții cu privire la împrumuturile/creditele imobiliare, monitorizarea cumpărăturilor multiple alr bunurilor imobiliare și stabilirea taxelor suplimentare pentru bunurile imobiliare nelocative (industriale, comerciale).

Pandemia de COVID – 19. Piața imobiliară din China a cunoscut o recuperare relativ rapidă după criza pandemică cu care s-a confruntat, Guvernul chinez a implementat măsuri de stimulare a economiei și a pieței imobiliare, cum ar fi reduceri de dobânzi și facilități de creditare, pentru a susține sectorul imobiliar. Aceste măsuri au condus la o creștere a cererii și la stabilizarea prețurilor imobilelor.

Totodată, China a adoptat politici mai stricte pentru a combate speculațiile și riscurile sistemice din sectorul imobiliar. Guvernul chinez a pus un accent mai mare pe dezvoltarea

locuințelor accesibile și a implementat măsuri pentru a controla prețurile locuințelor și pentru a încuraja închirierea. De asemenea, s-au făcut eforturi pentru a reglementa sectorul imobiliar și a asigura o dezvoltare urbană sustenabilă.

Regatul Unit. Piața imobiliară din Anglia, de rând cu alte piețe, a fost afectată în mare măsură de restricțiile impuse de oficialități în scopul prevenirii infectării cu COVID – 19, precum și de incertitudinea economică în care s-au pomenit țările. Caracteristic perioadei respective este cererea scăzută pentru bunurile imobiliare locative și comerciale, prețurile preponderent stabile, cu tendință ușoară de scădere, activitatea pieței imobiliare a fost posibilă datorită programelor guvernamentale de stimulare a activității pieței imobiliare, prin reducerea impozitului pentru achiziționarea de locuințe, reducerea ratelor dobânzilor, ceea ce a dus la menținerea unui nivel preponderent stabil de activitate.

Germania. Piața imobiliară din Germania a înregistrat în perioada crizei pandemice un declin moderat, deoarece cererea pentru bunurile imobiliare locative nu a fost influențată semnificativ, fiind una relativ stabilă, la fel și prețurile pentru aceste bunuri au avut schimbări moderate. Cel mai mult a avut de suferit piața bunurilor imobiliare nelocative, în special cele industriale și comerciale, urmare a restricțiilor impuse de autorități cu privire la călătorii și a scăderii cererii turistice.

Generalizând cele relatate anterior, identificăm un șir de direcții strategice de dezvoltare a pieței imobiliare aplicate de alte țări în scopul depășirii efectelor crizelor și a stimulării activității pieței imobiliare la nivel local și internațional, exemple de comportamente și modele de dezvoltare a acestora care pot fi ulterior aplicate și în cadrul pieței imobiliare din Republica Moldova. 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, sistematizate în figura 2.18.:



Figura 2.18. Direcții strategice de dezvoltare ale pieței imobiliare

Sursa: elaborată de autor

Deci, direcțiile strategice de dezvoltare ale pieței imobiliare propuse pot fi aplicate atât pe plan internațional, cât și local, practicându-le la nivele diferite, în situații concrete, în funcție de problema identificată la momentul respectiv, însă permanent este necesară *monitorizarea și raportarea datelor* din cadrul pieței pentru a fi la curent cu toate modificările în raport cu principalii indicatori aferenți pieței imobiliare, *reglementarea pieței imobiliare*, foarte necesară pentru o activitate în strictă conformitate cu toate regulile și normele legale specifice acestora etc.

Ramura construcțiilor capitale a fost mereu un domeniu important pentru dezvoltarea țării, indiferent dacă este una dezvoltată sau în curs de dezvoltare, deoarece necesitatea infrastructurii, dezvoltarea de locuințe și de îmbunătățirea calității vieții este mereu constantă și foarte actuală etc.

2.4. Configurarea elementelor mixului de marketing imobiliar

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. Pentru o poziție concurențială bună pe piață, fiecare companie vede necesitatea aplicării unei abordări de marketing personalizat și o viziune strategică complexă, mai ales datorită faptului că s-au conturat mari schimbări în

dinamica dezvoltării mediului de marketing în care își desfășoară activitatea companiile la momentul actual [141, pag. 154]. Activitatea de marketing joacă un rol deosebit de mare în cadrul fiecărei companii, indiferent de domeniul de activitate al acesteia, deoarece pentru fiecare dintre ele este necesar să cunoască particularitățile, condițiile și tendințele de dezvoltare ale domeniului de activitate, să își identifice punctele forte, cele slabe, oportunitățile și riscurile generate de mediul extern, să analizeze principalii concurenți direcți și/sau indirecti din cadrul pieței. Totodată, "activitatea de marketing urmărește să consolideze operațiunile unei companii, asigurându-se că produsele și/sau serviciile pe care le oferă satisfac la cel mai înalt nivel nevoile și aduc plus valoare cumpărătorilor" [164]. Analizând și înțelegând nevoile, preferințele și motivațiile cumpărătorilor, compania poate să definească publicul țintă spre care să se orientează cu bunurile sau serviciile sale, garantând, spre final, satisfacția acestora. Totodată, ținem să specificăm că, "activitatea companiilor din domeniul imobiliar va fi una de succes atât timp cât compania va analiza minuțios factorii care îi influențează direct sau indirect, într-un mod mai puternic sau mai moderat activitatea" [142, pag. 165].

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. "În concepția marketingului, orice întreprindere, pentru a avea o activitate de succes, trebuie să se deosebească de concurenți prin o plusvaloare superioară în mintea cumpărătorilor. Fiecare întreprindere trebuie să ia în considerare poziția sa pe piață, mărimea sa și cea a concurenței, planificând strategii de concurență care să-i asigure prioritate față de celelalte întreprinderi. La momentul actual, putem menționa mai mulți concurenți în cadrul pieței de construcții al imobilelor de locuit din municipiul Chișinău, care au reușit să depășească criza și activează cu succes. Aceste companii se evidențiază prin faptul că oferă avantaje competitive comparativ cu companiile concurente" [142, pag.164].

Activitatea de marketing în cadrul pieței imobiliare permite o înțelegere mai profundă a sectorului imobiliar, iar definirea și implementarea politicilor de marketing, strategiilor, tacticilor și instrumentelor de marketing asigură o prezență durabilă și de succes a companiei în cadrul pieței. Conform opiniei autorului Runhan Hou, "teoria și practica marketingului imobiliar este puțin dezvoltată, simțindu-se nevoia unui ghid concret de strategii de marketing reale și efective. Un studiu aprofundat al nevoilor cumpărătorilor și înțelegerea acestora ar reprezenta primul pas în succesul aplicării marketingului"[145].

O abordare a nevoilor, raportată la bunurile imobiliare, 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 [42]:

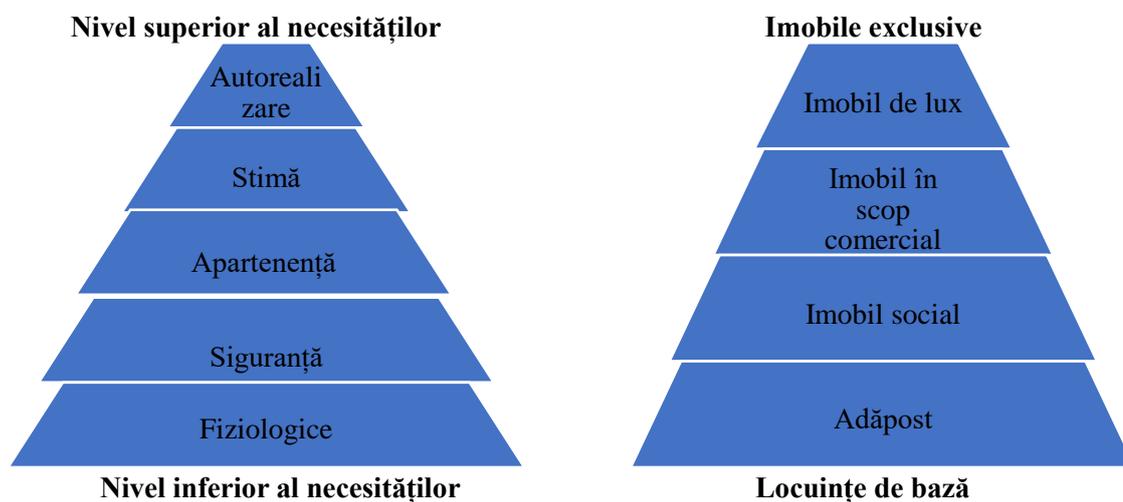


Figura 2.19. Ierarhia nevoilor după A. Maslow adaptată la tipurile de locuințe
Sursa: adaptată de autor după sursa [42, pag. 38]

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. Ulterior, vor urca la următorul nivel, căutând îmbunătățirea condițiilor existente, cu accent pe aspecte legate de siguranță, dezvoltând ulterior un sentiment de apartenență în raport cu locuința acestuia. 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*, datorită disponibilității vecinilor, a facilităților și a spațiilor comune. 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 una 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.

Așadar, pornind de la ideea propusă de Amy Chuon, considerăm că satisfacerea nevoilor și dorințelor individului, în raport cu locuința, ar trebui îndreptate spre atingerea nivelelor superioare

ale piramidei, astfel în obligația departamentelor de marketing a companiei imobiliare intră determinarea nivelului real al nevoii clientului și motivarea acestuia să aspire la următorul nivel. În acest context, specialiștii în marketing vor utiliza diverse strategii, tactici și instrumente de marketing orientate spre fiecare element al mixului de marketing imobiliar. Deci, se conturează necesitatea definirii unui concept de mix de marketing imobiliar, prin conceptualizarea și fundamentarea politicilor de marketing (4P).

Mixul de marketing imobiliar poate fi privit ca un concept relativ nou, datorită gradului scăzut de cercetare al domeniului imobiliar prin prisma activității de marketing. Astfel, în publicațiile autorilor care au cercetat acest aspect, mixul de marketing este considerat "unul dintre conceptele principale ale marketingului modern, definit ca ansamblul de acțiuni sau tactici folosite de companiile imobiliare pentru a-și promova produsul pe piață, cu scopul de a obține valoare din partea clienților" [42, pag. 34]. Același autor menționează că este foarte important pentru marketeri să găsească echilibrul adecvat al mixului de marketing pentru a maximiza impactul asupra cumpărătorilor potențiali și a crește considerabil profitul companiei [42, pag. 34].

Aceleași elemente cheie în abordarea mixului de marketing imobiliar pot fi întâlnite în lucrările autorului Antonio Cunha, care prezintă un concept clasic de mix de marketing adaptat la specificul pieței imobiliare, definindu-l drept "totalitatea de strategii și tactici folosite de companiile imobiliare în scopul promovării bunurilor și atragerii clienților, folosind o combinație de elemente precum produsul, prețul, plasamentul și promovarea adaptate specificului domeniului imobiliar" [52].

Mixul de marketing imobiliar este privit de autorul Bilețchi în strictă interdependență cu caracteristicile comportamentului cumpărătorului și factorii care îl influențează, orientându-și cercetările în direcția studierii modelelor de comportament al cumpărătorului de bunuri imobiliare rezidențiale din segmentul B to C, prin prisma conceptului clasic de marketing mix (4 P). Autorul consideră că un mix de marketing imobiliar ar trebui să includă "un set de instrumente aferente produsului, prețului, promovării și plasamentului orientate spre menținerea unui echilibru între nevoile umane și cele financiare, deopotrivă cu crearea unei imagini favorabile companiei" [180, pag. 134-135].

Sistematizând abordările autorilor, putem defini *mixul de marketing imobiliar* drept *ansamblul de strategii, tactici și instrumente de marketing generale și specifice în raport cu politicile de marketing (cei 4 P – figura A 11.1. din Anexa 11), 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.

Deci, companiile imobiliare trebuie să fie orientate spre fundamentarea și orientarea politicilor de marketing astfel, încât finalitățile așteptate de acestea să fie atinse la cel mai înalt nivel.

Politica de produs. În cadrul pieței imobiliare, politica de produs se referă la modalitatea în care bunul imobiliar este conceput, dezvoltat și prezentat clienților pentru a satisface la cel mai înalt mod necesitățile acestora. Totodată, specific domeniului imobiliar este faptul că produsul imobiliar final constă din ansamblul de caracteristici de bază ale acestuia, ce definește fizic bunul imobiliar, cât și serviciile conexe acestuia, precum și aspecte legate de imaginea bunului (a proiectului, a companiei constructoare, a dezvoltatorului, a agentului imobiliar) care răspund nevoilor și dorințelor cumpărătorului etc. În acest sens, pe piața bunurilor imobiliare sunt constituite portofolii de produse care ar trebui să se modifice permanent, în funcție de cererea de pe piață [145, pag. 139].

Asemeni unui produs clasic, bunul imobiliar este constituit din următoarele componente: nucleul, componentele corporale, componentele acorporale, componente comunicaționale și componente de imagine.

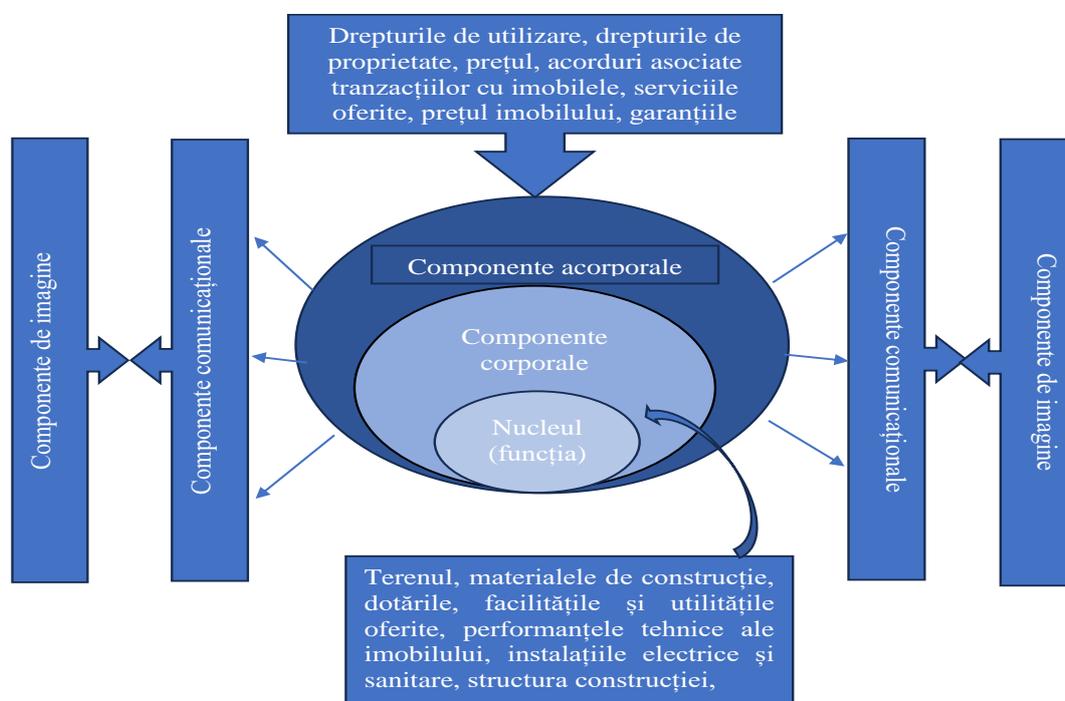


Figura 2.20. Componentele produsului imobiliar

Sursa: elaborată și adaptată de autor în baza sintezei bibliografice

Componentele corporale și acorporale sunt caracterizate de un șir de elemente care pot fi împărțite în caracteristici generale și specifice ale bunului imobiliar și care influențează asupra comportamentului cumpărătorului de imobile, prezentat detaliat în figura A11.2, din Anexa 11.

În domeniului imobiliar, utilizarea componentelor produsului este necesară pentru a caracteriza diverse aspecte ale bunului imobiliar, astfel *nucleul* unui bun imobiliar, reprezentând esența de bază și funcțiile acestuia pentru proprietar sau cumpărătorii reali și potențiali, iar caracteristicile fundamentale care îl diferențiază de alte categorii de bunuri imobiliare îi stabilește și nivelul de importanță. Unicitatea și valoarea intrinsecă a unui bun imobiliar sunt definite de aspecte legate de amplasarea, arhitectura, calitatea construcției, inclusiv facilitățile și utilitățile oferite de acesta.

Componentele corporale, numite și componentele fizice sau tangibile ale bunului imobiliar, sunt definite de aspecte legate de terenul, materialele de construcție, dotările, facilitățile și utilitățile oferite, performanțele tehnice ale imobilului, instalațiile electrice și sanitare, structura construcției, precum și orice alte componente și caracteristici fizice ale acestuia care oferă unicitate și valoare intrinsecă unui bun imobiliar. Componentele fizice sunt principiale, deoarece sunt cele care contribuie la satisfacerea necesităților și preferințelor cumpărătorului și la crearea unei experiențe unice de utilizare și confortul garantat.

Componentele acorporale cuprind aspectele intangibile ale bunului imobiliar și se referă la elementele care au o valoare deosebit de mare, însă nu pot fi sesizate, cum ar fi drepturile de utilizare, drepturile de proprietate, prețul, diverse acorduri asociate tranzacțiilor cu imobilele, serviciile oferite la pachet cu bunurile imobiliare, prețul imobilului, garanțiile pentru diverse elemente constitutive ale bunului imobiliar etc.

Comunicațiile privind bunul imobiliar sunt reprezentate de totalitatea informațiilor și mesajelor transmise cumpărătorilor cu privire la un anumit bun imobiliar, de exemplu, anunțuri publicitare, broșuri, diverse materiale promoționale, site-ul web al companiei, organizarea de diverse evenimente unde se prezintă proiectul / oferta imobiliară (expoziții), promovarea online și offline, crearea de materiale promoționale diverse, gestionarea prezenței companiei/proiectului imobiliar pe platforme imobiliare specializate, totalitatea mijloacelor în care ofertanții comunică cumpărătorului despre oferta imobiliară, avantajele competitive, caracteristicile specifice etc.

Componenta de imagine a bunului imobiliar care se orientează în mod special spre elemente perceptuale și subiective ale bunului imobiliar, cum ar fi imaginea companiei constructoare, a agentului imobiliar sau a proiectului nemijlocit, reputația acestuia. Pe de altă parte, componenta de imagine se referă și la experiența anterioară a cumpărătorului, recenziile și feedback-ul clienților anteriori sau a locatarilor actuali ai bunului imobiliar.

În marketingul imobiliar, nu putem vorbi despre bunul imobiliar ca element unic al politicii de produs, specificul acestuia 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.

Serviciile aferente politicii de produs imobiliar sunt o componentă importantă și indispensabilă și pot fi întâlnite la fiecare dintre etapele asociate tranzacțiilor cu bunuri imobiliare până la, în timpul și după achiziție, cu scopul de a oferi experiențe sigure, complete și pozitive cumpărătorilor de imobile. Principalele servicii întâlnite în cadrul tranzacțiilor cu bunuri imobiliare vizează:

➤ *Serviciile de consultanță financiară* includ asistența financiară specializată, inclusiv în obținerea creditelor ipotecare și sunt orientate către cumpărătorii interesați de obținerea unui credit imobiliar sau orice altă modalitate ce privește finanțarea, oferindu-le informații cu privire la disponibilitatea creditelor, analizează starea financiară a clientului și îi ghidează în procesul de obținere al acestuia;

➤ *Serviciile de asistență în procesul achiziției* sunt concepute cu scopul de a ajuta cumpărătorii în procesul achiziției unui bun imobiliar, punând la dispoziția acestora informații despre piață, identifică bunul imobiliar potrivit, ajută la negocierea clauzelor contractuale și oferă suport la completarea actelor și a formalităților legale;

➤ *Serviciile juridice și notariale* includ toate aspectele legale și notariale aferente tranzacțiilor cu bunuri imobiliare, redactează și autentifică contractele, diverse acte, asigurând întreg procesul tranzacției în conformitate cu prevederile legale;

➤ *Serviciile de evaluare și inspecție tehnică a bunului imobiliar* implică determinarea valorii de piață a bunului imobiliar în scopul stabilirii corecte a prețului și realizarea la necesitate/cerere a inspecției tehnice a imobilului pentru identificarea posibilelor probleme tehnice, de întreținere sau structurale;

➤ *Serviciile de asigurări și oferirea programelor de garanție* sunt îndeosebi concentrate pe asigurarea bunului imobiliar supus tranzacției și garantarea protecției în raport cu riscurile posibile, cum ar fi dezastrea naturale, diverse daune, fie accidentale, fie intenționate, precum și alte momente neprevăzute care ar putea să apară.

Accesul la aceste categorii de servicii este deschis tuturor participanților din cadrul pieței imobiliare, în mod special acestea au menirea să susțină procesul luării unei decizii de achiziționare corectă, asumată și să asigure tranzacții eficiente și legale.

Procesul de creare și lansare a noilor produse în cadrul pieței imobiliare. Procesul de creare și lansare a noilor produse în cadrul pieței reprezintă o componentă esențială a politicii de produs, iar importanța acesteia devine vitală în cadrul pieței imobiliare și implică nu doar dezvoltarea unui bun imobiliar atractiv și competitiv într-un mediu dinamic, dar și adoptarea unui șir de strategii și tactici specifice care au rolul de a se adapta, uneori anticipa dinamica pieței și solicitărilor din partea cumpărătorilor. Ulterior vom desfășura etapele procesului de creare și lansare a unui bun imobiliar, evidențiind momentele cheie specifice domeniului respectiv, cu accent pe ajustările și lipsurile posibile. În același timp, apariția unor factori neprevăzuți sau lipsa unor etape pot genera modificări majore în desfășurarea procesului de concepere a unui nou produs imobiliar, provocare care cere o înțelegere profundă a solicitărilor și așteptărilor în cadrul unei piețe în continuă dezvoltare, iar succesul poate fi atins doar prin echilibrarea cu atenție a factorilor specifici domeniului imobiliar.

Acest proces este strict orientat spre dezvoltatorii imobiliari care ar trebui să vină cu abordări inovative pentru o diferențiere a bunurilor imobiliare și să ofere publicului exigent ceea ce se cere în raport cu calitatea, durabilitatea, design atractiv, sustenabilitate și eficiență energetică și integrarea tehnologiilor avansate. Astfel, în cazul conceperii unui bun imobiliar, se pune accent deosebit pe adaptarea la schimbările legislative și respectarea cu strictețe a standardelor din domeniul construcției de imobil.

Procesul de creare și lansare a unui bun imobiliar cuprinde mai multe etape, de la concepere a ideii și până la momentul prezentării bunului imobiliar în cadrul pieței, prezentate în figura 2.21.:



Figura 2.21. Etapele procesului de creare și lansare a unui bun imobiliar în cadrul pieței

Sursa: elaborată și adaptată de autor în baza sintezei bibliografice

Identificarea și analiza oportunităților include o cercetare de piață detaliată cu privire la oportunitățile de dezvoltare imobiliară, analizând diverși factori, precum cererea de bunuri

imobiliare în cadrul pieței, necesitățile de bază și specifice ale cumpărătorilor, precum și tendințele de dezvoltare ale domeniului imobiliar.

Achiziția terenului potrivit se face doar după analiza minuțioasă a tuturor oportunităților existente și alegerea celei mai bune variante din punctul de vedere al localizării, potențialului de dezvoltare, accesibilității fizice și financiare și aspectele juridice ale tranzacției.

Planificarea și obținerea aprobărilor este o etapă ce intră în responsabilitatea dezvoltatorilor imobiliari, care planifică aspecte legate de infrastructură, arhitectură etc., fiind urmată de partea esențială a acestei etape, obținerea aprobărilor legale.

Proiectarea și dezvoltarea planurilor arhitecturale, realizarea prototipului bunului imobiliar (macheta), apoi, împreună cu o echipă complexă de ingineri, arhitecți, constructori, demarează procesul de dezvoltare/construcție, în conformitate cu reglementările locale și a standardelor de calitate în domeniul construcțiilor.

Lansarea strategică pe piață cuprinde un set de acțiuni care se desfășoară în paralel cu dezvoltarea proiectului (construcția efectivă a bunului imobiliar) și presupune analiza și implementarea strategiilor orientate spre mixul de marketing, cu accent pe strategiile de preț și, în mod special, pe promovare (organizarea evenimentelor cu ocazia lansării, promovare intensivă în mass-media și platforme de comunicare online și offline), urmărindu-se o gestionare eficientă a tuturor resurselor pentru a ajunge la rezultatul așteptat în momentul lansării efective în cadrul pieței.

Vânzarea / închirierea se referă la etapa când începe procesul nemijlocit de comercializare a bunurilor imobiliare, unde sunt implicați activ practic toți actorii pieței imobiliare, începând de la dezvoltatorii/constructorii de imobile până la prestatorii de servicii asociate domeniului imobiliar.

Activități post – lansare, parte a procesului la fel de importantă ca precedentele, prin necesitatea unei gestionări permanente a relațiilor cu cumpărătorii, asigurarea funcționării eficiente a imobilului și, nu în ultimul rând, efectuarea evaluărilor ulterioare cu scopul aprecierii performanței proiectului, determinarea reușitei proiectului realizat, identificarea oportunităților de optimizare.

Strategii tipice în domeniul produsului aplicate în cadrul pieței imobiliare. Strategiile de produs în cadrul pieței imobiliare se referă la planificarea și luarea deciziilor cu privire la dezvoltarea și gestionarea bunului imobiliar, prin crearea și poziționarea de produse competitive și atractive pe piață. Implementarea eficientă a strategiilor în domeniul produsului depinde în mod direct de potențialul companiei de a percepe nevoile cumpărătorului de imobile și a oferi bunuri imobiliare de înaltă calitate și servicii aferente acestora, unice și eficiente din punctul de vedere al

costurilor. Deci, reieșind din particularitățile bunului și ale pieței imobiliare, putem sugera implementarea următoarelor *strategii de produs* care vor consolida poziția companiei în cadrul pieței și vor genera avantaje competitive în domeniul imobiliar:

✓ *Strategia de diferențiere prin inovație și design unic* presupune crearea unui portofoliu de bunuri imobiliare care să se evidențieze printr-un design unic, atractiv, distinct și net superior în raport cu ofertele concurenților și acordarea de facilități de ultimă generație cu scopul de a atrage și fideliza cumpărătorii.

✓ *Strategia de diversificare*, prin realizarea unei game sortimentale largi, adesea completând-o cu produse/servicii noi, uneori din domeniul adiacent celui de bază, cu scopul de a atrage noi segmente de cumpărători. Aici putem discuta despre companiile imobiliare care, pe lângă construcția bunului imobiliar, desfășoară activități în direcția comercializării/închirierii cu acestea, inclusiv prestarea unui șir de servicii aferente comerțului cu imobile.

✓ *Pătrunderea produsului pe o piață existentă* presupune creșterea cotei de piață a companiei prin atragerea unui număr mai mare de cumpărători pe o piață existentă. Astfel, compania poate să lanseze într-o zonă deja dezvoltată proiecte rezidențiale clasa premium, penetrând astfel piața locuințelor de lux.

✓ *Pătrunderea produsului existent pe piețe noi*, orientându-se cu același produs sau cu unul asemănător (ar putea fi modificate doar unele elemente ce țin de aspectul exterior) spre noi piețe geografice sau demografice. În această ordine de idei, compania, care construiește în Chișinău, ar putea să se extindă cel puțin în alte orașe mari din țară sau țara vecină.

✓ *Extinderea desfacerii produsului imobiliar pe o piață deja consolidată* este strategia care poate fi adoptată de compania care se orientează spre a-și crește vânzările prin atragerea noilor segmente de cumpărători în cadrul pieței respective. Deci, compania care inițial a construit și comercializat apartamente, ar putea să își extindă oferta în aceeași zonă rezidențială cu spații comerciale, birouri etc. În cazul agențiilor imobiliare, pe lângă apartamente oferite spre vânzare/chirie, acestea ar putea oferi și spații comerciale și un spectru larg de servicii aferente tranzacțiilor cu imobile.

✓ *Strategia costurilor mici* se orientează spre minimizarea costurilor de producție pentru a obține avantaje financiare în raport cu prețul final al bunului imobiliar și/sau serviciile oferite, prin utilizarea tehnologiilor eficiente din punct de vedere energetic și a inovațiilor în construcțiile de imobil. Costurile mici asigură companiei, într-o anumită măsură, accesibilitatea financiară și atragerea segmentelor de cumpărători orientate după factorul preț.

Politica de preț în cadrul pieței imobiliare include totalitatea planurilor și a deciziilor în raport cu stabilirea prețurilor pentru bunurile imobiliare și modalitățile în care acestea influențează

comportamentul cumpărătorului de imobile. În industria imobiliară, "politica de preț include strategii orientate spre stabilirea unor prețuri competitive, oferirea de facilități de finanțare, reduceri pentru a atrage clienți și pentru a maximiza profitul companiei" [52]. Conform aceluiași autor, prețul "reprezintă suma de bani pe care cumpărătorii sunt dispuși să o plătească pentru un bun imobiliar" [52].

Structura prețului bunului imobiliar. Prețul unui bun imobiliar poate să varieze în dependență de diverși factori (tipul imobilului, amplasare, design, proiect, facilități etc.), fiind alcătuit din câteva componente: costuri, cheltuieli și adaos (figura 2.22.).

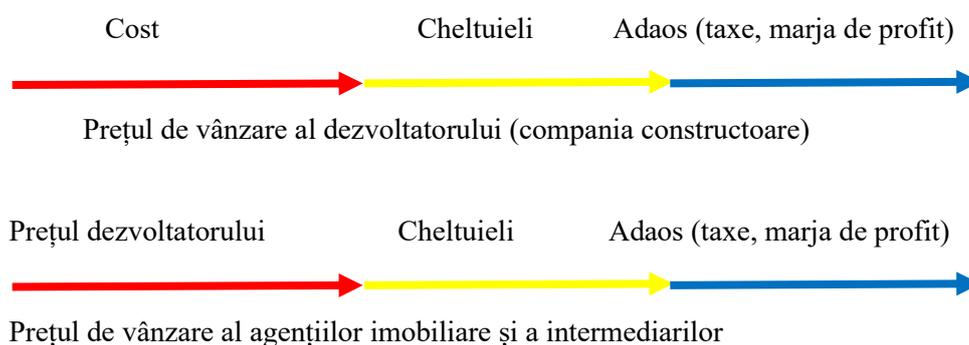


Figura 2.22. Structura prețului pentru diferiți participanți ai pieței imobiliare

Sursa: elaborat de autor în baza surselor bibliografice

Costurile includ toate investițiile de ordin financiar, asociate cu construcția reală a bunului imobiliar, și include cheltuielile pentru teren, materii prime și materiale, forța de muncă, costuri de realizare a proiectului, precum și orice alte cheltuieli legate de construcția bunului.

Cheltuielile includ mijloacele financiare achitate pentru asigurarea unei bune desfășurări a construcției bunului imobiliar și cuprind cheltuielile asociate obținerii permiselor pentru construcție, acte permise și diverse formalități necesare construcției bunului, dobânzi și alte investiții aferente finanțării (în cazul contractării unui împrumut pentru a finaliza proiectul demarat), cheltuielile legate de activitatea de promovare și vânzare a bunului imobiliar (pentru publicitate, comisioanele persoanelor implicate, alte cheltuieli de marketing). În cazul prețului de vânzare al intermediarului sau agențiilor imobiliare, la cheltuieli se atribuie acele investiții care sunt realizate cu scopul de a aduce anumite îmbunătățiri bunului imobiliar (împrospătarea aspectului imobilului sau reparații cosmetice, reparații curente a unor instalații sau articole, cum ar fi robinetele, mânerele etc.), diverse cheltuieli administrative și operaționale asociate tranzacțiilor (servicii personalizate, poze profesionale, cheltuieli asociate activității de marketing),

precum și cheltuieli privind remunerarea personalului (comisioane din vânzare/cumpărare, onorarii fixe).

Adaosurile sunt sumele de bani suplimentare costurilor și cheltuielilor inițiale pentru a stabili un preț de vânzare/final al bunului imobiliar. Acestea sunt fixate pentru a acoperi toate cheltuielile și să garanteze o marjă de profit suficientă, astfel încât afacerea să fie considerată eficientă din punct de vedere financiar. Fiecare participant implicat în vânzarea unui imobil își stabilește propriile adaosuri pornind de la obiectivele pe care și le stabilește.

Procedura elaborării politicii de preț reprezintă un proces strategic de importanță majoră în cadrul pieței imobiliare, politica de preț fiind o componentă care necesită adaptare permanentă la condițiile și evoluțiile pieței, iar pentru menținerea competitivității în cadrul domeniului imobiliar, companiile sunt în continuă cercetare și analiză. În acest sens, pentru elaborarea politicii de preț se parcurg un șir de etape (analiza pieței, a costurilor și cheltuielilor, formularea obiectivelor, alegerea metodei de stabilire a prețului și a strategiei de preț și stabilirea prețului final), sistematizate în Anexa 12, fiecare dintre acestea fiind adaptate în funcție de condițiile pieței și evoluția proiectului imobiliar. În cele ce urmează, vom analiza principalele metode de stabilire a prețului, aplicate de companiile imobiliare locale, pornind de la frecvența și posibilitatea aplicării acestora din discuțiile cu responsabilii din cadrul companiilor cercetate.

Metodele de stabilire a prețului bunului imobiliar. În urma discuțiilor inițiate cu responsabilii din cadrul companiilor cercetate, putem afirma că companiile din domeniul imobiliar au posibilitatea de a aplica diverse metode de stabilire a prețului, iar alegerea acesteia este influențată de tipul de activitate pe care o desfășoară în cadrul pieței imobiliare, obiectivele, strategiile, particularitățile imobilului pentru care se stabilește prețul, serviciile aferente, dinamica pieței etc. Fiecare metodă are atât avantaje, cât și dezavantaje, de aceea, în scopul evitării unei decizii incorecte, se analizează minuțios și se folosește cea care este considerată mai potrivită situației, or uneori poate fi aplicată o combinație de metode, bine gândite și corelate între ele. Printre cele mai frecvent utilizate în cadrul pieței imobiliare sunt:

Metoda cost plus adaos presupune adăugarea unei marje de profit la costurile și cheltuielile aferente construcției și dezvoltării imobilului. De cele mai multe ori, anume această metodă și este aplicată la stabilirea prețului final al bunului imobiliar, informație confirmată în timpul discuțiilor de agenții economice care au participat în cadrul cercetării.

Metoda punctului mort și rentabilitatea. Una dintre metodele de stabilire a prețului pentru bunurile imobiliare, care justifică, într-o oarecare măsură, nivelul prețului stabilit de ofertant, deoarece această metodă permite identificarea aceluși "punct mort" care arată linia de pornire a nivelului prețului pentru bunul imobiliar și presupune cel puțin acoperirea tuturor cheltuielilor de

construcție, de finisare, operaționale, comerciale, de marketing etc., și profitul generat de investiție, rentabilitate, care reprezintă, în același timp, și un indicator de măsurare al eficienței afacerii. Această metodă este aplicată preponderent de către companiile mari, companii care au departamente de marketing și financiare bine structurate, care gestionează eficient cu resursele de care dispun și au abilități de a adopta decizii strategice eficiente.

Metoda valorii percepute pentru client se orientează spre beneficiile percepute de client în raport cu costurile asociate ale bunului imobiliar, inclusiv cu referință la satisfacerea nevoilor și așteptărilor acestuia la un nivel net superior costurilor implicate, iar valoarea percepută include caracteristici, cum ar fi locația, utilitățile, calitatea construcției, servicii, comoditățile și felul în care acestea îndeplinesc nevoile și solicitările clientului. Uneori, se manifestă partea subiectivă a acestei situații, valoarea fiind mai mult de ordin emoțional decât rațional, cum ar fi creșterea valorii unui imobil pentru cumpărător, deoarece acolo locuiesc părinții, rudele, este în regiunea în care a copilărit etc., iar dacă se analizează din punctul de vedere al reputației companiei, valoarea percepută poate să scadă considerabil, dacă persoana sau cineva din apropierea acesteia au avut o experiență neplăcută cu compania respectivă sau au cumpărat imobil într-un anumit bloc și nu au justificat așteptările acestora etc.

Poziționarea produselor în funcție de raportul calitate-preț. Combinarea eficientă a poziționării bunului imobiliar și a raportului calitate - preț reprezintă formula sigură a succesului financiar al companiei, deoarece poziționarea este utilizată de ofertanți pentru a se diferenția și a atrage segmente concrete de cumpărători, oferind bunuri imobiliare de lux, cu caracteristici extra la prețuri ridicate sau, dimpotrivă, calitate acceptabilă, opțiuni bune - la preț mediu.

Metoda evaluării comparative de piață presupune compararea bunului imobiliar cu cele similare din cadrul pieței, pe regiuni, după caracteristici, facilități etc., și stabilirea unui preț competitiv, în concordanță cu prețurile de piață.

O etapă importantă în elaborarea și fundamentarea politicii de preț pe piața imobiliară, după alegerea metodei de formare a prețului, implică *identificarea și adoptarea strategiilor de preț*, care, combinate inteligent, garantează un efect sinergetic, optimizând poziționarea companiei în cadrul pieței, precum și la creșterea performanței financiare. Cercetarea realizată în rândul agenților economici a identificat un șir de strategii de preț pe larg aplicate în cadrul pieței imobiliare, 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 agenților imobiliare pentru cumpărătorii care achită preventiv o parte din suma contractuală sau integral înainte sau în momentul încheierii tranzacției. Această strategie este pe larg utilizată în cadrul

companiei constructoare, atunci când imobilul se află la etapa construcției, iar cumpărătorul achită un preț per metru pătrat avantajos, achitarea spațiului asociat balcoanelor cu o reducere de 50%, sau primește o ofertă avantajoasă suplimentară obiectului tranzacției, de exemplu, la achitarea integrală a bunului sau unui % stabilit în comun cu ofertantul, însă nu mai mic de 50% din totalul costului bunului imobiliar, se oferă spațiu de depozitare (debara) la jumătate de preț, uneori și gratuit, în funcție de suprafața acestuia, sau reducere pentru locul de parcare etc. Totodată, reducerile de preț mai pot fi aplicate în cazul în care într-un complex/bloc locativ au mai rămas câteva apartamente disponibile. Reducerile de preț aferente bunurilor imobiliare nu sunt identice cu reducerile aplicate bunurilor de consum obișnuite, ci se negociază posibilitatea reducerii prețului pentru un metru pătrat (de exemplu, cu 5-20 euro pentru un m²), în funcție de flexibilitatea părților.

➤ *Prețurile 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 sau se oferă pachete promoționale care includ diverse facilități la prețuri speciale celor care cumpără într-o perioadă de timp anumită. În aceeași categorie se includ și prețurile aferente diverselor programe de loialitate, propunând cumpărătorilor fideli prețuri avantajoase la o nouă achiziție. În cazul organizării a evenimentelor speciale, târguri și expoziții imobiliare, participanții pot beneficia de reduceri exclusive. O varietate a prețurilor promoționale sunt ofertele ”cumpărați astăzi, achitați anul viitor”, este o strategie foarte des utilizată în cadrul pieței imobiliare din motiv că o bună parte din investițiile în imobiliare, mai ales în ultima perioadă, sunt obținute prin intermediul contractării creditelor imobiliare.

➤ *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.

➤ *Prețurile discriminatorii*, aplicate în cadrul pieței imobiliare, pot fi orientate spre diverse situații care trebuie atent gestionate și justificate pentru a evita apariția unei percepții greșite care pot afecta negativ imaginea companiei. 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. 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.

Particularități specifice ale politicii de promovare pe piața imobiliară. Politica promoțională a companiei reprezintă elementul care contribuie la crearea unui efect sinergetic prin definirea, coordonarea și implementarea coerentă și integrată a strategiilor, tacticilor și instrumentelor de marketing, inclusiv cele promoționale. Impactul și eficacitatea acțiunilor promoționale pot fi justificate prin rezultatele atât calitative, cât și cantitative (creșterea vânzărilor, maximizarea profitului, atragerea potențialilor cumpărători, stimularea interesului acestora pentru bunurile imobiliare, creșterea vizibilității companiei/bunului imobiliar etc.), obținute de companiile imobiliare. În acest sens, companiile imobiliare trebuie să urmărească obiectivele stabilite, sincronizarea armonioasă a politicii promoționale cu celelalte elemente ale mixului de marketing, corectitudinea formulării și veridicitatea informațiilor transmise cumpărătorilor reali și potențiali prin diverse mijloace promoționale, utilizarea canalelor potrivite pentru promovare și, nu în ultimul rând, adaptarea și optimizarea continuă a activității promoționale desfășurate de companie. "Cu ajutorul mijloacelor promoționale utilizate, compania constructoare de imobil locativ informează clienții despre produsele puse în vânzare, oferte disponibile și posibilele reduceri. Un obiectiv important pe care și-l propune compania este *creșterea gradului de notorietate* al acesteia în rândurile consumatorilor actuali și potențiali" [132, pag. 183]. Totodată, alte obiective promoționale "urmărite de compania constructoare de imobile locative sunt de a *crea o atitudine pozitivă* cu privire la produsele sale. Orientarea spre realizarea acestui obiectiv nu doar că va aduce mai mulți clienți, dar totodată va crea un prestigiu produselor companiei sau companiei per ansamblu, subestimând concurenții. Tot prin intermediul mijloacelor promoționale, compania va tinde spre realizarea unui alt obiectiv, și anume majorarea numărului de vânzări. Acest obiectiv poate fi atins doar cu ajutorul unor campanii promoționale ample, prin utilizarea eficientă a mijloacelor de comunicare, acest lucru poate avea loc datorită informării clienților concomitent cu utilizarea unor mijloace promoționale atractive, care „vor chema” consumatorii actuali și potențiali să facă o vizită în oficii/magazine/showroom-uri" [132, pag. 183].

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, aliniat în direcția atingerii

scopului principal al acesteia. Principalele instrumente promoționale utilizate în cadrul pieței imobiliare sunt schematic prezentate în figura 2.23.:



Figura 2.23. Instrumente de promovare utilizate în cadrul pieței imobiliare
Sursa: elaborată de autor

➤ *Site-urile web și portalurile specializate, inclusiv și site-ul web al companiei.* Există diverse site-uri web și platforme specializate utilizate în prezentarea și promovarea ofertelor imobiliare atât locale (999.md-Imobiliare, Imobil.md etc.), cât și în afara țării (zillow.com, realtor.com, realestate.com etc.). Portalurile specializate reprezintă o posibilitate majoră pentru companiile imobiliare, deoarece informația ajunge la diferite categorii de clienți, mult mai multe persoane, fie rezidenți ai Republicii Moldova, fie diaspora, fie persoane străine care ar putea investi într-un bun imobiliar în țară. *Site-ul companiei* reprezintă fața acesteia, iar reușita, în mare parte, depinde de modalitatea cât de bine este organizat, structurat, cât este de atractiv, ce informație este prezentată. În acest sens, există o multitudine de programe și aplicații online (ex. seoptimer.com), care permit companiilor să își analizeze propriul site, să monitorizeze activitatea în cadrul acestuia și să obțină rezultate concrete cu privire la eficiență, precum și realizarea unui audit al paginii cu propuneri concrete de îmbunătățire a eficienței acestuia pe diverse poziții (aspect vizual și design, structură, funcționalitatea, conținutul, meniul de navigare, cuvinte cheie, funcționalitate și interactivitate, analiza traficului și statisticile, viteza de încărcare, conexiunile sociale, securitate, compatibilitatea cu dispozitivele mobile). Această aplicație poate fi utilizată de companie, indiferent de mărimea acesteia, posibilitățile financiare etc., deoarece există posibilitatea utilizării atât a versiunii gratuite, cât și a versiunii contra plată pentru o analiză mai detaliată. Analiza este

prezentată solicitantului detaliat și cuprinde recomandări specifice pentru fiecare poziție analizată, un astfel de exemplu este prezentat în imaginile din Anexa 13, un exemplu de analiză a site-ului unei agenții imobiliare din Chișinău.

➤ *Publicitatea online.* Pentru a crește vizibilitatea și a ajunge la un număr cât mai relevant de cumpărători, companiile imobiliare pot organiza campanii de publicitate contra plată pe diverse platforme online (ex. Google Ads), precum și promovarea prin intermediul platformelor de social media (Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter) etc. Prin aprecierea și distribuirea știrilor companiilor imobiliare, clienții răspândesc mesajele de marketing al acestora și informează și alți potențiali clienți despre ofertele companiilor. Potrivit autorului Dumpe, "clienții de astăzi, utilizează din ce în ce mai mult online-ul prezentat pe diverse site-uri de internet care tind să înlocuiască mass-media tradițională, mai ales la etapa căutării informațiilor cu privire la bunurile imobiliare, inclusiv compararea acestora" [59]. Un instrument important de marketing online este SEO – Search Engine Optimization, iar implementarea acestuia crește vizibilitatea și garantează o poziționare bună în rezultatele generate de motoarele de căutare. Scopul este de a rearanja conținutul paginilor web ale companiilor așa, încât să apară în motorul de căutare într-o listă de sugestii cât mai sus posibil.

➤ *Târguri și expoziții imobiliare.* Participarea la târguri și expoziții permite companiilor să interacționeze direct cu cumpărătorii pentru prezentarea ofertelor / bunurilor imobiliare. Anual, în Centrul Internațional de Expoziții MoldExpo SA, se organizează diverse târguri și expoziții cu tematică specifică unui anumit domeniu, astfel în perioada 28.03.2024 – 31.03.2024 a fost organizată expoziția MOLDCONSTRUCT, unde fiecare companie imobiliară poate să participe fie în scopul promovării proiectelor pe care le desfășoară, fie în scopul promovării imaginii acesteia prin bunurile comercializate și serviciilor în domeniul imobiliar oferite. Totodată, constructorii de imobil și dezvoltatorii au ocazia să participe și în cadrul expoziției ECO&GREEN EXPO, unde își pot prezenta tehnologiile cu care activează în direcția asigurării unui mediu "verde", protejat ecologic, tendință de amploare manifestată în cadrul pieței imobiliare.

➤ *Crearea marketingului de conținut.* Companiile imobiliare pot crea conținut relevant pe care, ulterior, îl pot distribui cu ajutorul articolelor, ghiduri imobiliare, blogurilor etc., oferind informații utile și valoroase.

➤ *Email Marketing.* Compania imobiliară poate furniza informații actuale și relevante cu privire la oferte, promoții, noutăți, prin inițierea unei campanii de Email Marketing și poate transmite cumpărătorilor efectivi și potențiali mesaje, notificări, newslettere.

➤ *Fotografii și video-uri atractive.* Companiile imobiliare utilizează în cadrul prezentărilor imagini și video-uri de înaltă calitate, de cele mai multe ori apelând la companii specializate pentru realizarea materialelor astfel, încât să prezinte cât mai detaliat și mai atractiv bunurile imobiliare.

➤ *Tururile virtuale și utilizarea tehnologiilor virtuale* reprezintă posibilitatea de a vizualiza bunul imobiliar fără a fi necesară prezența fizică, companiile imobiliare utilizând tururile virtuale și tehnologiile de realitate virtuală. Clienții potențiali au posibilitatea să exploreze în mod interactiv și foarte detaliat bunul imobiliar de care este interesant.

➤ *Colaborarea între participanții pieței imobiliare* reprezintă un instrument foarte eficient aplicat cu succes de companiile imobiliare prezente în cadrul pieței cu scopul de a extinde la maxim rețeaua de promovare și a lărgi baza de clienți ai companiei. Astfel, în cadrul pieței imobiliare, frecvent se întâlnesc relații de colaborare între companiile constructoare, arhitecți și ingineri, între companiile constructoare și autoritățile locale, colaborarea dintre agențiile imobiliare, instituțiile financiare și microfinanțare, colaborarea dintre avocați, notari și alți participanți din cadrul pieței.

Pe lângă metodele și instrumentele de marketing asociate politicii de promovare în cadrul pieței imobiliare, întâlnim "o serie de tehnici utilizate pentru obținerea unui impact promoțional mai eficient, cum ar fi: tehnica "piciorului în ușă" (foot-in-the-door), tehnica „ușii în față” (door-in-the-face), tehnica „jocului de rol” (role playing) etc. [132, pag. 184]":

➤ Tehnica „piciorului în ușă” are scopul să „spargă gheața” cu o ofertă inițial la preț mic, dificil de a fi refuzată de potențialii cumpărători, iar ulterior prețul este ridicat la nivelul prețurilor de pe piață. Această tehnică este observată la practic majoritatea companiilor constructoare de imobil, care la momentul începerii construcției propun un preț mic, iar odată cu construirea blocului, ridică prețul cu zeci de euro pentru un m².

➤ Tehnica "ușii în față" reprezintă o tehnică bisecvențială, opusă tehnicii "piciorului în ușă", astfel, o ofertă/preț mare inițial fiind urmat de o ofertă/preț mai mic ulterior. Aceasta tehnică este utilizată de companiile care construiesc cartiere / blocuri locative în regiunile mai puțin solicitate. Inițial pornesc de la prețurile practicate de aceștia în alte sectoare/regiuni, ulterior micșorând prețul, uneori cu până la câteva zeci de euro.

➤ Tehnică "jocului de rol" (role playing), cu toate procesele psihologice pe care le include, au fost studiate în primul rând din perspectiva "autopersuasiunii". Paradigmele convingerii pentru formarea și modificarea atitudinilor cere o abordare a rolului proceselor afective în cadrul demersului persuasiv.

Deci, "companiile imobiliare ar trebui să pună accent pe mijloacele și tehnicile de convingere ale clienților potențiali, prin prezentarea de avantaje competitive și argumente concrete astfel, încât clientul potențial cu ușurință să treacă din faza de analiză la cea de achiziție [132, pag. 188]".

Pentru implementarea cu succes a activităților promoționale, fiecare companie are nevoie de mijloace financiare disponibile, suficiente, care pot fi obținute prin una din următoarele metode [12, pag. 25-26]:

➤ *Metoda analizei obiectivelor* este una dintre cele mai des utilizate și se referă la faptul că compania își stabilește cu exactitate obiectivele promoționale, precum și strategiile prin intermediul cărora pot fi realizate acestea. Avantajul metodei constă în posibilitatea măsurării mijloacelor financiare necesare, deoarece există posibilitatea alegerii obiectivelor promoționale pe care conducerea companiei le consideră a fi cele mai importante. Obiectivele nerealizate vor aștepta soluționare în măsura în care compania va dispune de mijloace financiare disponibile.

➤ *Metoda bazată pe resursele financiare disponibile ale companiei* este, de regulă, aplicată de companiile care nu dispun de sume suficiente pentru activitatea de promovare, ci doar de cele ce pot să își permită, cum ar fi companiile mici sau companiile aflate la etapa de lansare a activității în domeniul imobiliar.

➤ *Metoda procentului din cifra de afaceri sau din profiturile companiei.* Această metodă este adesea utilizată din spusele persoanelor responsabile în cadrul discuțiilor și presupune stabilirea unui procent din vânzările sau profitul companiei pentru activitățile de promovare și marketing. Această metodă are avantajul că permite corelarea dintre venituri și cheltuielile pentru activitățile promoționale.

➤ *Metoda de stabilire a bugetului promoțional prin compararea cu bugetele concurenților* poate fi aplicată, în mod special, în cadrul unor piețe cu un grad înalt de competitivitate, însă destul de rar este utilizată de către companii. Nici companiile imobiliare nu sunt o excepție, fapt confirmat în cadrul cercetării realizate în rândul agenților economici, aceștia au confirmat că foarte rar se aplică această metodă.

Metodele de stabilire a bugetului promoțional analizate anterior au atât avantaje, cât și dezavantaje, iar companiile, inclusiv cele imobiliare, se orientează spre stabilirea unui buget promoțional echilibrat care ar facilita realizarea obiectivelor, aplicând uneori una sau, de cele mai multe ori, o combinație de metode, urmărind obținerea unor avantaje semnificative.

Plasamentul (distribuția) pe piața imobiliară. Plasamentul reprezintă un element principal în marketingul pieței imobiliare, din motiv că acesta influențează în mare măsură decizia de achiziție a cumpărătorului. Dezvoltatorii și constructorii de imobile locative "se concentrează spre identificarea imobilelor care beneficiază de o locație strategică, accesibilitate la facilități și

servicii, și un potențial al creșterii valorii pe termen lung" [52]. Totodată, plasarea în marketingul imobiliar se referă 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 [234]:

- *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. *Canalele de vânzare directă* presupun că companiile constructoare de imobil locativ/dezvoltatorii/propietarii de imobile realizează vânzările utilizând forțele proprii sau a propriilor departamente și personalul de vânzări, întâlnindu-se cu potențialii clienți fie în cadrul entității propriu – zise (în cazul agenților economici), fie la obiectul supus tranzacției. Canalele de vânzare directă sunt utilizate mai puțin pe piața imobiliară actuală, acestea fiind caracteristice în special în cazul tranzacției între persoanele fizice, iar de către agenții economici sunt aplicate în mare parte de companiile puternice cu scopul de a ușura gestionarea și menținerea coerenței culturii corporative.

Prin utilizarea *agenților imobiliari*, companiile imobiliare încredințează acestora rolul de intermediar pentru a-i comercializa bunurile imobiliare, în schimbul unui comision de vânzare stabilit de comun acord între părți. Această modalitate de vânzare reprezintă un avantaj enorm pentru companiile imobiliare implicate în comerțul cu imobile, deoarece reduce presiunea, compania concentrându-se asupra proiectării și construcției de noi proiecte / bunuri imobiliare.

Canalele de vânzare online reprezintă modalitățile de comunicare între companiile imobiliare și potențialii cumpărători prin intermediul mijloacelor online pentru a finaliza tranzacția. Vânzările online, comparativ cu celelalte două modele tradiționale, au costuri mult mai reduse și oferă atât vânzătorului, cât și cumpărătorilor potențiali comoditate și avantaje în raport cu timpul și accesibilitatea. Astfel, companiile imobiliare, în cazul lipsei unui departament de vânzări propriu, stabilesc "relații de colaborare bune cu companiile media online și construiesc modele de marketing online solide și fezabile" [234].

Așadar, vânzarea unui bun imobiliar este rezultatul unui marketing de succes, combinând eficient strategiile și instrumentele de marketing asociate celor 4 P. În situația în care se atestă o creștere a presiunii mediului competitiv asupra companiilor din domeniul imobiliar, acestea trebuie să își creeze și să îmbunătățească continuu imaginea corporativă prin poziționarea corectă în cadrul pieței și prin fundamentarea și aplicarea eficientă a politicilor de marketing, inclusiv adoptarea adecvată a strategiilor în raport cu cei 4 P.

2.5. Concluzii la capitolul 2

Importanța și locul pieței imobiliare în cadrul structurii economice a țării, analiza acesteia și conexiunile cu piața internațională, influențează semnificativ asupra economiei globale și asupra economiei fiecărei țări în particular. Analizând evoluția pieței imobiliare naționale și internaționale, impactul pe care l-au avut asupra acesteia crizele cu care s-a confruntat omenirea pe parcursul ultimilor 15 ani, putem contura următoarele concluzii:

1. Piața imobiliară reprezintă un domeniu atractiv pentru investitori și dezvoltatori, atrăgând capital din diverse surse, contribuind la creșterea economică per ansamblu, la creșterea produsului intern brut (PIB), precum și a veniturilor fiscale. Piața imobiliară poate atrage investiții străine directe, cu important impact asupra dezvoltării economice a țării.

2. Piața imobiliară din Republica Moldova 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 atât cantitativ, cât și valoric.

3. Criza economică din 2008 – 2009 a avut un impact semnificativ asupra pieței imobiliare, manifestându-se prin scăderea prețurilor imobilelor în multe țări, diminuarea cererii, creșterea executărilor ipotecare și creării unui exces de ofertă pe piață. În timpul crizei, investițiile și activitatea de construcție în sectorul imobiliar au scăzut, și dezvoltatorii imobiliari au întâmpinat dificultăți în obținerea finanțării și în rambursarea împrumuturilor, ceea ce a dus la amânarea sau anularea multor proiecte de construcție, generând un impact negativ asupra creșterii economice generale și a ocupării forței de muncă în sectorul construcțiilor. În același timp, criza din 2008 a evidențiat necesitatea unor reglementări mai stricte în sectorul imobiliar, multe țări implementând măsuri și reforme cu scopul de a preveni practicile speculative, a preveni apariția unor crize similare în viitor, a îmbunătăți transparența și supravegherea pieței imobiliare și pentru a forma o piață imobiliară mai stabilă și mai echitabilă.

4. Pandemia de COVID-19, paradoxal, a influențat pozitiv piața imobiliară, chiar dacă perioada respectivă este caracterizată preponderent de blocaje și restricții. Totodată, s-au observat schimbări esențiale în dimensiunile comportamentale ale cumpărătorilor în raport cu bunurile imobiliare, cererea fiind orientată în mod special spre imobile cu suprafețe mai mici, ceea ce a influențat cererea și oferta de bunuri imobiliare în perioada crizei pandemice.

5. Piața imobiliară este în continuă evoluție, iar tendințele și schimbările din cadrul acesteia variază în funcție de factorii care o caracterizează: cererea, oferta, situația economică și demografică etc., care, fiind monitorizați constant, pot oferi o perspectivă clară asupra direcției de dezvoltare a pieței imobiliare.

6. Piața imobiliară reprezintă unul dintre pilonii fundamentali ai economiei, având un impact semnificativ asupra creșterii economice, prin generarea de noi locuri de muncă, stimularea industriei materialelor de construcții și contribuind la dezvoltarea infrastructurii urbane. Analiza pieței imobiliare naționale și conexiunea acesteia cu piața internațională, permite organelor competente (guvernul și investitorilor, inclusiv instituțiile financiare) să ia decizii eficiente și obiective pentru a gestiona activitatea în cadrul domeniului respectiv. Cu toate acestea, piața imobiliară devine vulnerabilă la fluctuațiile economice și la schimbările de ordin extern, astfel fiind necesară monitorizarea cu atenție și aplicarea politicilor adecvate pentru a asigura stabilitatea și sustenabilitatea acesteia pe termen lung.

7. Mixul de marketing imobiliar este un concept relativ nou, însă cu perspective enorme de dezvoltare, datorită aplicării pe larg a strategiilor, tacticilor și instrumentelor de marketing de către participanții din cadrul pieței imobiliare, astfel încât orice tranzacție încheiată reprezintă rezultatul aplicării unui marketing de succes.

3. TENDINȚE ȘI VIZIUNI STRATEGICE DE DEZVOLTARE ALE PIETEII IMOBILIARE DIN REPUBLICA MOLDOVA

3.1. Cercetarea particularităților de cumpărare a cumpărătorilor de bunuri imobiliare locative din municipiul Chișinău

Cererea pe piața imobiliară se referă la interesul cumpărătorilor și al chiriașilor de a achiziționa sau închiria bunuri imobiliare. Analizând cererea pentru bunurile imobiliare, putem obține informații cu privire la perspectivele de dezvoltare ale pieței imobiliare și vine în ajutor principalilor actori ai pieței imobiliare în vederea adoptării deciziilor corecte cu privire la toate aspectele ce țin de piața imobiliară. Studiarea cererii de imobile, prin prisma identificării particularităților de cumpărare a individului, reprezintă un proces important în domeniul imobiliar, deoarece permite dezvoltatorilor, agenților imobiliari și altor profesioniști să înțeleagă nevoile și preferințele clienților și să răspundă acestora în mod corespunzător, astfel obținându-se informații utile despre motivele și factorii care influențează consumatorii în procesul de luare a deciziilor de cumpărare. Printre direcțiile principale care prezintă interes în cazul studiului particularităților de cumpărare ale cumpărătorilor în contextul pieței imobiliare, ne putem orienta spre următoarele: *preferințele și nevoile cumpărătorilor, particularitățile imobilului*, cum ar fi dimensiunea, amplasarea geografică, facilitățile și dotările interioare, accesul la servicii publice și transport, prezența școlilor și/ sau centrelor comerciale în imediata apropiere a imobilului etc., *bugetul și capacitatea de cumpărare a cumpărătorilor*, realizată prin analiza veniturilor, a economiilor, creditelor disponibile și a altor resurse financiare disponibile cumpărătorului pentru a-și finanța achiziția, *motivația și obiectivele cumpărătorilor*, care se pot referi la dorința persoanei de a avea o locuință proprie, de a investi în proprietăți pentru venituri suplimentare, schimbarea stilului de viață sau relocarea într-o altă zonă etc., *experiența anterioară și cunoștințele* pot influența comportamentul de cumpărare, nivelul de încredere în procesul de achiziție și preferințele lor în privința agenților imobiliari și a altor profesioniști din domeniu, *analiza factorilor demografici și socio - culturali*, cum ar fi vârsta, statutul marital, structura familiei, cultura și valorile sociale ale cumpărătorilor; *analiza tendințelor de piață și cerințelor emergente*, care se referă la cererea pentru case ecologice sau eficiente energetic, cerințe speciale pentru accesibilitate, interesul pentru proprietăți inteligente etc.

Prin analiza și înțelegerea acestor particularități, companiile imobiliare se pot adapta cerințelor generale și specifice ale cumpărătorilor de imobile, și totodată pot aplica eficient strategiile și tacticile de marketing potrivite pentru a satisface nevoile și preferințele acestora la

cel mai înalt nivel, precum și pentru a maximiza succesul întreprinderii într-o piață cu un înalt nivel competitiv, având ca rezultat vânzarea / cumpărarea de imobil. Factorii importanți care influențează decizia de cumpărare a unui bun imobiliar, sunt:

➤ *Amplasarea bunului imobiliar*, adesea un factor determinant în procesul de cumpărare a unui bun imobiliar, consumatorii fiind interesați de anumite zone sau cartiere, în funcție de accesibilitatea la serviciile publice, infrastructură, școli, centre comerciale etc;

➤ *Caracteristicile bunului imobiliar* se referă la numărul de camere, suprafața utilă, facilitățile incluse (parcare, grădină, piscină, balcon, terasă etc.);

➤ *Mijloacele financiare disponibile ale cumpărătorilor* reprezintă factorul cheie în procesul de cumpărare al unui imobil, deoarece cumpărătorii vor analiza prețurile și costurile asociate achiziționării și întreținerii bunului imobiliar;

➤ *Scopul și/sau motivele achiziției*, care pot fi diverse și, de regulă, se referă la aspecte legate de reședința permanentă, investiția în scopul închirierii sau achiziției unui anumit tip de imobil. Motivul achiziției de foarte multe ori poate influența preferințele și prioritățile cumpărătorilor;

➤ *Preferințe personale ale cumpărătorilor* sunt strâns legate de stilul de viață, designul interior sau alte caracteristici specifice ale proprietății și pot varia în funcție de gusturile individuale, nevoile speciale sau alte considerații personale ale cumpărătorului.

Importanța acestei cercetări este dată de faptul că piața imobiliară reprezintă unul dintre cele mai importante sectoare economice și cumpărarea unei locuințe constituie, de cele mai multe ori, o decizie foarte importantă și de lungă durată pentru consumatori, și constă în înțelegerea nevoilor, motivațiilor, intențiilor de cumpărare și a preferințelor cumpărătorilor în ceea ce privește achizițiile imobiliare, precum și alte informații valoroase pentru părțile implicate, precum și adaptarea proiectelor imobiliare în funcție de cerințele pieței și oferirea de produse și servicii care să satisfacă cele mai sofisticate nevoi ale cumpărătorilor într-o piață imobiliară în continuă evoluție.

În vederea realizării studiului, este important să parcurgem câteva etape:

➤ Stabilirea scopului și a necesarului de informații;

➤ Identificarea subiecților participanți la cercetare, pentru a obține informații atât cantitative, cât și calitative;

➤ Stabilirea obiectului cercetării și existența legăturii logice între subiecți și obiectul cercetării;

➤ Evidențierea metodelor, tehnicilor și instrumentelor de marketing care vor fi utilizate în cadrul cercetării;

- Determinarea factorilor care influențează cererea de imobile, precum și dimensiunile comportamentale care influențează achiziția unui bun imobiliar;
- Compararea rezultatelor obținute din chestionarea persoanelor fizice și a persoanelor juridice, în scopul identificării particularităților de cumpărare și abordarea acestora de pe poziția atât a cumpărătorului, cât și a vânzătorului;
- Identificarea principalelor tendințe de dezvoltare ale pieței imobiliare, prin analiza informațiilor obținute din interviuarea experților în domeniul imobiliar și economic.

După cum a fost menționat și în capitolul 2, subcapitolul 2.2., o cotă semnificativă în cadrul pieței imobiliare totale o ocupă piața imobilului locativ (rezidențial), astfel încât cercetarea va fi focusată spre studierea acesteia. Totodată, conform rezultatelor analizei realizate în capitolul 2, observăm gradul înalt de concentrare a noilor construcții, precum și a imobilului secundar expus vânzării în municipiul Chișinău și în imediata apropiere a acestuia, ceea ce denotă faptul că orașele mari, în mod special capitala, reprezintă locația perfectă unde și-ar dori consumatorii să fie amplasat imobilul pe care îl doresc ca achiziție. Deci, în cele ce urmează, vom realiza o cercetare directă, care are drept scop analiza detaliată a pieței imobiliare locative, a factorilor care o influențează și a impactului acesteia asupra economiei și societății în ansamblu, prin explorarea comportamentului principalilor actori care sunt prezenți în cadrul pieței imobiliare.

În aceeași ordine de idei, drept justificare a studierii pieței imobilului locativ/rezidențial în cadrul cercetării, revine clasificării și caracteristicii bunurilor imobiliare, prezentate de specialiștii în domeniul imobiliar, care clasifică imobilele în funcție de destinație în 3 mari categorii [43]:

- bunuri imobiliare locative (rezidențiale), care includ: apartamente, case de locuit particulare, case sezoniere, vile etc.,
- bunuri imobiliare nelocative, în care se regăsesc: bunurile imobiliare comerciale, instituționale, industriale și recreaționale, și
- terenuri/pământ, care se referă la: terenurile destinate construcțiilor, terenurile de uz public, terenuri agricole (teren arabil) și terenuri destinate obiectelor comerciale și industriale.

Totodată, expertul în politici economice, Veaceslav Ioniță, afirmă că „în Republica Moldova recordul absolut al construcțiilor a fost atins în 2021, când s-au construit aproape 900 de mii de metri pătrați de spațiu locativ, dintre care peste 680 de mii de metri pătrați în municipiul Chișinău. Astfel, 75% din volumul construcțiilor totale sunt concentrate în municipiul Chișinău, ceea ce reprezintă 90% din valoarea acestora” [80].

Deci, reieșind din cele expuse anterior, obiectul de cercetare îl constituie piața imobiliară locativă din municipiul Chișinău, având drept scop evaluarea situației actuale a acesteia și a principalilor indicatori aferenți activității cu imobile, realizată prin identificarea principalilor

factori care influențează decizia de cumpărare în cadrul pieței imobiliare locative, a particularităților cererii în cadrul acesteia, a particularităților și dimensiunilor comportamentale ale cumpărătorilor, analiza opiniilor experților în vederea identificării tendințelor și a direcțiilor de dezvoltare ale acesteia.

Metodologia cercetării. În scopul colectării datelor cu privire la particularitățile de cumpărare și dimensiunile comportamentului cumpărătorului de imobile locative din municipiul Chișinău, a fost realizată o cercetare complexă, care include o cercetare cantitativă, bazată pe un sondaj de opinie în baza chestionarului, adresat cumpărătorilor / persoanelor fizice (prezentat în Anexa 14), care include 26 de întrebări de bază, conceput din 2 părți: prima care se referă la deținătorii de imobil locativ, cu scopul de a identifica particularitățile acestuia, a determina particularitățile cererii la momentul cumpărării, precum și evaluarea gradului de satisfacție al deținătorului în raport cu diferite criterii, și a 2-a parte, începând cu întrebarea a șaptea, se solicită respondenților părerea în ceea ce privește achiziția unui imobil pentru cei care nu dețin și a unui nou/alt imobil pentru cei care deja au în posesie; și o cercetare cantitativă, având la bază un chestionar adresat persoanelor juridice (companiilor de construcții, agenților imobiliari, dezvoltatorilor, precum și altor participanți direcți din cadrul pieței imobiliare), care cuprinde 28 de întrebări și este prezentat în Anexa 15. Acestea au fost distribuite electronic prin intermediul formularului Google, datele fiind colectate în perioada decembrie 2022 – iulie 2023. Totodată, în scopul aprecierii nivelului de dezvoltare actual al pieței imobiliare și pentru a identifica principalele tendințe în domeniu, a fost elaborat un ghid de interviu, alcătuit din 9 întrebări deschise, care a fost adresat experților în domeniul economic și imobiliar din Republica Moldova (Anexa 16).

Astfel, în cadrul *cercetării comportamentului de cumpărare al persoanelor fizice*, au fost stabilite următoarele obiective:

Obiectivul 1: Identificarea preferințelor și a cerințelor cumpărătorilor în raport cu parametrii bunului imobiliar pe care îl posedă sau dorește să îl achiziționeze;

Obiectivul 2: Ierarhizarea caracteristicilor proprietăților imobiliare, în funcție de importanța acestora în luarea deciziei de cumpărare;

Obiectivul 3: Identificarea și evaluarea influențelor externe (factorii economici, tendințele pieței imobiliare, politicile guvernamentale) și interne (experiențele anterioare, percepțiile și valorile individuale ale cumpărătorilor) și impactul acestora asupra deciziei de cumpărare a unui bun imobiliar;

Obiectivul 4: Identificarea cerințelor specifice ale cumpărătorilor față de bunurile imobiliare locative din Chișinău;

Obiectivul 5: Evaluarea nivelului de satisfacție al cumpărătorilor cu privire la bunul imobiliar cumpărat, precum și a experienței în procesul de cumpărare (căutare, analiză, oferte, calitate, disponibilitate, accesibilitate etc.);

Obiectivul 6: Identificarea tendințelor și direcțiilor de dezvoltare ale pieței imobiliare locative din Chișinău;

Obiectivul 7: Determinarea impactului crizelor economice și pandemice asupra comportamentului cumpărătorului de imobile și asupra pieței imobiliare per ansamblu.

Pornind de la obiectivele enumerate, au fost formulate următoarele ipoteze:

Ipoteza 1: Consumatorii, atât cei care sunt posesori de imobil, cât și cei care intenționează să procure, sunt preponderent orientați spre apartamente cu două odăi cu suprafețe de până la 75 m².

Ipoteza 2: Consumatorii acordă o importanță semnificativă prețului, facilităților, calității construcției și localizării în procesul selecției și achiziției unui bun imobiliar;

Ipoteza 3: Decizia de cumpărare este influențată, în mare măsură, de factorii economici, iar în mod special, de mijloacele financiare de care dispune consumatorul, împreună cu celelalte aspecte aferente acestui domeniu, cum ar fi inflația, rata dobânzilor la creditele ipotecare etc., precum și de factorii politici (instabilitatea politică din regiune cauzată de războiul din Ucraina);

Ipoteza 4: Cererea cumpărătorilor este orientată spre imobile construite în zone verzi ale orașului, din materiale ecologice și de înaltă calitate, cu cerințe specifice, în raport cu facilitățile pe care le oferă, cerințe cu privire la case SMART/INTELIGENTE etc.;

Ipoteza 5: Experiențele anterioare ale cumpărătorilor în achizițiile de bunuri imobiliare au un impact deosebit asupra deciziilor ulterioare și asupra modului în care abordează procesul de cumpărare, fie personal, fie ca sugestie pentru persoanele apropiate, ceea ce denotă faptul că cumpărătorul este satisfăcut de achiziția făcută;

Ipoteza 6: Piața imobiliară locativă din municipiul Chișinău are un potențial înalt de dezvoltare, datorită construcției de cartiere rezidențiale complexe în oraș și la periferiile orașului cu infrastructură dezvoltată, inclusiv aplicând noile tehnologii și inovații apărute în domeniul construcțiilor de imobil locativ, ceea ce ar facilita apariția de noi proiecte competitive și diferențierea acestora prin prisma unor criterii obiective și justificabile.

Ipoteza 7: Consumatorii au fost afectați atât de crizele economice, pandemice, cât și de cea politică din regiune, impactul acestora manifestându-se prin micșorarea capacității de plată a cumpărătorilor și prin incertitudinea și frica care domina atât perioada crizei pandemice, cât și perioada instabilității politice din regiune, cauzată de războiul dintre Rusia și Ucraina.

Stabilirea mărimii eșantionului. Pentru cercetarea de marketing, eșantionul trebuie să îndeplinească câteva cerințe privind dimensiunea, astfel încât să poată fi extrapolate rezultatele la întreaga populație, cu o eroare acceptabilă determinată de cercetător în funcție de necesitățile studiului. În momentul în care extrapolarea se efectuează pentru anumite caracteristici ale populației, mărimea eșantionului va fi stabilită în concordanță cu diverși parametri.

În scopul determinării mărimii eșantionului, când se urmărește identificarea și evaluarea unor atribute și caracteristici specifice, se utilizează formule statistice, având la bază conceptul de proporție pentru descrierea colectivității investigate. În cazul procentelor, este frecvent utilizată formula de calcul a mărimii eșantionului, având în vedere valoarea maximă a abaterii standard, care devine maximă atunci când procentul răspunsurilor afirmative este egal cu procentul răspunsurilor negative. În acest caz, produsul dintre procentul respectiv (notat cu p) și procentul complementar (notat cu 100-p sau 1-p) ia valoarea maximă. Orice altă combinație de valori ar duce la un produs mai mic decât 50x50. A fost stabilit că procentul de răspunsuri favorabile, notat cu "p", este de 50% în această situație, deoarece duce la obținerea abaterii standard maximă pentru variabilele binare. Alegerea procentului maxim de abatere permite determinarea unei mărimi suficiente a eșantionului, care garantează că eroarea (e) nu va depăși limita stabilită de cercetător. În cadrul cercetării, a fost definită o probabilitate de asigurare a rezultatelor la 95%, ceea ce corespunde unui nivel de încredere de 0,05. De asemenea, a fost stabilită o marjă de eroare de ± 5%.

Pornind de la valoarea maximă a abaterii standard, pentru a obține o eroare acceptată de ±5%, mărimea eșantionului va fi determinată după formula: [36, p. 477]

Formula 3.1.

$$n = \frac{t^2 * p * q}{e^2},$$

Unde:

n - reprezintă mărimea eșantionului,

t – reprezintă coeficientul de probabilitate a garantării rezultatelor cercetării sau a nivelului de încredere, prestabilită de cercetător,

p – ponderea neprocentuală a componentelor eșantionului care sunt caracterizate de un anumit atribut,

q – ponderea neprocentuală a componentelor eșantionului care nu sunt caracterizate de un anumit atribut și se determină conform relației 1-p,

e – marja de eroare acceptată.

Aplicând formula 3.1., dimensiunea eșantionului se calculează după cum urmează:

$$n = \frac{t^2 * p * q}{e^2} = \frac{1,96^2 * 0,50 * 0,50}{(0,05)^2} = \frac{0,9604}{0,0025} = 384,16 = 385$$

Deci, conform calculelor, 385 persoane reprezintă dimensiunea eșantionului pe care o putem considera reprezentativă, iar pe măsură ce crește dimensiunea acesteia, gradul de precizie va crește corespunzător.

În cadrul cercetării au fost acumulate 628 răspunsuri, ceea ce permite calculul cu exactitate a marjei de eroare aplicată, care evident e mai mică decât valoarea admisibilă utilizată în cadrul cercetărilor de marketing (de $\pm 5\%$).

Deci, aplicând formula inversă, care reiese din formula 3.1.(deducția autorului), obținem o marjă de eroare care va fi aplicată în cadrul cercetării:

Formula 3.2.

$$e = \sqrt{\frac{t^2 * p * q}{n}} = \sqrt{\frac{0,9604}{628}} = \sqrt{\frac{0,001529}{628}} = 0,0391$$

Așadar, în cazul unui eșantion de 628 de persoane, marja de eroare va fi de 0,391, adică 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.

Cercetarea realizată în rândul agenților economici. În conformitate cu cele expuse de expertul Veaceslav Ioniță, din cadrul Institutului pentru Dezvoltare și Inițiative Sociale (IDIS) „Viitorul”, în timpul interviului realizat în cadrul cercetării, în Republica Moldova există un număr impunător de companii care își desfășoară activitatea în cadrul pieței imobiliare, cum ar fi: dezvoltatori, companii de proiectare, companii de design, companii care comercializează materiale de construcții, companii care se ocupă cu construcția nemijlocită a imobilului, agenții imobiliare. Dintre acestea, cca 200 de companii au activitate de bază conform actului de constituire, însă active pe piață sunt în jur de 60 companii, și doar 10 dintre ele pot fi caracterizate ca titani ai sectorului respectiv, care dețin majoritatea în ceea ce privește volumele de vânzări, lucrări de construcție etc.

În paralel, a fost stabilită o listă a companiilor (în jur de 114), care își desfășoară activitatea în cadrul pieței imobiliare, care cuprinde companii de construcții, dezvoltatori, agenții imobiliare și brokeri imobiliari. În urma analizei informațiilor cu privire la acestea, pentru a identifica contactele și pentru a transmite link-ul care include interviul aprofundat (unele companii au fost contactate, altele li s-a expediat un email), s-a constatat că o bună parte din aceste companii sunt inactive, și-au sistat activitatea din diferite motive, o altă parte dintre acestea nu au nici o tangență cu domeniul imobiliar sau cu sectorul construcțiilor și se regăsesc în lista respectivă doar din

considerentul că la fondarea companiilor a fost ales acest domeniu ca unul adiacent activității de bază, și drept urmare, au fost scoase din eșantion.

Astfel, analizând activitatea fiecărei companii în parte, s-a ajuns la un număr de 58 de entități (Anexa 17 și Anexa 18): companii de construcții care au cel puțin un proiect activ, fie dat în exploatare, fie în realizare, și agenții imobiliare care își desfășoară activitatea nemijlocit în cadrul pieței imobiliare, ceea ce coincide cu estimările expertului Veaceslav Ioniță, expuse anterior. În același timp, acest aspect a fost confirmat și de directorii și managerii mai multor agenții imobiliare în cadrul interviului, care susțin că pe piața municipiului Chișinău există o mulțime de companii care nu au nici o tangență cu piața imobiliară, doar au indicat această activitate posibilă în actele de constituire ale companiilor.

Au fost invitate pentru a participa la cercetare toate cele 58 companii, fiind luată legătura cu directorii, administratorii și managerii companiilor respective prin intermediul email-ului, telefoanelor de contact sau prin vizitarea nemijlocită a sediului agentului economic. Ținem să menționăm că au fost depuse eforturi maxime, însă din cele 58 de companii, au oferit un feedback pozitiv 19 companii, ceea ce reprezintă circa o treime (32,75 %) din numărul total al acestora.

Astfel, reieșind din rezultatele obținute în urma chestionării persoanelor fizice, în baza răspunsurilor oferite de respondenți cu privire la datele socio-demografice solicitate, constatăm că (Anexa 19, figura A.19.1.):

- 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.

Totodată, urmare a răspunsurilor oferite de respondenți, constatăm că mai bine de jumătate din numărul acestora nu dețin imobil propriu, informație reprezentată în figura 3.1.:

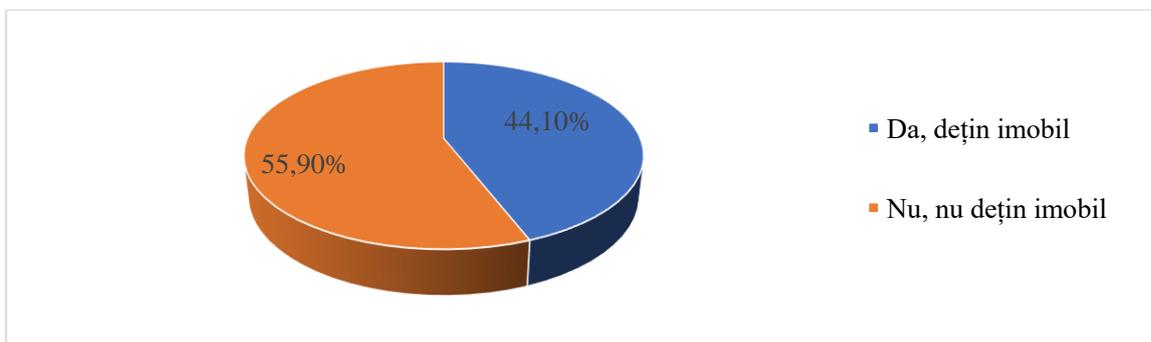


Figura 3.1. Pondere deținătorilor de imobil, %
Sursa: elaborată de autor în baza rezultatelor cercetării

Deci, conform rezultatelor chestionării, din 100 % respondenți, 59,9% din persoane nu dețin imobil propriu, iar celelalte 44,1% din persoane participante la cercetare, susțin că sunt posesori de imobil.

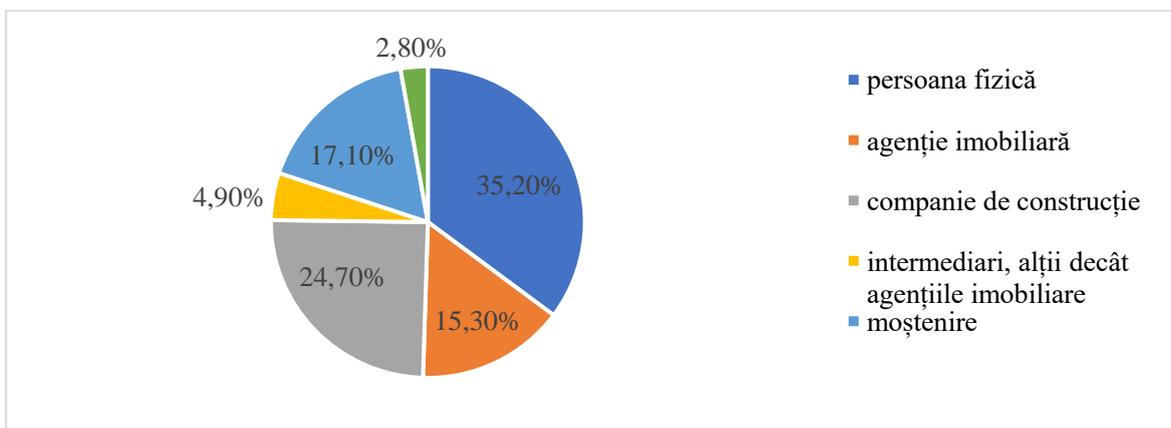


Figura 3.2. De la cine a fost procurat imobilul, %
Sursa: elaborată de autor în baza rezultatelor cercetării

Totodată, din respondenții care dețin imobil, o bună parte (practic mai bine de o treime din respondenți) au indicat că l-au achiziționat de la persoane fizice - 35,20%, 24,70% - de la companii de construcție, prin moștenire au primit imobilul 17,1% dintre respondenți, 15,30% dintre aceștia au cumpărat imobilul prin intermediul agențiilor imobiliare, alte 4,90% - de la intermediari, alții decât agențiile imobiliare (aici se includ companiile de transport, arhitecți, proiectanți, companii care prestează diverse servicii sau comercializează utilaje sau articole necesare în construcția imobilului, cum ar fi cazane, țevi, cablu etc., și care primesc în schimbul lucrărilor sau articolelor respective suprafețe corespunzătoare înțelegerii dintre părți din imobilul respectiv), și 2,80% din totalul respondenților care și-au construit imobilul cu forțele proprii sau apelând la companii specializate.

Solicitând respondenților informații cu privire la tipul imobilului pe care îl deține respondentul (figura 3.3.), 42,6% afirmă că au achiziționat imobil din cadrul pieței primare, 31,8

% dintre aceștia au optat pentru un imobil din cadrul pieței secundare, 19,9% dintre respondenți au cumpărat case individuale (vile, case de tip duplex, triplex), 15,2% dintre persoanele participante la cercetare, care dețin imobil, locuiesc în cămine familiale, și alte 0,7% au ales opțiunea altele, fără să specifice varianta proprie.

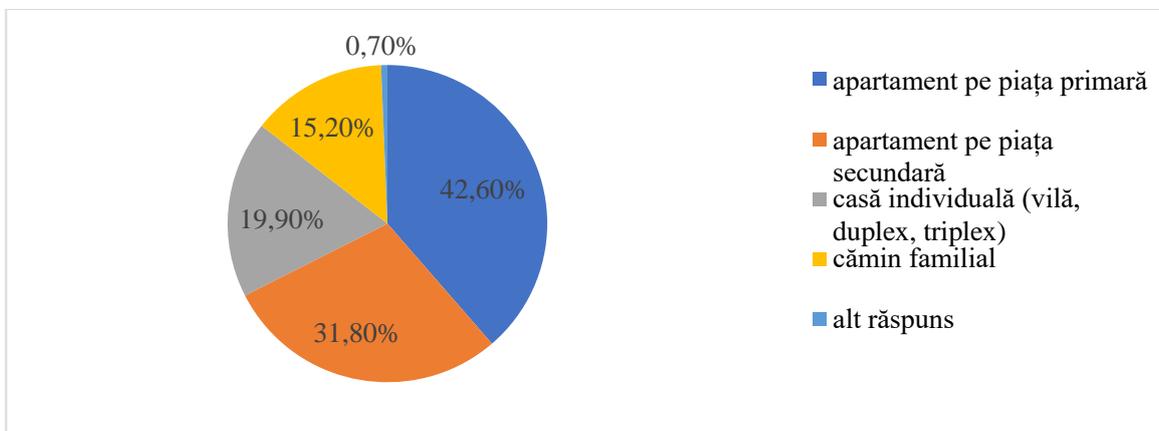


Figura 3.3. Tipul de imobilul care aparține respondentului, %
Sursa: elaborată de autor în baza rezultatelor cercetării

Fiind întrebați care au fost cerințele față de imobil la momentul achiziției acestuia, respondenții au oferit răspunsurile după cum este prezentat în figura 3.4.:

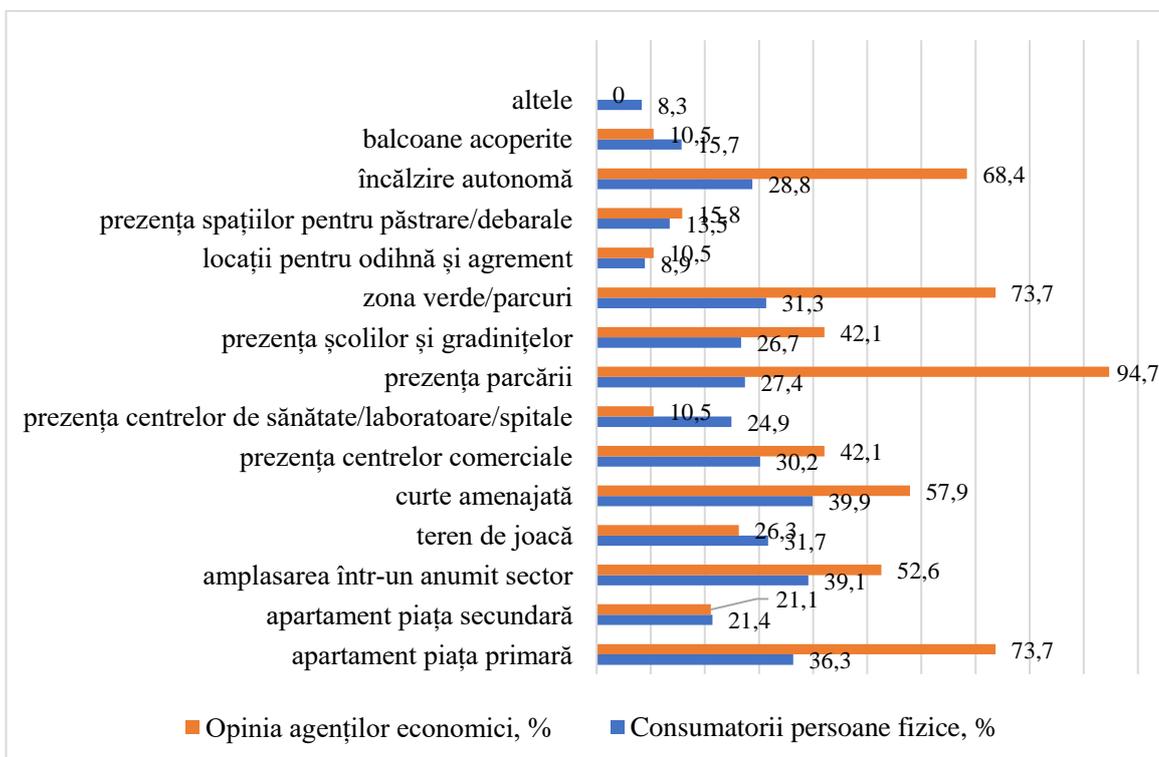


Figura 3.4. Cerințe față de imobil la momentul achiziției, %
Sursa: elaborată de autor în baza rezultatelor cercetării

Analizând datele oferite de respondenți cu referință la cerințele față de imobilul achiziționat, observăm că cele mai solicitate de o bună parte din respondenți au fost imobilele noi, adică apartamentele din cadrul pieței primare 36,3% din total, pe când 21,4 % 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 % din persoane 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, 15,7 % din respondenți, prezența debaralelor a fost solicitată de doar 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 nu atât de importantă în luarea deciziei de cumpărare, au manifestat interes pentru acest aspect și a fost considerat ca fiind important doar 8,9 % din totalul respondenților. La opțiunea altora, se conturează câteva cerințe generale, doar că formulate diferit, cum ar fi faptul că au fost acceptate condițiile așa cum erau prevăzute în proiect, un simplu motiv ar fi că a fost primit imobilului ca moștenire și a fost acceptat așa cum a fost primit, iar alte câteva persoane au ales imobilul din cauză că avea preț accesibil, câte o persoană - din cauza amplasării și a suprafeței acestuia.

Totodată, analizând în paralel și datele oferite de agenții economici, ierarhia propusă de aceștia are cu totul alte caracteristici stabilite ca prioritare: prezența parcarii (97,7 %), apartament în cadrul pieței primare și situația imobilului în zonă verde sau în imediata apropiere a parcurilor, care au obținut câte 73,9 %, o cerință necesară unui imobil, conform răspunsurilor oferite de agenții economici, este încălzirea autonomă, cu o pondere de 68,4%. Au urmat și alte particularități, la unele dintre ele, răspunsurile oferite de consumatori și cele oferite de agenții economici fiind echivalente, cum ar fi: apartamentul să fie din cadrul pieței secundare, prezența terenului de joacă, prezența locurilor pentru păstrare, loc pentru odihnă și agrement, cerința pentru balcoane acoperite etc.

Solicitând respondenților să indice numărul de odăi și suprafața imobilului deținut, a făcut posibilă obținerea informației din figurile 3.5. și 3.6. Așadar, 50,2 % din participanții la cercetare

au optat pentru un imobil cu două odăi, 28,60 % din persoane - cu trei odăi, cca 10,00 % din persoane optează pentru bunuri imobiliare / apartamente cu o odaie, 7,10 % dintre aceștia - cu patru odăi, și cca 4,10 % reprezintă respondenții care au ales o variantă de imobil / sau au moștenit unul cu mai mult de patru odăi.

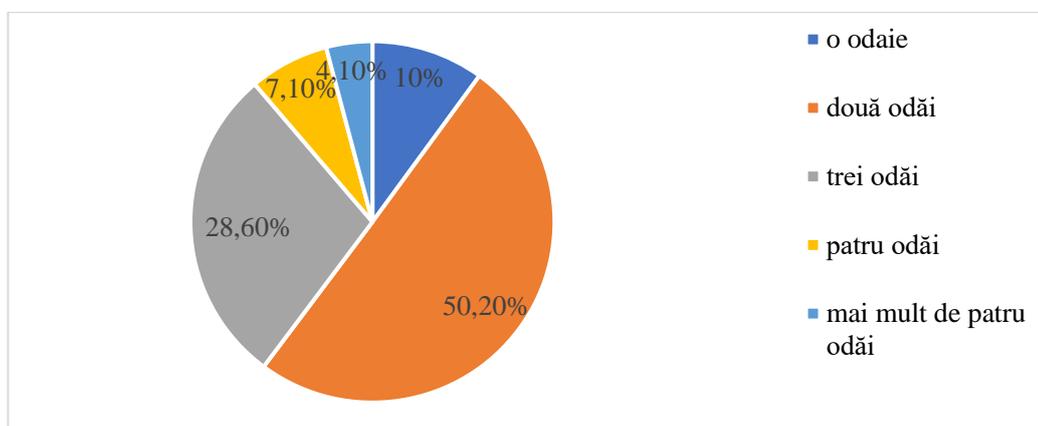


Figura 3.5. Parametrii imobilului pe care îl are în posesie respondentul (în funcție de numărul de odăi), %

Sursa: elaborată de autor în baza rezultatelor cercetării

În ceea ce privește suprafața imobilului, 39,40 % din persoanele respondente dețin un imobil cu suprafața de până la 75 m², 31,30 % – până la 55 m², 21,20 % – mai mult de 96 m², și alte 8,10 % reprezintă acele persoane care dețin un imobil cu suprafața de până la 95 m² (figura 3.6.).

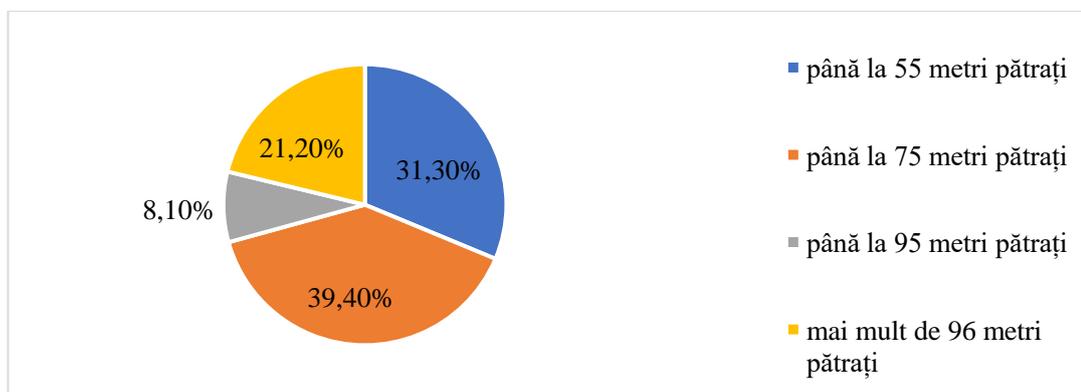


Figura 3.6. Parametrii imobilului pe care îl are în posesie respondentul (în funcție de suprafață), %

Sursa: elaborată de autor în baza rezultatelor cercetării

Analizând datele prezentate de agenții economici, observăm că părerea acestora coincide cu cea a cumpărătorilor în ceea ce privește numărul de odăi solicitate la cumpărarea imobilelor, mai exact 89,5 % din participanți la cercetare au specificat că apartamentele cu 2 odăi sunt cele mai solicitate de consumatori, ceea ce este reprezentat în Anexa 19, figura A.19.2. și figura A.19.3.

În ceea ce privește casele individuale, conform rezultatelor cercetării, se solicită preponderent imobile care au două nivele și o suprafață de circa 150 m².

Fiind întrebați referitor la amplasarea imobilului pe care îl au în posesie, se constată că doar 17 % din respondenți dețin imobil în altă localitate în afara de municipiul Chișinău sau în imediata apropiere a acestuia, rezultatele repartizării opiniei respondenților fiind reprezentată grafic în figura 3.7., din care observăm că cele mai solicitate sectoare sunt sectorul Râșcani (23,4 %), sectorul Centru (20,00 %) și Ciocana (19,00 %), 8,5 % dintre respondenți au imobile amplasate în sectorul Botanica, 7,4 % – Buiucani și 5 % în suburbiile orașului Chișinău. În cele expuse de către agenții economici, observăm că sectorul Râșcani (57,9 %), ca și în cazul cumpărătorilor, este cel mai solicitat sector, fiind urmate de sectorul Buiucani și suburbiile Chișinăului cu 52,6 % și, respectiv, 53,2 %. Cea mai slabă apreciere a fost acumulată de sectorul Centru al capitalei și sectorul Botanica. (Anexa 19, figura A.19.4.)

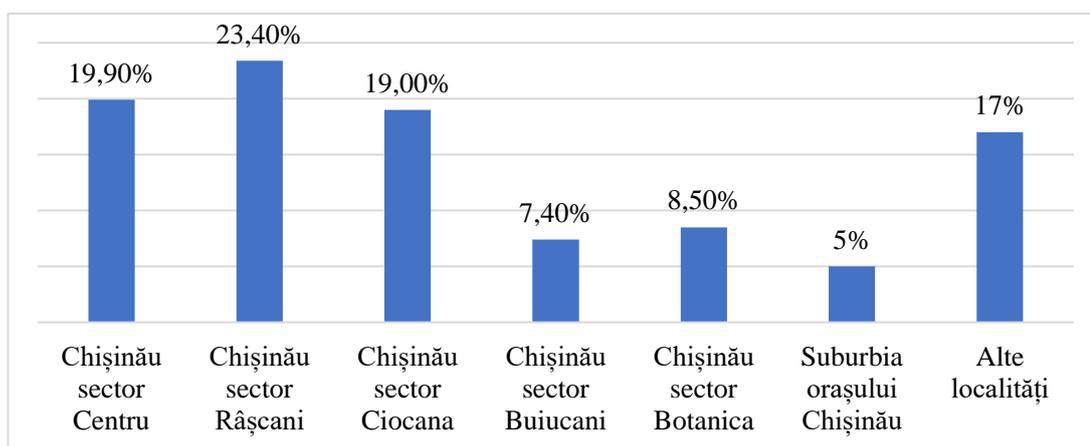


Figura 3.7. Locația/amplasarea imobilului (opinia persoanelor fizice), %
Sursa: elaborată de autor în baza rezultatelor cercetării

Evaluând gradul de satisfacție al respondenților în raport cu mai multe caracteristici ale imobilului, a fost utilizată diferențiala semantică, unde respondenții au evaluat cu calificative de la foarte mulțumit (scorul maxim fiind de 5 puncte) până la foarte nemulțumit (1 punct) un șir de caracteristici ale imobilului. Scorul mediu obținut de fiecare în parte este indicat în tabelul A.19.1., Anexa 19. Analizând scorurile medii obținute de caracteristicile enumerate, observăm că respondenții manifestă un grad înalt de mulțumire în raport cu amplasarea imobilului, caracteristică care a obținut cel mai înalt scor mediu (4,25 din 5 maxim posibil), fiind urmată de infrastructura regiunii unde este amplasat imobilul (Scorul mediu = 4,14), calitatea imobilului (Scorul mediu = 4,07) etc.

Totodată, respondenții au fost rugați să se expună cu privire la intenția de cumpărare a unui imobil pe viitor, părerea acestora fiind sistematizată în figura 3.8.:

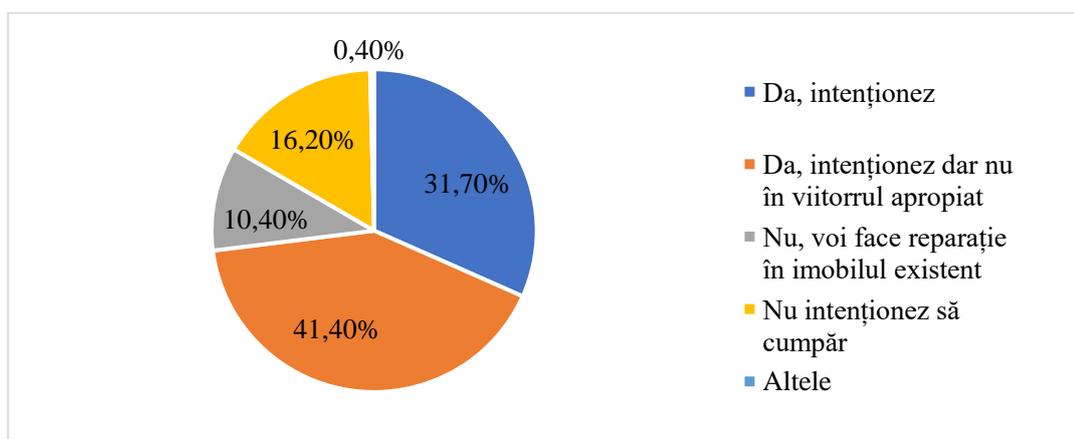


Figura 3.8. Intenția de cumpărare a unui nou imobil, %
Sursa: elaborată de autor în baza rezultatelor cercetării

Astfel, observăm că 73,1% din totalul respondenților intenționează să cumpere un imobil, dintre care 41,40% afirmă că au intenția, dar nu în viitorul apropiat, 26,60 % nu intenționează să cumpere un imobil, dintre care 10,40 % vor face reparație în imobilul pe care îl dețin la moment, în categoria *altele*, au fost specificate două variante de comportament în raport cu intenția de cumpărare, și anume – intenția de a schimba imobilul pe altul mai mare cu reparație și o persoană care nu a putut să ofere un răspuns.

Analizând sursele de informare posibile la care se apelează în cazul procurării unui imobil, se observă o pondere de 66,4 % din totalul răspunsurilor a surselor personale de informație, adică familia, prietenii, rude etc., sursele de marketing fiind clasate pe locul secund (47,8 %), după importanța și credibilitatea acestora pentru cumpărător, sursele experimentale – 35,2 %, iar cele publice, doar 23,1% din totalul de răspunsuri. Aceste răspunsuri vin ca o confirmare a ipotezei (nr. 5), conform căreia decizia de cumpărare este influențată semnificativ de experiențele anterioare ale cumpărătorului sau a apropiaților acestuia, în mod special, de recomandările și experiențele altor consumatori, cum ar fi prieteni, familie sau recenzii online.

Fiind întrebați care ar fi tipul imobilului pe care l-ar dori ca achiziție, ponderea cea mai mare din totalul răspunsurilor a fost obținută de apartamentele noi, din cadrul pieței primare, pentru care au optat 47,0 % din respondenți, 36,8 % din aceștia și-ar dori/intenționează să cumpere casă individuală, 27,4 % doresc achiziția unui garaj, 25,5 % - își doresc un apartament din cadrul pieței secundare, existent deja, fără a mai fi dispus să aștepte, 20,06 % din cei participanți și-ar dori un

imobil cu loc de parcare, iar 13,05 % să aibă și debara sau alte spații de păstrare, 0,2 % (o persoană) a indicat la opțiunea *altele* că și-ar dori procurarea unui lot pentru construcție (figura 3.9.).

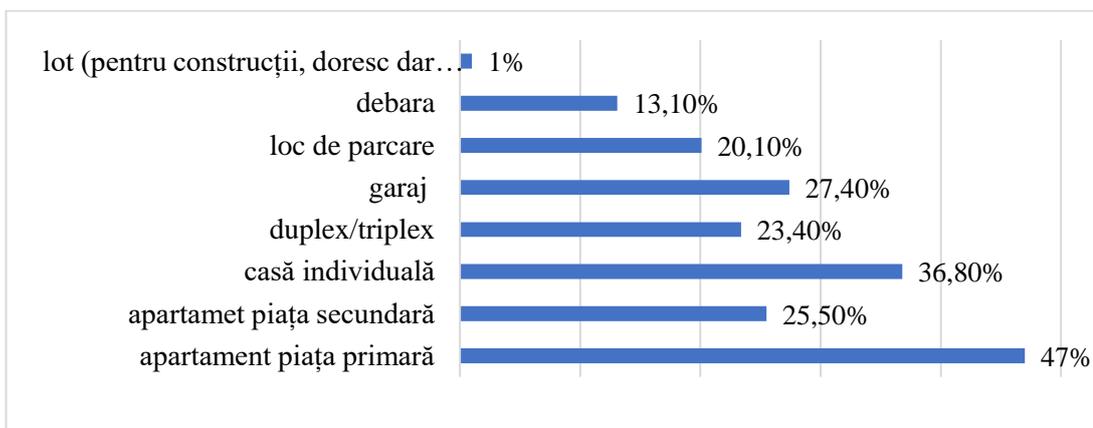


Figura 3.9. Tipul imobilului pe care ar dori să îl achiziționeze cumpărătorul, %
Sursa: elaborată de autor în baza rezultatelor cercetării

Totodată, respondenții au fost rugați să indice care ar fi cerințele suplimentare față de imobilul solicitat și au fost propuse opțiuni care reflectă, în mare măsură, soluții cu privire la inovațiile tehnologice și ingineresti din domeniul respectiv, iar respondenții, prin răspunsurile acordate, au manifestat un interes sporit pentru fiecare opțiune propusă și au confirmat importanța acestora pentru dezvoltarea ulterioară a sectorului construcțiilor (figura 3.10.).

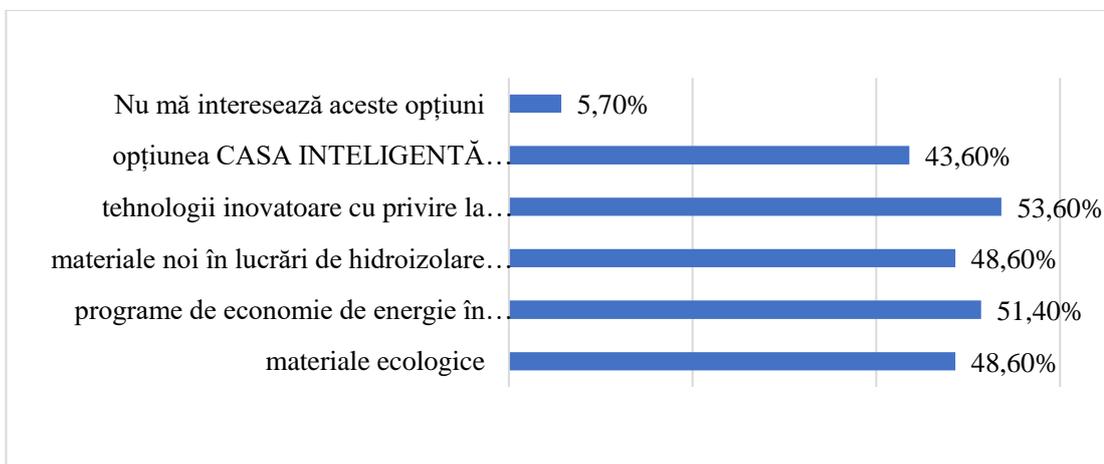


Figura 3.10. Cerințe specifice aferente bunului imobiliar, %
Sursa: elaborată de autor în baza rezultatelor cercetării

Fiind întrebați dacă sunt dispuși să achite mai mult pentru o locuință construită prin aplicarea inovațiilor din domeniul respectiv și în conformitate cu noile tehnologii din domeniu, 72,8% din respondenți au răspuns afirmativ, dintre care 20,7% au oferit un răspuns ferm afirmativ. Cu

siguranță nu sunt gata să achite suplimentar 7,1% dintre cei care au participat la cercetare și 22,1% indeciși, care nu sunt dispuși să plătească. (figura 3.11.).

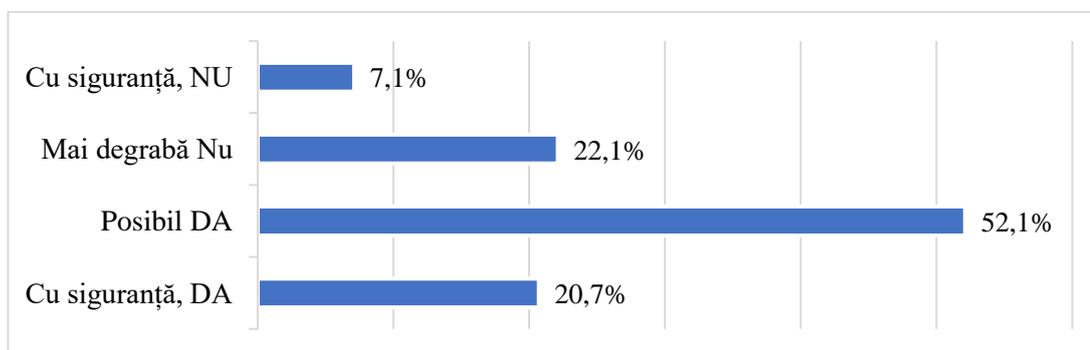


Figura 3.11. Disponibilitatea de a achita mai mult pentru o locuință construită după noile tehnologii (materii prime ecologice și inovații tehnologice), %

Sursa: elaborată de autor în baza rezultatelor cercetării

În paralel, întrebări cu privire la acest aspect au fost adresate și agenților economici, care au afirmat că deja utilizează unele dintre inovațiile noi apărute atât din domeniul materialelor de construcție, cât și referitor la noutățile în raport cu noile tehnologii utilizate în construcția de imobil locativ, aceștia afirmând că sunt utilizate materiale de construcție ecologice, se implementează programele cu privire la economia de energie în construcție, sunt utilizate materiale noi pentru lucrările de hidroizolare și anti-coroziune etc., considerând, unanim, că inovațiile tehnologice în domeniul construcției de imobil locativ vor duce la creșterea calității bunurilor imobiliare, ar putea reprezenta elemente de diferențiere al imobilelor/blocurilor și al companiilor din cadrul pieței, ar duce la stimularea cererii etc. Detaliat, opinia agenților economici este prezentată în Anexa 20.

Pornind de la rezultatele prezentate în figura 3.10. și 3.11., putem considera confirmată ipoteza (nr. 6) precum că piața imobiliară locativă din municipiul Chișinău are potențial de dezvoltare, inclusiv datorită aplicării tehnologiilor noi, materialelor ecologice etc., apărute în domeniul construcțiilor de imobil, și ipoteza (nr. 4), care se referă la aceea că tot mai des apare cererea din partea cumpărătorilor pentru imobile construite în zone verzi ale orașului, din materiale ecologice și de înaltă calitate, cu cerințe specifice în raport cu facilitățile pe care le oferă, cerințe cu privire la case SMART/INTELIGENTE etc., după cum se observă în rezultatele cercetării, respondenții manifestând interes sporit pentru diverse soluții inovative care apar și se aplică în domeniul respectiv, cca 95% din respondenți au optat pentru una sau mai multe variante propuse, totodată, aceștia fiind gata să achite suplimentar (22,10 % - cu siguranță vor achita) pentru orice inițiativă în această direcție.

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, iar scorul mediu pentru fiecare dintre acestea sunt sistematizate în tabelul A.19.2., din Anexa 19. Scala diferențialei semantice utilizate pentru colectarea răspunsurilor la această întrebare din chestionar a permis calculul scorurilor medii obținute de fiecare caracteristică în parte și a facilitat analiza și ierarhizarea acestora în funcție de importanța fiecărei caracteristici în luarea deciziei de cumpărare pentru cumpărător, atât din punctul de vedere al cumpărătorilor, persoane fizice, cât și al ofertanților prezenți în cadrul pieței imobiliare din Republica Moldova, și în mod special, pe piața municipiului Chișinău. După cum se observă, 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, care exprimă opinia agenților economici participanți la cercetare. Amplasarea imobilului, prezența parcurii, infrastructura regiunii reprezintă caracteristici care au obținut un scor mediu de peste 4, ceea ce denotă faptul că respondenții au tendința să manifeste un interes sporit față de aceste caracteristici în luarea deciziei de cumpărare. Reprezentanții ofertei de imobile locative din municipiul Chișinău au dat un punctaj de 4,32 pentru opțiunea *zona verde /parcuri*, considerând-o foarte importantă în luarea deciziei de cumpărare. Rezultatele obținute confirmă ipoteza (nr. 2), potrivit căreia consumatorii acordă o importanță semnificativă prețului, calității construcției și localizării acesteia în cadrul achiziției unui bun imobiliar.

Ulterior, respondenții au fost rugați să aleagă din variantele propuse, care sunt parametrii imobilului pe care intenționează să îl achiziționeze, și a fost obținută următoarea distribuție a opiniilor acestora (figura 3.12. și 3.13.):

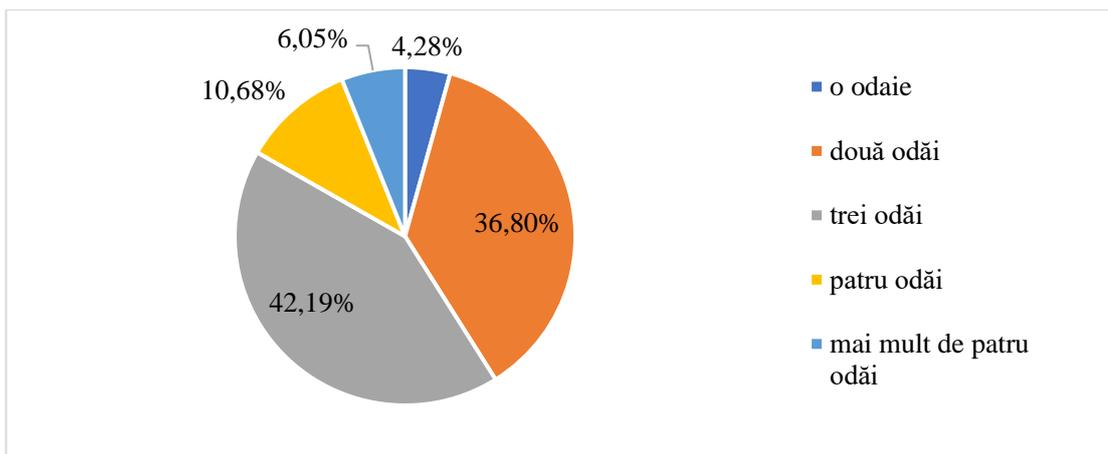


Figura 3.12. Tipul de imobil solicitat în raport cu numărul de odăi, %
Sursa: elaborată de autor în baza rezultatelor cercetării

În figura 3.12., se observă că marea majoritate a respondenților, 42,17 %, și-ar dori un apartament/imobil locativ cu trei odăi, alte 36,8 % din respondenți ar dori să achiziționeze un apartament cu două odăi, 10,68 % din persoanele participante la cercetare și-ar dori un imobil cu patru odăi, 6,05 % – imobile care vor avea mai mult de 4 odăi și 4,27 % sunt reprezentate de persoane ce optează pentru alegerea unui apartament cu o odaie.

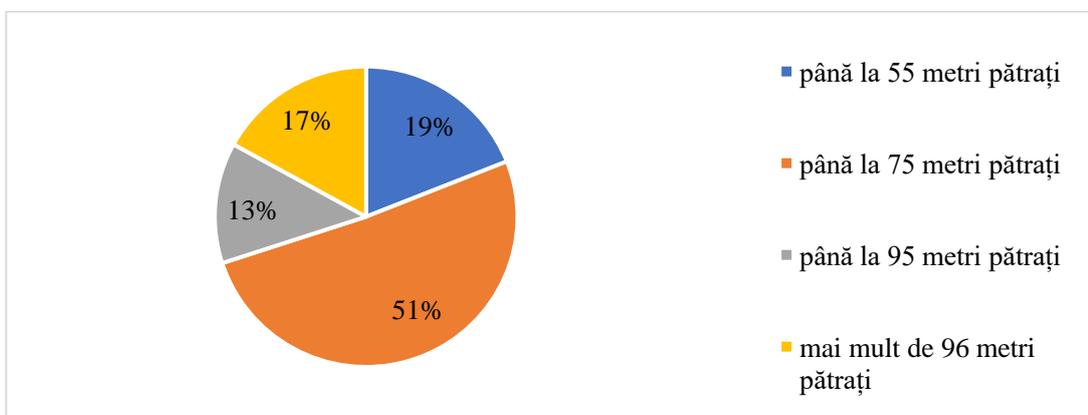


Figura 3.13. Parametrii imobilului dorit de respondent în raport cu suprafața, %
Sursa: elaborată de autor în baza rezultatelor cercetării

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 (nr. 1) precum că consumatorii care intenționează să procure, sunt preponderent

orientați spre apartamente cu suprafețe de până la 75 m² – 70 % din respondenți. Aceste imobile ar putea fi reprezentate de apartamente cu două și chiar trei odăi, deoarece se atestă în ultima perioadă o tendință de construcție a imobilelor cu suprafețe mai mici, în detrimentul celor spațioase care au fost solicitate o bună perioadă de timp. În același context, menționăm că opinia ofertanților din cadrul pieței imobiliare coincide cu cea a cumpărătorilor, primii afirmând că se solicită, de regulă, imobile locative cu suprafața până la 75 m², opțiune pentru care au optat 53 % dintre agenți participanți la cercetare, urmată de imobilele locative cu suprafața de până la 55 m², pentru care au optat 26,3%. În Anexa 19, figura A.19.3., este reprezentată informația completă la subiectul respectiv.

Preferințele de cumpărare a unui nou/alt imobil de către respondent, a fost criteriul care a solicitat opinia acestora și a furnizat informații după cum urmează în figura 3.14., observându-se că cca 71 % din respondenți optează pentru un imobil locativ situat în unul dintre sectoarele municipiului Chișinău, sectoarele Ciocana, Râșcani și Botanica, cu mici diferențe între rezultatele obținute, situându-se în topul preferințelor cumpărătorilor, doar 10,20 % din răspunsuri au fost acordate de persoane care și-ar dori ca imobilul achiziționat să fie amplasat în altă localitate decât orașul Chișinău sau suburbiile acestuia și cca 19% și-ar dori să achiziționeze un imobil locativ situat în suburbia orașului Chișinău.

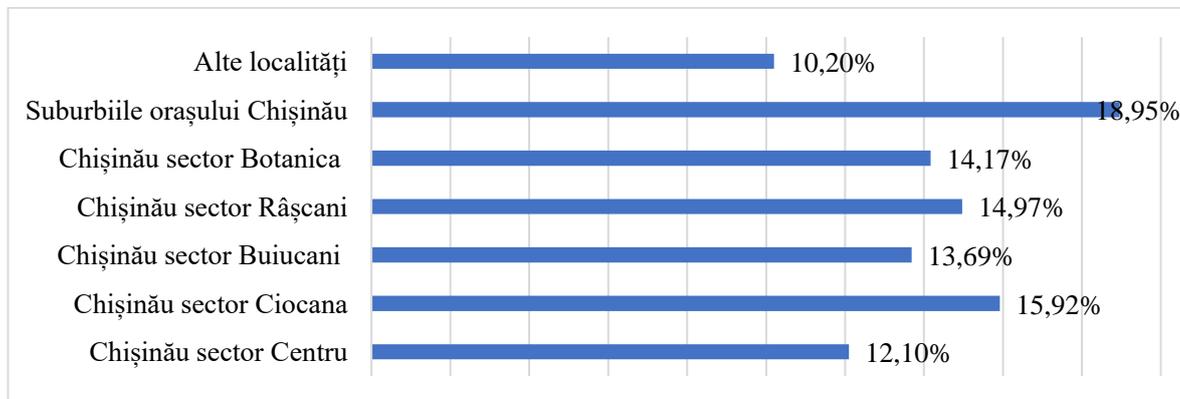


Figura 3.14. Preferințele privind amplasarea imobilului, în %
Sursa: elaborată de autor în baza rezultatelor cercetării

Analizând răspunsurile respondenților, observăm că opinia acestora preponderent coincide cu cea a cumpărătorilor, iar cele mai solicitate fiind suburbiile orașului Chișinău (53,2% din răspunsuri), sectorul Râșcani (57,9 %) și sectorul Buiucani din capitală (52,6%). Anexa 19, figura A.19.3.

În același timp, agenții economici au fost rugați să își împartă experiența cu privire la interesul pe care îl au cumpărătorii acestora în raport cu casele individuale, solicitările acestora

fiind orientate preponderent spre imobilele locative cu 2 nivele (68,4 %), case cu un nivel (26,3%) și câte 0,5 % pentru opțiunile cu mai mult de 3 etaje și respectiv cu mansardă. (Anexa 21.)

În scopul identificării intenției de cumpărare, raportată la factorul timp, a fost solicitată opinia respondenților și s-a obținut o distribuție a opiniilor acestora, după cum este reprezentat în figura 3.15.

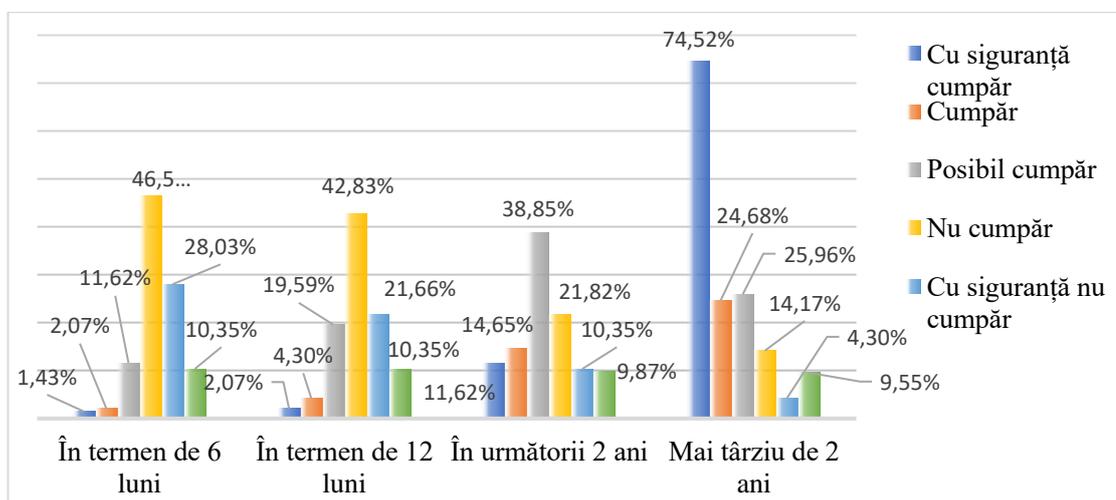


Figura 3.15. Intenția de cumpărare a unui imobil raportat la factorul timp, %
Sursa: elaborată de autor în baza rezultatelor cercetării

Din figura 3.15., putem observa că doar 3,34% din respondenți sunt gata să procure un imobil în termen de 6 luni, răspunsurile acestora fiind *cu siguranță cumpăr* (1,43%), și *cumpăr* (2,07%), 11,62% din persoane au ales opțiune *posibil cumpăr*, 74,52% din respondenți au afirmat că nu au intenția de a cumpăra un imobil locativ în următoarele 6 luni, iar 10,35% din cei chestionați s-au abținut de la oferirea unui răspuns. Observăm că ponderea răspunsurilor pentru opțiunea *cu siguranță cumpăr*, *cumpăr* și *posibil cumpăr* crește începând cu perioada până la 2 ani – 57,96 % din persoane, obținând rezultate maxime pentru varianta *mai târziu de 2 ani*, unde 71,97 % au confirmat intenția de cumpărare, aceasta situându-se la diferite nivele de intensitate: cu siguranță vor cumpăra - 21,34 % din respondenți, vor cumpăra - 24,68 % de persoane și posibil vor cumpăra - 25,96 % din persoane. Deci, concluzionând cele expuse anterior, putem afirma că populația la moment se află într-un moment de incertitudine și frică, deoarece chiar și cei care declarau anterior că sunt pregătiți financiar sau că au anumite rezerve, susțin că achiziția nu va fi realizată mai devreme decât în termen de 2 ani.

Aceste răspunsuri au fost generate de respondenți ca rezultat al impactului pe care l-au avut diverși factori de ordin extern asupra dimensiunilor comportamentale și a comportamentului de cumpărare al persoanelor (respondenților), printre care prețul imobilelor, scăderea capacității de

cumpărare a populației, incertitudinea apărută ca urmare a efectelor crizei pandemice și, mai nou, al instabilității politice din regiune, care au creat o stare de tensiune și frică în ceea ce privește investiția în imobile sau alte investiții de proporții. Acest aspect este confirmat și de răspunsurile respondenților cu privire la prețul imobilelor locative, prețul acestora fiind perceput ca fiind unul *foarte înalt* de 44,4 % din respondenți, 19,1 % din respondenți consideră prețul imobilelor locative din cadrul pieței imobiliare a municipiului Chișinău *înalt*, 17,20 % din persoane apreciază prețul cu calificativul *mediu*, pentru variantele de răspuns accesibil și foarte accesibil au optat 12,10 % și, respectiv, 7,17 % din persoanele participante la sondaj.

Fiind rugați să specifice care elemente influențează asupra prețului de vânzare al imobilului, având posibilitatea de a alege mai multe variante de răspuns, respondenții au identificat câțiva factori principali care, după părerea acestora, au 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 parcarii 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 3.16.

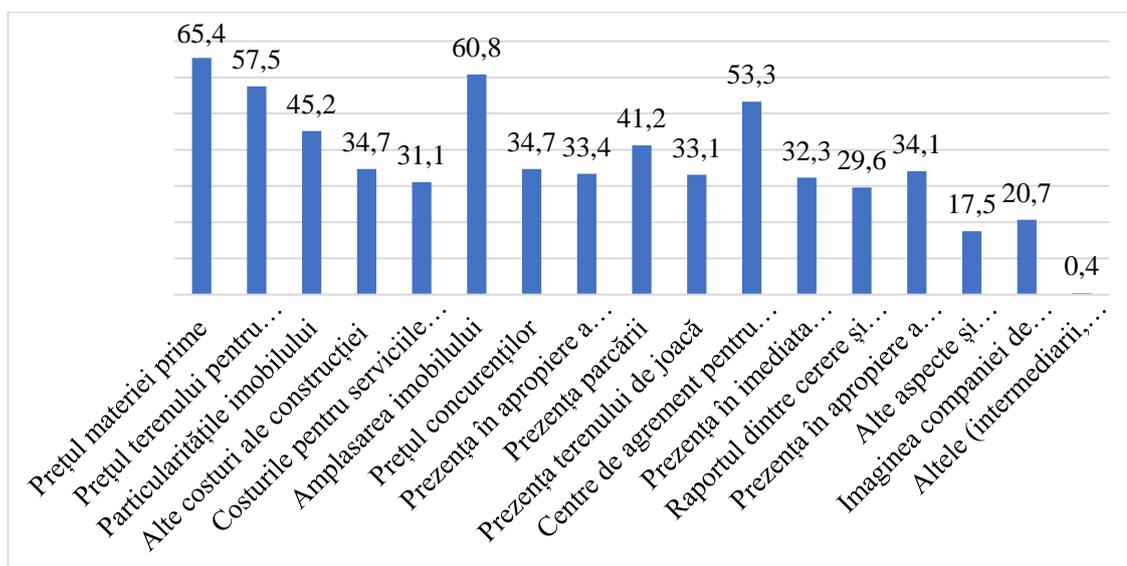


Figura 3.16. Ponderea factorilor de influență asupra prețului de vânzare al imobilului locativ, %

Sursa: elaborată de autor în baza rezultatelor cercetării

În același context, agenții economici au fost rugați să aprecieze cu note de la 10 (foarte important) până la 1 (foarte neimportant) caracteristicile care influențează la stabilirea prețului de vânzare al imobilului, iar în opinia ofertanților, cele mai importante trei caracteristici în stabilirea prețului bunului imobiliar locativ sunt: *prețul terenului pentru construcție, prețul materiei prime și zona în care se află imobilul* (amplasarea acestora în apropiere de spații verzi, parcuri și păduri reprezintă un avantaj competitiv). O cerință obligatorie față de imobil este considerată importantă atât de consumatorii finali, cât și de agenții economici și se referă la prezența parcarii, care influențează și asupra prețului imobilului, după cum observăm în informația reprezentată în Anexa 22.

La întrebarea cu privire la nivelul prețului acceptabil pentru un metru pătrat de 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. Detaliat, informația cu privire la opinia respondenților este reprezentată în figura 3.17.

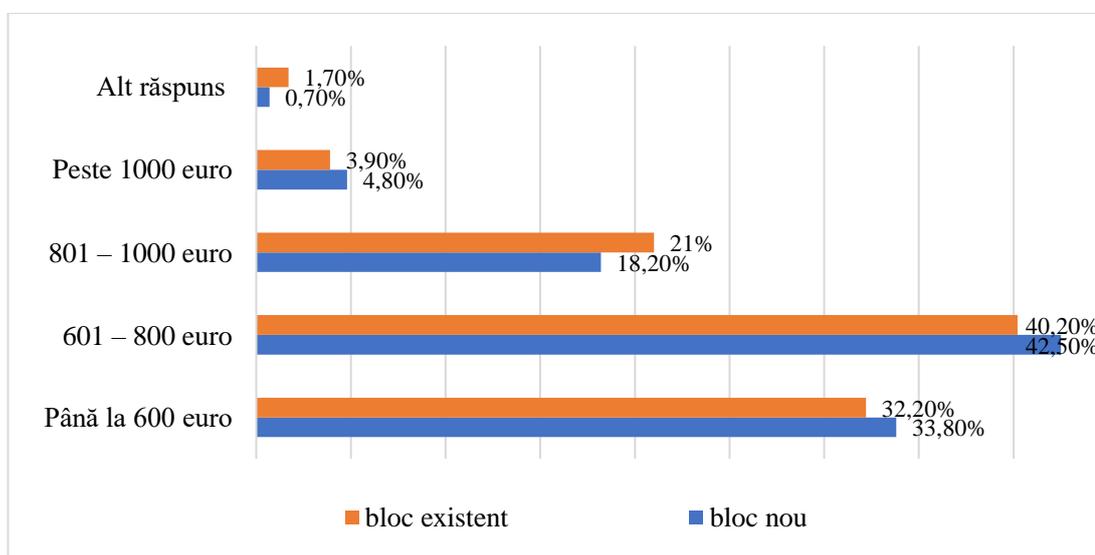


Figura 3.17. Nivelul prețului acceptat de consumator, bloc nou și bloc existent, €/m²
Sursa: elaborată de autor în baza rezultatelor cercetării

Din punctul de vedere al ofertanților, prețurile imobilelor locative pot fi considerate *înalte*, cu tendințe de creștere spre *foarte înalte* (Anexa 23, figura A.23.1.). În același timp, agenții economici au fost rugați să își expună părerea în raport cu evoluția prețurilor pentru imobilele

locative, majoritatea dintre aceștia, 63,15 %, considerând că prețurile la imobilele locative vor crește cu până la 10 % în următoarea perioadă, 10,53 % din companiile participante la sondaj consideră că prețurile vor crește cu mai mult de 10 %, 5,26 % din respondenți consideră că prețurile vor scădea cu până la 10 %, iar 21,05 % dintre aceștia consideră că prețurile vor rămâne stabile (Anexa 23, figura A.23.2.).

Totodată, cerând părerea cumpărătorilor cu privire la etapa la care consumatorul preferă să achiziționeze imobilul, o bună parte din respondenți (39,5 %) au afirmat că ar achiziționa imobilul după darea în exploatare a construcției, 27,5 % din respondenți - după finalizarea construcției, 26,4 % din respondenți ar prefera să își procure un imobil la începutul lucrărilor de construcție, posibil pentru unele avantaje financiare (reduceri pentru achitare integrală, reduceri pentru achitarea prin transfer etc.), și doar 6,1 % din respondenți au specificat că sunt gata să procure imobilul la etapa de proiect a viitoarei construcții de imobil locativ. La categoria *altele* (0,6 %), câte 0,2 % din partea cumpărătorilor, au fost primite trei variante de răspuns: respondentul nu are experiență, se dorește achiziționarea lotului pentru construcții și intenția acestuia de a investi în imobil după trecerea unui an de la darea în exploatare.

În ceea ce privește modalitatea de achitare pe care o aleg consumatorii (figura 3.18.), observăm că 13,1 % sunt pregătiți financiar pentru a achita imobilul integral la începutul construcției, 40 % din respondenți aleg să achite în rate, în conformitate cu un contract de vânzare – cumpărare stabilit între părți și în care sunt indicate toate aspectele legate de tranzacția respectivă. 17,2 % au optat pentru varianta de răspuns: jumătate de sumă la început, jumătate de sumă după darea în exploatare al imobilului, 15,4 % din respondenți vor apela la o companie de creditare, 13,9 % dintre ei nu au putut oferi un răspuns clar la această întrebare, alegând varianta – nu pot răspunde.

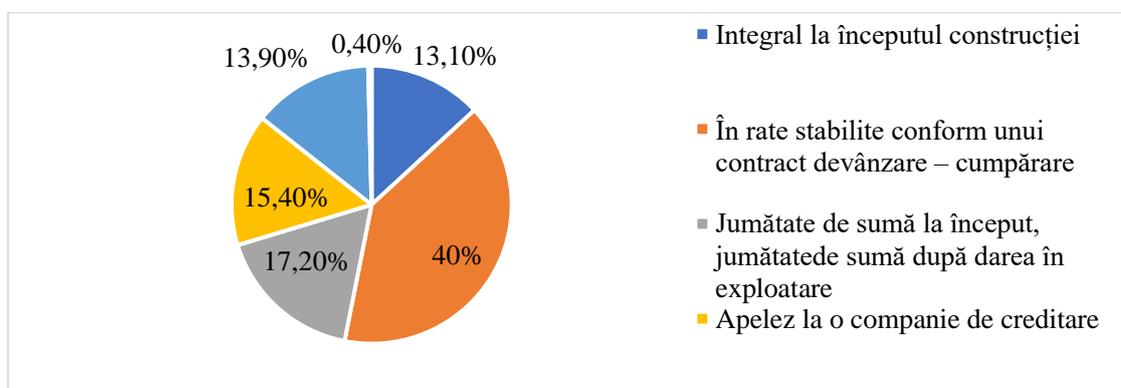


Figura 3.18. Preferințele cumpărătorilor în raport cu modalitatea de achitare pentru imobil, în %

Sursa: elaborată de autor în baza rezultatelor cercetării

Fiind rugați să specifice nivelul de pregătire financiară în cazul în care ar primi o ofertă avantajoasă la moment, respondenții au oferit răspunsurile după cum este reprezentat în figura 3.19. Concludem deci că 8,1 % din total respondenții sunt pregătiți pentru a achita integral sau în rate imobilul în cazul în care ar apărea o ofertă avantajoasă, 22,3 % dintre aceștia au afirmat că sunt pregătiți financiar, însă au anumite rezerve din cauza instabilității economice și politice din regiune cauzată de conflictul dintre Ucraina și Rusia, 32,8 %, au specificat că nu sunt pregătiți integral, însă au anumite rezerve și ar putea să facă față situației, 31,8 %, susțin că nu sunt pregătiți financiar, însă vor apela la companii de creditare pentru a-și realiza visul de a avea propria locuință (în acest context, băncile comerciale vin în ajutor persoanelor interesate și propun o serie de oferte de creditare imobiliară, informație prezentată succint în Anexa 24, tabel A.24.1., observându-se în ultimii ani un interes sporit pentru creditele imobiliare, informație justificată prin volumul în creștere a acordării creditelor în ultimii ani, structura portofoliului de credite pe sectorul bancar al Republicii Moldova fiind prezentată în Anexa 24, tabel A.24.2., aproximativ 4 % din total respondenți au declarat că nu sunt pregătiți, deci nu vor cumpăra, indiferent de atractivitatea ofertei, și alte 0,96 % au invocat alte motive aferente necumpărării unui imobil, unii au specificat că deja sunt implicați în istorii de creditare, alții că doresc să achiziționeze garaj, parcare etc. și că dispun de suma integrală necesară tranzacției respective.

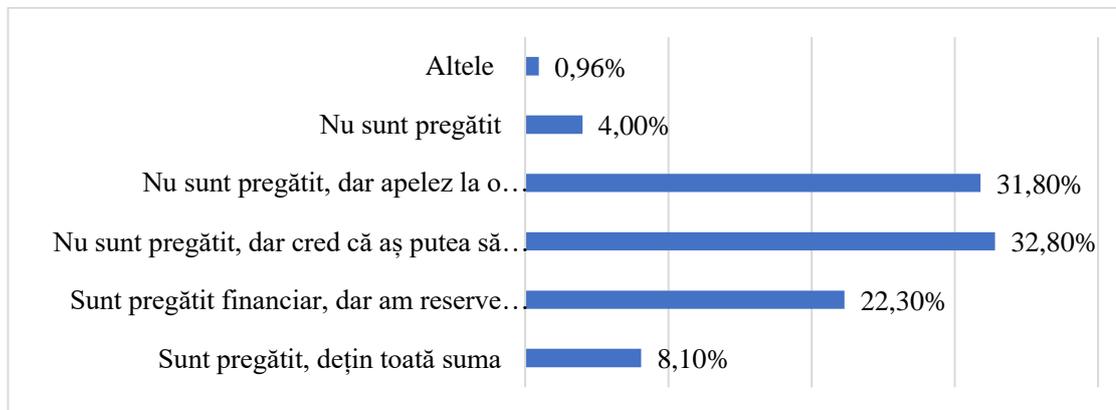


Figura 3.19. Gradul de pregătire financiară al cumpărătorului, în %
Sursa: elaborată de autor în baza rezultatelor cercetării

În aceeași ordine de idei, agenții economici susțin că cumpărătorii utilizează veniturile proprii (94,7% din răspunsuri), apelează la un credit ipotecar cu achitarea în rate, conform unui contract de vânzare – cumpărare (84,2%), iar 26,3 % menționează alte posibilități de achitare (programul Prima Casă). Totodată, agenții economici au specificat că cea mai des utilizată modalitate de achitare utilizată de clienții acestora sunt achitarea cash (42,2% din total răspunsuri) și prin transfer (52,7 %) (Anexa 25, figura A.25.1. și figura A.25.2.).

Totodată, respondenții au fost rugați să indice care ar fi principalele motive sau situații care ar duce la amânarea deciziei de cumpărare a unei locuințe pe un termen anumit (figura 3.20.), aceștia au invocat trei motive principale, și anume: lipsa banilor (47,3 % din respondenți), incertitudinea și frica pentru viitor (49 % din răspunsuri), nu a fost găsită varianta potrivită (30,1 %), ceea ce confirmă totodată și ipoteza (nr.7), conform căreia consumatorii au fost afectați atât de crizele economice, pandemice, cât și de cea politică din regiune, impactul acestora manifestându-se și prin micșorarea capacității de plată a cumpărătorilor, dar mai mult de incertitudinea și frica care domina atât perioada crizei pandemice, cât și în perioada instabilității politice din regiune, cauzată de războiul dintre Rusia și Ucraina. Au fost specificate în categoria *altele* câteva răspunsuri suplimentare celor de mai sus, cum ar fi: prețul înalt și situația economică nestabilă, care au cumulat împreună 0,6 % din totalul răspunsurilor oferite de respondenți, răspunsuri care se regăsesc, într-o oarecare măsură, în variantele propuse de autor.

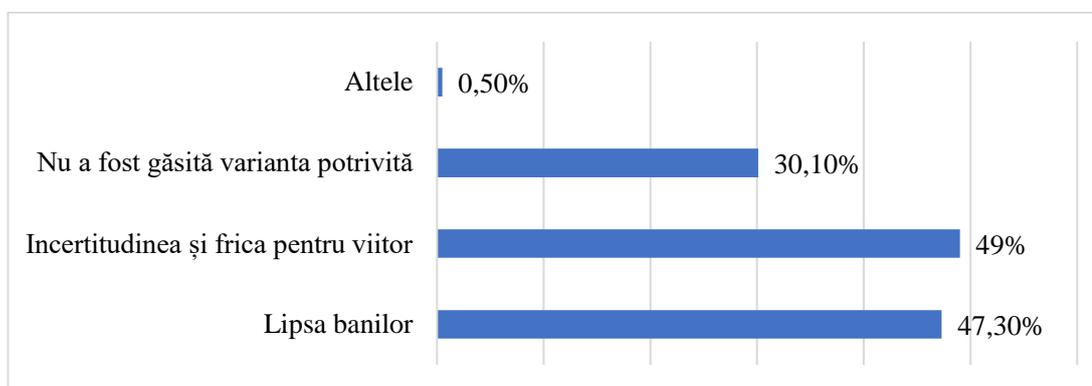


Figura 3.20. Motivele care determină amânarea deciziei de cumpărare a imobilului locativ, în %

Sursa: elaborată de autor în baza rezultatelor cercetării

Analizând răspunsurile oferite de respondenți la întrebările anterioare, cu privire la gradul de pregătire financiară, intenția de cumpărare, motivele amânării cumpărării, factorii care influențează decizia de cumpărare etc., observăm că, în mare parte, prevalează răspunsurile legate de lipsa banilor, scăderea capacității de plată a respondenților, incertitudinea în viitor, frica generată de evenimentele care au avut loc recent etc. Aceste aspecte reprezintă, în mare parte, efectele cauzate de criza pandemică de COVID 19 și conflictul armat dintre Ucraina și Rusia. Instabilitatea politică din regiune a indus o stare de incertitudine și frică în rândul cumpărătorilor, însă criza pandemică a generat schimbări majore asupra puterii de cumpărare a persoanelor, precum și asupra economiilor acestora. Respectiv, am solicitat opinia respondenților în raport cu acest aspect și am constatat că efectele crizei au fost majore în raport cu puterea de cumpărare pentru 31,8 % din respondenți, care au afirmat ca au fost afectați foarte mult, 44,7 % au fost afectați

moderat, iar 23,1 % din respondenți au declarat că nu au fost afectați de criza pandemică în ceea ce privește partea financiară.

În baza rezultatelor obținute din chestionarea agenților economici care își desfășoară activitatea în domeniul respectiv, putem afirma că au participat la cercetare companii active, care au o activitate stabilă în cadrul pieței și care au reușit să supraviețuiască și chiar să se dezvolte în condiții de grele încercări, cauzate de criza pandemică de COVID 19 și criza politică apărută în urma conflictului dintre Ucraina și Rusia, unele dintre acestea au trecut cu brio și de efectele cauzate de criza economico-financiară din 2008, cea care a avut cel mai mare impact asupra pieței imobiliare din Republica Moldova.

Astfel, răspunsurile obținute de la agenții economici cu privire la practica acestora în domeniul pieței imobiliare sunt prezentate în figura 3.21. și vorbesc despre faptul că cca 58% din aceștia își desfășoară activitatea în cadrul pieței între 5 și 10 ani, 10,53% se află pe piață mai bine de 10 ani, 21,05% - în jur de 5 ani și 10,52 % din companii se află pe piață mai mult de 15 și chiar peste 20 de ani.

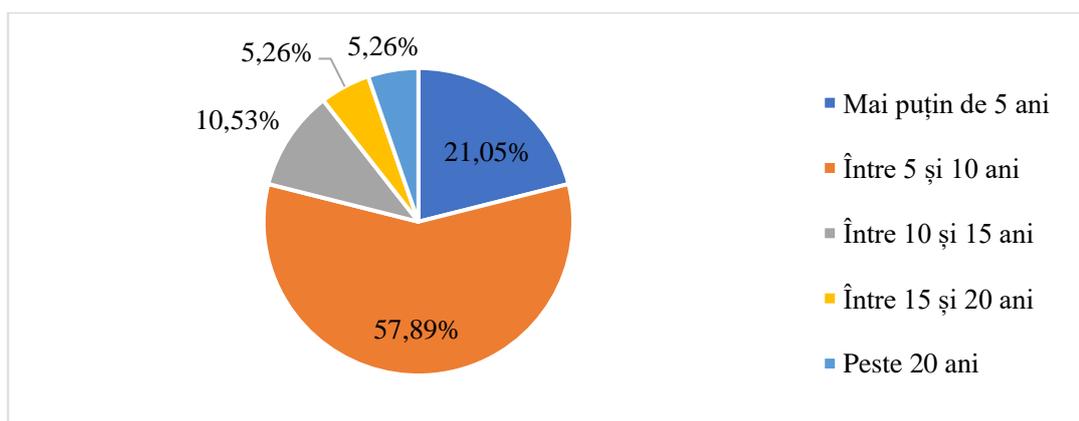


Figura 3.21. Perioada activității agenților economici în cadrul pieței imobiliare, în %
Sursa: elaborată de autor în baza rezultatelor cercetării

Dacă ar fi să caracterizăm piața imobiliară în opinia respondenților agenți economici, atunci aceasta ar fi evaluată printr-un nivel de dezvoltare mediu spre înalt (Anexa 26, figura A.26.1.), o concurență în cadrul pieței puternică spre foarte puternică, majoritatea având o poziție destul de benefică în cadrul acesteia, obținând rezultate foarte bune în domeniul comerțului cu imobile locative, indiferent de tipul companiei, fie de construcție, fie agenție imobiliară (Anexa 26, figura A.26.2.). Dintre problemele cu care se confruntă companiile la momentul actual, putem enumera: scăderea cererii la imobile în legătură cu efectele crizei pandemice și prelungite cu incertitudinea și frica populației în legătură cu conflictul apărut în vecinătate din cauza războiului dintre Ucraina și Rusia, creșterea excesivă a prețurilor la materiile prime, costuri ridicate ale creditării, ceea ce

duce nemijlocit la scăderea numărului de tranzacții cu imobile, lipsa forței de muncă calificată, concurența înaltă etc. Toate cele menționate anterior justifică ipoteza (nr. 3), conform căreia decizia de cumpărare este influențată, în mare măsură, de factorii economici, în mod special, de mijloacele financiare de care dispune consumatorul, împreună cu celelalte aspecte aferente acestui domeniu, cum ar fi inflația, rata dobânzilor la creditele ipotecare etc., precum și de alți factori (instabilitatea politică din regiune cauzată de războiul din Ucraina), informația detaliată fiind prezentată în Anexa 26, figura A.26.3.

Totalizând cele analizate anterior, putem afirma că atât cumpărătorii (persoanele fizice), cât și agenții economici participanți în cadrul cercetării, împărtășesc aceleași opinii cu privire la cei mai importanți factori care influențează asupra stabilirii nivelului prețurilor de vânzare ale imobilelor locative, majoritatea cumpărătorilor considerându-le destul de înalte. Agenții economici consideră că prețurile sunt înalte spre foarte înalte, aceleași păreri le au ambele părți participante cu privire la caracteristicile imobilului, considerate cele mai importante și care influențează asupra deciziei de cumpărare a unui imobil locativ, primele locuri fiind ocupate cu mici diferențe de aceleași caracteristici (prețul terenului pentru construcție, prețul materiei prime, amplasarea imobilului etc.). Totodată, fiind întrebați referitor la inovațiile tehnologice aplicate în construcții, atât cumpărătorii, cât și reprezentanții ofertei din cadrul pieței imobiliare, au afirmat că implementarea acestora va aduce doar beneficii pozitive dezvoltării sectorului respectiv, stimulând cererea bunurilor imobiliare, reprezentând un element important de diferențiere, care ar favoriza sporirea nivelului de calitate al imobilului, pentru care cumpărătorul ar fi gata să achite suplimentar.

3.2. Identificarea tendințelor de dezvoltare ale pieței imobiliare din Republica Moldova

În demersul de cercetare propus, a fost realizată o cercetare de teren, utilizând un ghid de interviu (prezentat în Anexa 16), adresat experților cu o experiență vastă în diverse analize și investigații cu privire la activitatea pieței imobiliare (fie în domeniul imobiliar, economic sau tehnic). Ghidul de interviu conține 9 întrebări deschise, aceleași pentru fiecare respondent, oferind experților posibilitatea de a desfășura unele aspecte pe care le consideră importante, totodată, fiind rugați să vină cu completări sau sugestii cu privire la aspectele importante ce țin de piața imobiliară. Interviu abordează aspecte diverse ale pieței imobiliare din Republica Moldova, oferind perspectiva și opinia experților în legătură cu evoluția și provocările acesteia, pe parcurs fiind discutate momente ce țin de nivelul de dezvoltare a pieței imobiliare din Republica Moldova,

de factorii care influențează cererea, prețurile (întrebări adresate cumpărătorilor și, respectiv, agenților economici în scopul realizării unei analize comparative), despre fenomenul migrației și impactul acestuia asupra pieței imobiliare din Republica Moldova, despre impactul crizelor care au avut loc în ultimii ani, precum și identificarea principalelor tendințe de dezvoltare ale pieței imobiliare din Republica Moldova.

În calitate de experți, au fost intervievați:

1. *Veaceslav Ioniță*, dr. în economie, conf. univ., expert pe probleme economice în cadrul *IDIS Viitorul*;

2. *Vitalie Rapcea*, dr. în economie, Director de Program *Centrul Analitic Independent Expert-Grup*;

3. *Ion Albu*, dr., conf. univ., *Prodecan FCGC, UTM*, autorul numeroaselor publicații – articole, manuale și monografii în domeniul evaluării bunurilor imobiliare, valoarea bunurilor imobiliare, evaluarea drepturilor de proprietate asupra bunurilor imobiliare, precum și a analizei factoriale a valorii de piață a imobilului locativ tipizat;

4. *Viorel Staver*, ex - director AXA IMOBIL SRL, actualmente *administrator IMOBIL ONLINE SRL (Republica Moldova)* și *SV IMOBIL ONLINE SRL* (din România - imobi.ro);

5. *Serghei Haiducov*, director general *Kazinst SRL*, Specialist certificat în *Auditul Energetic al Clădirilor/Imobilelor și Sistemelor Inginerești*.

Pornind de la opinia autorului rus Sternic G. M., care susține că "atunci când se analizează și se prognozează tendințele de dezvoltare ale pieței imobiliare, subiectul cercetării îl reprezintă bunurile imobiliare din cadrul respectivei piețe" [220], în scopul identificării principalelor tendințe de dezvoltare, vor fi analizate următoarele aspecte:

➤ Aprecierea locului, rolului și importanței pe care o are piața imobiliară în structura economică și socială a țării;

➤ Identificarea celor mai importante probleme economice, riscuri și provocări cu care se confruntă piața imobiliară în prezent și care ar fi provocările ulterioare;

➤ Analiza situației prețurilor pe piața imobiliară primară și secundară;

➤ Conjunctura cererii și a ofertei de imobile;

➤ Aprecierea nivelului concurențial din cadrul pieței imobiliare;

➤ Activitatea pieței, nivelul de dezvoltare, volumul tranzacțiilor pe piață etc.;

➤ Analiza influenței diferitor factori asupra evoluției acesteia;

➤ Starea bazei legislative, de reglementare, metodologice a pieței.

În cele ce urmează, se vor analiza opiniile separate ale experților în raport cu subiectele propuse în ghidul de interviu, pentru a obține o imagine clară a situației pieței imobiliare, precum și a tendințelor de dezvoltare ale acesteia.

Deci, fiind solicitată opinia experților cu privire la *locul, rolul și importanța pe care o are piața imobiliară în structura economică și socială a țării*, expertul în probleme economice, Veaceslav Ioniță, consideră că "piața imobiliară este cea mai importantă ca impact economic. O dovadă în acest sens o servește averea moldovenilor distribuită pe tipuri de economii. Astfel, imobilele de locuit constituie peste 60% din toată averea moldovenilor". La aceste concluzii, expertul a ajuns realizând cercetări pe un termen de câțiva ani, inclusiv în baza cercetărilor similare de peste hotare. Dovezile, expuse de domnul Ioniță, au fost anexate la răspunsurile acordate în cadrul interviului și sunt prezentate în Anexa 27, figurile A.27.1-A.27.5.

În acest context, directorul de program în cadrul Centrului Analitic Independent Expert-Grup, domnul Vitalie Rapcea, susține că "piața imobiliară cuprinde suma tuturor cumpărătorilor de imobile, fie că este vorba despre imobile din fondul locativ sau imobile cu destinație comercială, indiferent dacă este vorba despre piața primară (imobile noi construite/reparate) sau imobile tranzacționate din cadrul pieței secundare. Dacă este să privim piața imobiliară sub acest aspect, atunci contribuția acesteia reprezintă cam 7% din PIB, sau cam ½ din contribuția sectorului de construcții la PIB. De cealaltă parte, piața imobiliară este extrem de importantă și pentru sectorul bancar, 1/3 din portofoliul de credite a două cele mai mari bănci din Republica Moldova (MAIB, MICB) sunt reprezentate de credite imobiliare. Piața imobiliară stimulează și sectoare conexe, precum comerțul (cu materiale de construcție etc), dar și prestarea serviciilor de intermediere a tranzacțiilor pe piața imobiliară, servicii notariale și încasări la bugetul de stat din plata taxei de stat și a impozitului pe creșterea de capital. Sub aspect social, piața imobiliară are o importanță deosebită prin faptul că leagă menajele de țară și reprezintă un instrument eficient de temperare a fenomenului emigrării masive. Programul guvernamental Prima Casă, spre exemplu, a facilitat accesul pe această piață a unei categorii de consumatori care, în alte circumstanțe, ar fi emigrat peste hotare. Piața imobiliară are impact și asupra fenomenului muncii nedeclarate, or în cazul în care veniturile nu sunt legale, atunci procurarea unui imobil sau accesul la finanțare pentru procurarea unui imobil devine foarte dificil. În concluzie, piața imobiliară are un impact deosebit asupra economiei atât sub aspect de formare a PIB prin ramura construcțiilor capitale și a industriilor conexe, cât și sub aspect de temperare a fenomenului migrației și înălbirea economiei".

La fel, deosebit de important este văzut locul și rolul pieței imobiliare în cadrul economiei și aspectului social al țării și de către prodecanul Facultății de Construcții Geodezie și Cadastru, UTM, domnul profesor Albu Ion, care afirmă că importanța acesteia este redată de "crearea

condițiilor de tranzacționare a proprietăților necesare pentru desfășurarea tuturor activităților economice și sociale".

Opinia directorului agenției imobiliare IMOBI ONLINE SRL, Viorel Staver, vine să confirme și să întărească cele afirmate anterior cu privire la importanța pe care o are piața imobiliară, considerând că "piața imobiliară ocupă un loc esențial în structura economico-socială a țării. Analizând din punct de vedere economic, aceasta are o contribuție esențială în PIB, atrage mijloace financiare de la conaționali noștri aflați la muncă peste hotare (diaspora), care, fiind departe de casă, investesc în imobiliare pentru a-și asigura o locuință pe viitor sau actualmente pentru copii/apropiați sau în scop comercial. Din punct de vedere social, piața imobiliară la fel are un rol foarte important, deoarece prin intermediul acesteia se echilibrează cumva calitatea vieții populației, prin accesul liber la locuințe fie din cadrul pieței primare, fie secundare".

În același timp, despre importanța majoră a pieței imobiliare și-a expus părerea și directorul companiei Kazinst SRL, Haiducov Serghei, companie care comercializează diverse bunuri necesare construcției de imobile și prestează servicii în construcții, susținând că "cea mai mare importanță o are piața imobiliară din municipiul Chișinău, deoarece conform statisticilor cu privire la construcții și vânzări, anume în Chișinău și se observă o concentrație sporită".

Ulterior, 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, domnul Haiducov Serghei și domnul 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). Construcțiile sunt ridicate haotic, iar pe termen lung toți sunt perdanți dintr-un astfel de status quo. Sub aspect investițional, piața imobiliară din Republica Moldova începe să concureze cu piețele din afară. Investitorii din Republica Moldova sunt invitați să investească în piața imobiliară din România, Dubai, etc.". Domnul Veaceslav Ioniță a oferit un răspuns destul de amplu la acest subiect, menționând că "în prezent piața imobiliară este concentrată peste 80% în mun. Chișinău, iar ca valoare monetară peste 90%. În afara municipiului practic nu există piața imobiliară. Noi acum am ajuns să construim abia jumătate din volumele care au existat în ultimii 10 ani înainte de destrămarea URSS. Piața până în prezent nu și-a revenit de după criza din 2008. Însă, putem spune că din 2018 avem o situație relativ nouă. Puterea de cumpărare a populației a crescut puternic. Dacă în 2005-2008 pentru un apartament de 70 m² era necesar salariul mediu pentru 36 ani, în prezent acest

efort financiar a scăzut la 10 ani. Deci, apartamentele sunt de aproape 4 ori mai accesibile comparativ cu acum 15 ani. După ieftinirea banilor, când creditele imobiliare au scăzut sub 10% anual, circa 25% din locuințe au fost procurate prin ipotecă. Criza din 2022 a stopat acest proces, dar deja în a doua jumătate a anului 2023 înregistrăm o înviorare pe piață. Prețurile au crescut brusc în perioada 2019-2022, ceea ce a speriat cumpărătorii și volumul vânzărilor a scăzut puternic, iar în 2022 și 2023 s-au redus puternic volumele de construcții, ceea ce va crea în viitorul apropiat un mic deficit pe piața imobiliară. Dar toate aceste elemente ale crizei sunt de scurtă durată. Pe termen mediu și lung, putem spune că după 30 de ani de independență, Moldova, abia acum începe a avea o piață imobiliară în sensul European al cuvântului: cu vânzări, creditări și piață de închiriere."

În ceea ce privește problemele și provocările din cadrul pieței imobiliare, experții au menționat:

Ioniță Veaceslav:

➤ Lipsa forței de muncă calificată. Anul trecut, în 2022, din cauza scăderii volumelor de lucru cu circa 40% în domeniul construcțiilor, au plecat peste hotare peste 5 mii de muncitori, care vor fi foarte greu de adus înapoi. Deja se simte o necesitate stringentă de a aduce forță de muncă de peste hotare. În 2022 Guvernul a înăsprit componenta de reglementare, care are și un risc mare de corupție, sectorul construcției fiind și până acum unul supus enorm riscurilor de corupție și reglementărilor excesive. Majoritatea localităților nu au planuri urbanistice generale. Iar cele care au, de regulă, sunt depășite de timp. Iar în majoritatea cazurilor, construcțiile se fac cu abateri.

Rapcea Vitalie:

➤ Instabilitatea din regiune creează o presiune pe domeniul cererii de imobile care este în descreștere (în 2020 – 267 mii tranzacții imobiliare, în 2021 – 202 mii tranzacții, în Q2, 2022 - 80 mii tranzacții, în Q 2, 2023 – 69,5 mii tranzacții);

➤ Inflația creează o presiune suplimentară pe piața imobiliară din Republica Moldova – costurile de construcție / reparație a fondului locativ a crescut vertiginos, ceea ce va determina o creștere mult mai lentă a ofertei. Fondul locativ în 2022 a crescut cu numai 0.6% în comparație cu 2021.

➤ "Dezvoltarea haotică a pieței", fapt ce nu contribuie la dezvoltarea organică a periferiilor orașelor mari. Piața imobiliară se dezvoltă preponderant în zonele de odihnă și agrement, din contul curților blocurilor existente etc. În aceste circumstanțe, devine din ce în ce mai dificil accesul la servicii publice, cum ar fi școală, grădiniță etc, dar și mult mai complicată deplasarea prin curțile complexelor locative. Infrastructura rutieră nefiind adaptată unui volum crescând de trafic rutier, nu poate deservi adecvat imobilele noi. Astfel, crește presiunea nu doar pe

infrastructura rutieră existentă, dar și pe celelalte elemente de infrastructură tehnico-edilitară (lumină, canalizare, asigurare cu zone de odihnă și promenadă ect). Doar 70% din locuințele conectate la gaz în 2022 erau dotate și cu canalizare.

➤ Lipsa unui plan urbanistic general aprobat (Chișinău) și a unei viziuni cu privire la modul în care trebuie să se dezvolte urbea.

➤ Costul mare al pământului și stoparea procedurii de vânzare a terenurilor municipale pentru construcția imobilelor (Chișinău).

➤ Posibila creștere a costurilor și a presiunii pe oferta imobiliară, în eventualitatea în care războiul din Ucraina încetează și se începe reconstrucția țării.

➤ Intensificarea fenomenului imigraționist cu potențiale efecte pe componenta de cerere pe piața imobiliară.

➤ Posibila extindere a acțiunilor militare din Ucraina până la hotar cu NATO (Prut).

➤ Incapacitatea ofertei de a se adapta la cerințele pieței de case la sol în detrimentul blocurilor locative.

➤ Caracterul speculativ al pieței imobiliare din Republica Moldova și concentrarea unui capital investițional ce a determinat crearea unei bule a prețurilor la imobiliare în perioada 2020-2021.

➤ Lipsa unui cadru de reglementare al activității de intermediere pe această piață (agenți imobiliari).

➤ Gradul înalt de formalitate a veniturilor din chiriile de spații locative.

➤ Procesul viciat de autorizare al executării lucrărilor în construcții și de recepție finală.

➤ Probabilitatea înaltă a creșterii impozitului imobiliar etc.

Albu Ion:

➤ Piața imobiliară este împânzită de agenții imobiliare care urmăresc un singur scop – să câștige cât mai mult. În cadrul acestor entități activează personal fără o pregătire profesională, adesea fără angajare oficială și o fluctuație mare a personalului. Onorariul este axat pe prețul de vânzare a bunurilor imobile, ceea ce nu este etic.

Staver Viorel:

➤ Incertitudinea populației, cauzată de instabilitatea politică din regiune, fapt care tergiversează dezvoltarea sectorului respectiv la moment.

➤ Inexistența unui cadru de reglementare bine structurat în acest domeniu.

➤ Dezvoltarea imobilelor preponderent în zonele urbane, în mod special în Chișinău, ceea ce face zona capitalei supraaglomerată.

➤ Inflația – afectează foarte mult domeniul construcțiilor de imobil locativ la moment și creează o situație de stagnare la acest capitol.

În același timp, experții au fost rugați să se expună asupra nivelului cererii de imobile, a factorilor care o influențează și asupra nivelului competitiv din cadrul pieței imobiliare. Iar opinia acestora a fost una practic comună cu privire la mediul concurențial din cadrul pieței imobiliare pe care îl caracterizează ca fiind unul destul de acerb, în opinia dlui Albu, chiar destul de agresiv. Referitor la cererea și oferta de imobile și factorii care o influențează, analistul Veaceslav Ioniță susține că "aceasta este cel mai mult influențată de migrația internă a populației - cei din sate vin în mun. Chișinău și creează cererea. Un alt factor este schimbarea comportamentului social al tinerilor: căsătoriile târzii, familiile mici de 2, maxim 3 persoane, și ne-dorința tinerilor de a locui împreună cu părinții. În rezultat, a crescut puternic cererea la apartamentele mici. Al treilea factor, se referă la apartamentele cumpărate în scopuri investiționale. Oferta este pe potriva cererii, însă lipsește cultura consumului. Oamenii nu realizează încă că apartamentul mai înseamnă și infrastructura adiacentă: ogradă comună, teren de joacă și acces la infrastructura de drumuri și transport public. Dar cererea care va ține cont de toate aceste aspecte abia acum se formează". Aceeași părere o împărtășesc experții Serghei Haiducov și Viorel Staver, care consideră că cererea este afectată la moment de instabilitatea politică din regiune, dl Staver susține că în ultimul timp au fost observate schimbări în comportamentul de cumpărare al cumpărătorilor, schimbări în cerințele, preferințele acestora, în raport cu imobilele, se caută spații mai mici, număr de odăi optime (preponderent 2, maxim 3), sau, dimpotrivă, se orientează spre case individuale cu cel mult 2 nivele, cu număr optim de odăi și suprafață. Aceeași părere, doar că expusă de pe poziția ofertanților, este susținută de dl Vitalie Rapcea, care afirmă că "pe piața imobiliară din Republica Moldova, oferta nu este atomică, iar ofertanții tind să maximizeze profitul din amplasarea a cât mai mulți m² de spațiu locativ pe o suprafață de teren cât mai mică. Penuria de terenuri crește costul acestora și face ca caracterul acesteia să fie unul cât mai de masă pentru a beneficia de economii de scară și a unui cost marginal cât mai mic. Cererea de imobile în Republica Moldova depinde de cererea la nivel regional, de „acalmia” din regiune, de accesul la finanțare atât a persoanelor fizice, cât și a celor juridice, costul vieții și posibilitatea încadrării în câmpul muncii etc."

În cadrul cercetării realizate în rândul cumpărătorilor și a celei adresate 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, aceasta fiind părerea dlui Viorel Staver. Dl profesor Albu la fel consideră că "prețurile sunt foarte înalte, practic cu 30% mai mult decât se cuvine", iar dl Rapcea Vitalie susține că prețul la imobile este unul speculativ și poate fi văzut și în baza prețului pentru locuințe la mâna a doua, care în 2021 a crescut subit, fiind comparabil cu prețurile imobilelor în blocuri noi și asta chiar dacă majoritatea apartamentelor în blocurile vechi au fost privatizate în baza bonurilor patrimoniale și nu au fost construite pe costul proprietarilor și deci nu exista temei pentru scumpirea acestora, iar prețurile mari sunt generate și de costurile directe și cele ascunse asociate comercializării terenurilor".

Dl Veaceslav Ioniță a justificat, prin exemple, poziția cu privire la creșterea prețurilor pentru bunurile imobiliare, susținând că "costurile de producție cresc, în mod special, în ultimii 2 ani, majorându-se cu peste 40%. Totodată, nu poate fi vorba de o creștere de prețuri, dar de o recuperare de după căderea din 2008. În 2008 prețul mediu al unui m² de locuință în Chișinău a fost de 900 €/m², acest preț fiind valabil și astăzi, în timp ce salariul din construcții, recalculat în euro, a crescut de peste 3 ori. Din acest motiv, cel mai corect este de calculat prețul unui apartament raportat la salariul mediu. Un apartament cu preț corect calculat înseamnă 8-12 salarii medii anuale. Acesta este intervalul de referință, iar prețul la apartamente va crește odată cu creșterea salariilor". Materiale demonstrative și justificabile în acest sens au fost puse la dispoziție de expert și sunt prezentate în Anexa 28, figurile A.28.1. - A.28.5.

Fiind rugați să își exprime opinia cu privire la fenomenul migrației și impactul pe care îl are asupra dezvoltării pieței imobiliare, atât respondenții persoane fizice, respondenții mediului de afaceri, cât și experții participanți la cercetare, s-au expus, calificând migrația drept fenomen ce a influențat pozitiv asupra pieței imobiliare. Dl Haiducov consideră că "dacă nu exista migrația, multe apartamente rămâneau fără stăpân și astăzi sau invers, mulți dintre cumpărători probabil nu aveau posibilitate să își cumpere o locuință dacă nu plecau/erau nevoiți să plece la muncă în afara țării", fiind completat de dl Viorel Staver, care susține că "fenomenul migrației are o influență pozitivă asupra pieței imobiliare din simplul motiv că anume imigranții, sunt acei care în mare măsură reprezintă cererea pentru bunurile imobiliare, în mod special locative. Diaspora alege să investească în imobile, acest fenomen a fost și mai este actual și astăzi, observându-se o mică încetinire în ultima perioadă, posibil din cauza instabilității economice și politice cauzate de problemele din Ucraina". Dl Rapcea Vitalie susține părerea precedentilor cu privire la impactul pozitiv al fenomenului migrației, considerând că "până la zi migrația a avut un impact pozitiv asupra pieței imobiliare, alimentând caracterul speculativ al acesteia. Mulți dintre imigranți investeau în piața imobiliară din Republica Moldova din contul mijloacelor câștigate în afară.

După pandemie remitențele sunt din nou în creștere, iar în 2022 au depășit maximul din 2014, înregistrând peste 2 miliarde USD (17% PIB). Incertitudinea cu privire la conflictul militar din Ucraina va tempera cererea investițională manifestată de imigranți. În contextul în care prețurile pe piața imobiliară din Republica Moldova devin comparabile cu cele de pe alte piețe regionale sau din zona Uniunii Europene, am putea vedea un exod masiv către respectivele piețe".

Dl profesor Albu Ion vede în fenomenul migrației o problemă care, ulterior, va duce la "dispariția localităților mici și îndepărtate de centrele raionale", iar Veaceslav Ioniță practic totalizează cele expuse anterior, considerând migrația ca unul dintre fenomenele care au avut un impact pozitiv stabil în ultimii câțiva ani, în același timp, punând accent pe un aspect legat de migrația internă, despre care a vorbit și dl Albu, afirmând că "migrația a afectat toate zonele cu excepția mun. Chișinău, zone unde piața imobiliară este moartă. În Chișinău avem migrație pozitivă, cauzată de migrația internă, din sate și raioane spre oraș. Acest lucru a crescut cererea la apartamente".

În tabelul 3.1., sunt totalizate opiniile experților cu privire la impactul pe care l-au avut în timp crizele economice și pandemice asupra dezvoltării pieței imobiliare, păreri separate ale persoanelor intervievate în raport cu fiecare element în parte:

Tabel 3.1. Impactul crizelor economice și pandemice asupra pieței imobiliare din Republica Moldova

Eveniment	Opinia experților				
	Perioada	Ioniță Veaceslav	Rapcea Vitalie	Albu Ion	Staver Viorel
Criza economico financiară (2008-2009)	Cea mai puternică criză de la independență, a ținut 10 ani, piața a început să-și revină doar în 2019	Impact negativ, piața a fost impactată și tranzacțiile s-au diminuat semnificativ	Nu există mare legătură între criza din sectorul asigurării imobilelor din SUA și piața imobiliară din Republica Moldova	A influențat puternic piața imobiliară, care nu a putut să își revină încă mulți ani după acest fenomen.	---
Criza pandemică (COVID 19)	A fost de scurtă durată, doar câteva luni, apoi în 2020-2021 s-a observat o creștere extrem de rapidă	A afectat piața pozitiv. Cererea s-a manifestat în 2021. Imposibilitatea de a ieși din casă a determinat mai multe menaje	Speculativ – fără impact colosal asupra pieței imobiliare.	Mai puțin a afectat piața imobiliară, dimpotrivă, a avut un impact pozitiv asupra pieței imobiliare locale, deoarece o bună parte a	Pozitiv impact: lumea a conștientizat că are nevoie de locuință proprie, cât de mică, dar a ei.

		să prioritizeze procurarea propriei locuințe.		populației, din cauza restricțiilor impuse de pandemie, a fost orientată spre a-și procura o locuință.	
Criza apărută din cauza conflictului militar din regiune (februarie 2022- prezent)	A redus atât volumul lucrărilor, cât și cererea la apartamente, deoarece prețurile au crescut prea brusc și au speriat cumpărătorul, s-au scumpit creditele și au descurajat împrumuturile, iar 25% din imobile se procură pe credite imobiliare.	A afectat tranzacțiile pe această piață, cererea s-a temperat, iar prețurile, după o stabilizare, ar putea să scadă chiar sau să devină mai volatile, în funcție de evoluția situației de pe front.	Speculativ – fără impact major. Nu s-a mărit numărul de tranzacții, cum se așteptau mulți.	Acest fenomen a adus foarte multă incertitudine în rândul populației, apare frica de investiție în bunuri imobiliare, se observă o scădere a cererii, inclusiv și ca urmare a creșterii prețurilor la imobile.	A afectat mai mult piața chiriilor, deoarece refugiații au destabilizat cumva echilibrul, cât de cât stabilit pe piața imobiliară, crescând prețurile, uneori exagerat pentru imobile locative.

Sursa: elaborat de autor în baza rezultatelor cercetării

În același timp, în ultima perioadă, se acordă o atenție tot mai mare aspectelor ce țin de ecologie, inovație, performanță energetică și nu doar în diverse domenii de activitate, inclusiv și în domeniul construcțiilor de imobil locativ. Cu referință la inovațiile utilizate în construcția de imobil, și-au expus părerea cumpărătorii, agenții economici (ofertanții), precum și experții care au participat la interviu. Tot ceea ce se referă la inovații tehnologice, ingineresti, în domeniul materiilor prime și materialelor, sunt privite foarte pozitiv de către toți cei participanți în cadrul cercetării (figura 3.10., 3.11., și Anexa 20), cumpărătorii fiind dispuși chiar să achite mai mult pentru acestea, din punctul de vedere al experților, inovațiile reprezintă un factor crucial în dezvoltarea ulterioară a pieței imobiliare, în condițiile în care concurența este una destul de acerbă, și se simte nevoia unei schimbări majore în ceea ce privește construcțiile, ieșirea din tipare prin individualizarea construcțiilor, eficientizarea acestora etc. În acest context, dl Veaceslav Ioniță consideră că "companiile din domeniul construcțiilor destul de rapid preiau cele mai bune practici în construcție, însă există probleme la planificarea urbană. Abia acum consumatorul începe să înțeleagă că locuința este doar o parte din ceea ce înseamnă calitatea vieții. Amplasarea și accesul

la utilități publice devenind o prioritate". Dl Rapcea Vitalie privește subiectul prin prisma cumpărătorului și crede că "inovațiile ar trebuie extrem de bine "rugumate" și popularizate, și aceste ar trebui să vină cu diminuarea semnificativă a costurilor pentru consumatori". Totodată, expertul consideră că inovațiile ajung greu în Republica Moldova, consumatorii de imobile nu abundă în „early adopters”, dată fiind importanța investiției în acest sector, contează mai curând experiența și modul în care soluția tehnică s-a recomandat în timp. De aceeași părere este și Staver Viorel, sugerând că "implementarea inovațiilor ar trebui să aducă plus valoare imobilului construit, să îl diferențieze de celelalte obiecte din cadrul pieței deopotrivă, cum ar fi un avantaj competitiv și pentru dezvoltatori / constructori. S-ar putea ca după o perioadă de accent pe acest aspect să ajungă să devină unul din criteriile principale în alegerea unui imobil locativ de către consumator".

Conform opiniei dlui profesor Albu, "este inadmisibil de pus în vânzare un produs nefinalizat „versiune albă”, ceea ce se permite în Moldova, iar implementarea inovațiilor tehnologice și inginerești, în cadrul construcției, revine exclusiv proprietarilor".

Cu un răspuns mai amplu la această întrebare a venit dl Haiducov, care, fiind și *specialist certificat în Auditul Energetic al Clădirilor/Imobilelor și Sistemelor Inginerești*, susține că "tot ceea ce ține de inovații, fie ele tehnice sau inginerești, vor aduce avantaje incontestabile imobilului și proprietarilor acestora, făcând obiectul respectiv unic și foarte diferit de toate celelalte. Totodată, ultima perioadă se discută tot mai mult despre auditul energetic al clădirilor și sistemelor inginerești aferente. La moment se fac încercări, pornind cu pași mici spre această modernizare imobiliară, însă, odată cu aplicarea obligatorie a *Legii cu privire la performanța energetică a clădirilor (Legea nr. 128 din 11.07.2014)* [91], care are o sferă de cuprindere foarte largă, și este absolut necesară de aplicat asupra tuturor tipurilor de clădiri (clădirilor noi și clădirilor existente, case de locuit unifamiliale, clădiri de locuit cu mai multe apartamente, clădiri de birouri etc.), ceea ce ar spori enorm valoarea imobilului pentru client, deoarece acesta ar fi sigur de multe aspecte ce țin de achiziția sa, aspecte enumerate în articolul 2 al legii respective" (Anexa 29) .

Analizând cele expuse anterior, putem identifica principalele direcții de dezvoltare ale pieței imobiliare locative din Republica Moldova, în mod special, din municipiul Chișinău, cruciale pentru companiile din domeniu, deoarece permite acestora să se adapteze și să profite de oportunitățile emergente. Deci, *tendențele pieței imobiliare* sunt:

- Orientarea și concentrarea noilor construcții de imobil în orașele mari, preponderent în capitală și doar câteva obiecte în alte regiuni ale țării;
- Construirea a tot mai multe complexe locative cu infrastructură dezvoltată și utilități complexe la periferiile municipiului Chișinău și cererea tot mai mare pentru astfel de proiecte;

➤ Ameliorarea accesibilității financiare a imobilelor datorată creșterii puterii de cumpărare a populației în raport cu salariul mediu (Anexa 28, figura A.28.2. și A.28.3.);

➤ Orientarea cumpărătorilor spre cumpărarea imobilelor în scopuri investiționale, ceea ce ar putea cauza scăderea interesului pentru apartamentele din cadrul pieței primare, deoarece necesită mai multe investiții;

➤ Cumpărătorii orientați spre achiziționarea unui imobil pentru uz personal, vor fi interesați ca acesta să fie cât mai calitativ posibil, plus o cerință ar fi ca apartamentul să fie nou, deoarece există frica cumpărătorilor că sub reparația cosmetică a imobilelor vechi se ascund o sumedenie de probleme legate de țevi vechi, probleme cu canalizarea, proiectele la lumină etc.;

➤ Creșterea cererii pentru apartamentele mici, dezvoltatorii și constructorii având o tendință de a construi aceste spații (de exemplu, apartamente cu o odaie – 35 - 40 m² în loc de 55 m², cum se obișnuia până la pandemie, apartamente cu una sau două odăi, în detrimentul celor cu 3-4 și mai multe etc.). Drept confirmare a celor spuse anterior, este opinia dlui profesor Albu Ion, care susține că "oferțele de apartamente noi în perioada 2000 – 2015 erau caracterizate de spații mari, iar ofertele după 2015 - prin spații mici";

➤ Implementarea inovațiilor tehnologice și ingineresti în construcția de imobil locativ va aduce valoare adăugată imobilului construit, îl vor diferenția de celelalte obiecte din cadrul pieței deopotrivă, cum ar fi un avantaj competitiv și pentru dezvoltatori sau constructori. Creșterea importanței aspectului respectiv, cu șanse reale de a deveni unul din criteriile principale în alegerea unui imobil locativ de către consumator;

➤ Oferta de proprietăți imobiliare disponibile este direct influențată de factorul demografic, de exemplu, o populație în vârstă poate duce la o creștere a ofertei de proprietăți cu suprafețe mici, în timp ce o creștere a numărului populației tinere poate duce la o creștere a ofertei de proprietăți mai spațioase;

➤ Monitorizarea situației prețurilor în scopul stabilirii unor prețuri optime, prețurile ridicate pot duce la o creștere a ofertei de proprietăți, în timp ce prețurile mai scăzute pot duce la o scădere a ofertei. Totodată, conform răspunsurilor oferite de agenții economici în cadrul cercetării, se estimează o creștere a nivelului prețurilor la imobile pentru următorii ani cu până la 10%;

➤ "Piața imobiliară din Republica Moldova, în prezent concentrată în municipiul Chișinău, se mișcă în direcție pozitivă, se dezvoltă prin extindere" [80].

Astfel, rezultatele obținute în urma cercetărilor efectuate permit confirmarea ipotezelor generale stabilite și demonstrează evoluția pozitivă a pieței imobilului locativ din municipiul Chișinău pe parcursul ultimilor ani, chiar dacă activitatea acesteia a fost oarecum tergiversată de un șir de factori atât economici, cât și politici. Această ipoteză practic unanim a fost confirmată și

de experții participanți în cadrul cercetării, care califică nivelul de dezvoltare al pieței imobiliare ca fiind unul mediu, cu posibilități de creștere, și prognozează o creștere a prețurilor pentru imobilele locative cu până la 10 % în următorii ani.

În ceea ce privește impactul pe care l-au avut asupra pieței imobiliare crizele economice, pandemice și cea cauzată de conflictul militar din regiune, cu care s-a confruntat țara noastră pe parcursul ultimilor ani și care și-au lăsat totuși amprenta asupra pieței imobiliare (criza economico-financiară, în mod special) și asupra comportamentului cumpărătorilor de imobile, creând o stare de incertitudine și frică în rândul cumpărătorilor (criza pandemică și politică cauzată de războiul dintre Ucraina și Rusia), care și-au amânat pe moment decizia de cumpărare, deși erau pregătiți să o facă, inclusiv s-au schimbat dimensiunile comportamentale ale individului prin modificarea preferințelor în raport cu suprafața imobilelor, solicitându-se imobile locative cu suprafețe mai mici, în detrimentul celor spațioase, în raport cu amplasarea imobilelor, se menține migrația cererii spre urbe, tendința oamenilor să achiziționeze imobile în orașe mari, în mod special, în capitală, observându-se o redirecționare ușoară a cererii din capitală spre periferii, unde se construiesc cartiere întregi cu infrastructură dezvoltată. Astfel, fiind confirmată și cea de a doua ipoteză generală stabilită în cadrul cercetării.

3.3. Viziuni privind direcțiile de dezvoltare ale pieței imobiliare din Republica Moldova

Interviul realizat cu experții a solicitat părerile acestora în raport cu previziunile referitoare la evoluția și dezvoltarea pieței imobiliare, planurile de recuperare a economiei, politicile sau măsurile propuse de Guvern pentru îmbunătățirea situației actuale a pieței imobiliare, precum și sfaturi adresate cumpărătorului de imobile în scopul luării unor decizii eficiente, corecte și bine argumentate. Totodată, experții vin cu propuneri pentru dezvoltarea pieței imobiliare, fiecare dintre ei sugerând direcții concrete în care ar trebui să se orienteze companiile din cadrul pieței imobiliare, precum și alte părți participante în cadrul pieței.

Deci, un aspect susținut de majoritatea experților au fost propunerile cu privire la atragerea atenției și stabilirea unui accent primordial pe ecologie, spații verzi, acces la utilități publice, extinderea orașului prin crearea de noi cartiere etc. La acest subiect, dl Staver consideră că o direcție de dezvoltare a pieței imobiliare ar fi "migrarea cererii de imobile spre periferiile orașului, unde la moment se construiesc cartiere întregi cu infrastructură completă (cum ar fi satul German, HORA village etc.), cu acces ușor la utilitățile publice". De aceeași părere sunt dl Veaceslav Ioniță și dl Rapcea Vitalie, care presupun că oferta pe viitor se va reorienta spre soluții integrate (cartiere cu

infrastructură de servicii publice inclusiv), iar pentru a putea genera astfel de proiecte, dezvoltatorii ar putea să se coopereze. În același timp, dl Haiducov susține că "piața imobiliară se va dezvolta în următorii ani cu ritmuri stabile crescător sau mai accelerate, 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, și încearcă să propună ori ceea ce caută consumatorul, sau crede că caută – apartamente mici, nu foarte spațioase sau, dimpotrivă, ceea ce întotdeauna va sensibiliza cumpărătorul – un imobil ergonomic din mai multe puncte de vedere, deci la tot ceea ce îl va face diferit de altele (inclusiv acele tehnologii și inovații tehnologice și din domeniul ingineriei), chiar dacă acest moment va implica și niște costuri mai ridicate". Totodată, toți cei cinci experți, unanim au afirmat că statul ar trebui să se implice în dezvoltarea sectorului respectiv, în primul rând, printr-un cadru de reglementare a tuturor aspectelor și acțiunilor care se desfășoară în cadrul pieței, fiecare în parte propunând proiecte ce țin de susținerea tinerilor specialiști, diverse programe și proiecte noi, gen *Prima Casă* (Anexa 30), care facilitează obținerea unui credit ipotecar în condiții avantajoase, plus, cumpărătorul mai are și garanția statului cu privire la recompensarea ratei dobânzii în cazul în care cumpărătorul/beneficiarul proiectului nu își poate permite sau acestea au crescut exagerat de mult față de nivelul stabilit. Conform celor prezentate de dl profesor Albu Ion, în cadrul interviului desfășurat, "rolul Guvernului și al instituțiilor publice este de a crea pentru toți cetățenii condiții egale de a participa la tranzacții cu bunuri imobile".

De aceeași părere este și Rapcea Vitalie, care consideră că ar fi o direcție de dezvoltare a pieței imobiliare "extinderea semnificativă a programului *Prima casă* și către alte categorii de beneficiari prin asigurarea deductibilității costurilor asociate creditelor ipotecare pentru dezvoltarea cartierelor noi pentru tinerii specialiști". Pentru cei interesați în a investi pe termen lung, expertul recomandă achiziția terenurilor în locul altor imobile, iar pentru cei care se orientează pe termen mediu, recomandă să se abțină de la investiții în piața imobiliară până la o claritate cu privire la modul în care se va finaliza conflictul armat din regiune.

Veaceslav Ioniță afirmă că "o direcție de dezvoltare urbană trebuie să fie concentrată spre realizarea unui echilibru între investițiile în locuințe și infrastructura înconjurătoare. Atât autoritățile locale, cât și consumatorii, ar trebui să înainteze cerințe dezvoltatorilor pentru o abordare social responsabilă în dezvoltarea orașelor, care să includă extinderea și crearea de noi facilități urbane". În opinia dlui Ioniță, economisirea în ceea ce privește investițiile în infrastructura urbană și utilizarea excesivă a infrastructurii existente au avut consecințe semnificative, calitatea vieții în mediul urban suferind în mod considerabil, astfel încât următorii ani ar trebui să se caracterizeze prin schimbarea paradigmei de dezvoltare a proiectelor imobiliare. Expertul

subliniază că orice proiect privat trebuie să fie însoțit de investiții corespunzătoare în infrastructura publică, pentru a asigura o dezvoltare urbană echilibrată și sustenabilă. În această ordine de idei, expertul economic Veaceslav Ioniță consideră că este foarte important să fie "stimulată procurarea de locuințe prin programe de subvenționare a familiilor tinere", cumpărătorilor le sugerează "să atragă atenția la accesul spre utilitățile publice, infrastructura comună a blocurilor de locuit și să se împrumute, dar dacă dobânda bancară este sub 10% anual".

În scopul dezvoltării propriilor companii, precum și a pieței imobiliare în viitor, agenții economici, participanți în cadrul cercetării, își propun o serie de obiective, printre care:

- Creșterea imaginii întreprinderii și a produselor pe care le comercializează;
- Optimizarea prețului astfel, încât să fie posibilă atragerea a cât mai mulți cumpărători;
- Utilizarea tehnologiilor avansate în construcții, în scopul eficientizării costurilor și creșterii calității obiectelor construite;
- Creșterea productivității muncii în domeniul construcțiilor și vânzării de imobile;
- Creșterea competitivității produselor imobiliare prin prisma serviciilor aferente;
- Realizarea proiectelor la prețuri ajustate cererii cumpărătorilor, dar fără a prejudicia calitatea construcției;
- Pătrunderea pe noi piețe (construcția de imobile locative în alte localități, orașe);
- Creșterea vânzărilor și a veniturilor companiilor;
- Angajarea personalului calificat și specializat;
- Aplicarea unui tratament specific diferitor segmente de consumatori etc.

Deci, pornind de la cele expuse anterior, în funcție de factorii care le influențează comportamentul, obiectivele pe care și le stabilesc, cumpărătorii de imobile pot fi împărțiți în câteva categorii de bază:

- Consumatorii care dețin imobil, dar 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, informație sistematizată în figura 3.22.

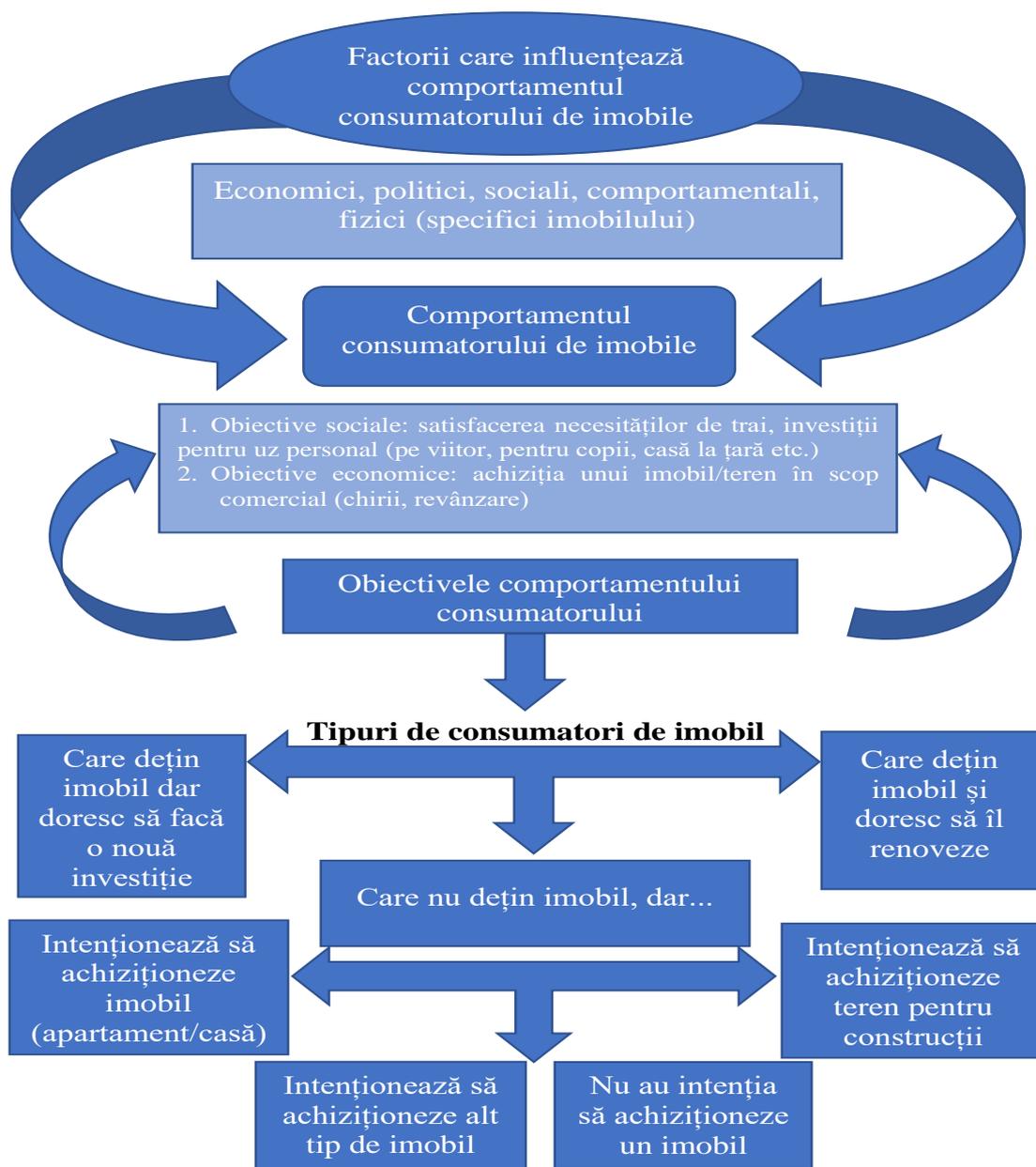


Figura 3.22. Abordarea sistemică a comportamentului cumpărătorului de imobile și principalele tipuri de consumatori

Sursa: elaborată de autor

Pornind de la componentele de bază care influențează asupra dezvoltării pieței imobiliare din Republica Moldova, este necesar să identificăm caracteristicile concrete care definesc la moment elementele cheie ale pieței imobiliare, particularitățile specifice ale acestora și, nemijlocit, direcțiile de îmbunătățire a activității în cadrul domeniului imobiliar. După cum a fost menționat pe parcursul lucrării, piața imobiliară este influențată de mai mulți factori, de diverse structuri și este constituită din mai mulți participanți, însă trei dintre aceștia reprezintă elementele cheie distinctive ale pieței imobiliare și, anume (figura 3.23.):

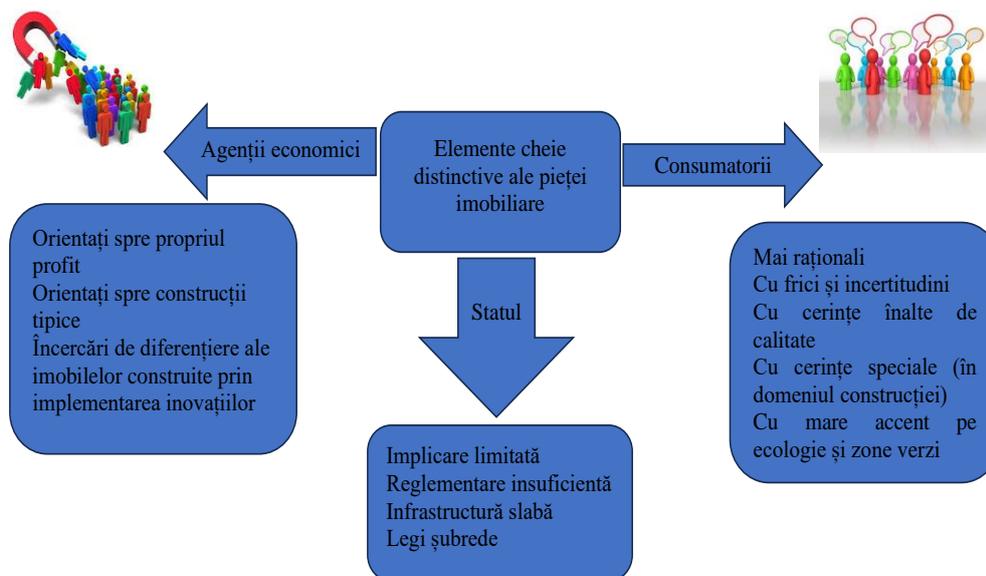


Figura 3.23. Elementele cheie distinctive ale pieței imobiliare

Sursa: elaborată de autor

Pornind de la elementele indicate în figura 3.23., concludem că pentru agenții economici care își desfășoară activitatea în cadrul pieței imobiliare este destul de complicat să se adapteze la cerințele specifice ale cumpărătorilor, unii dintre ei continuând să ofere ceea ce pot oferi, adică construcții tipice, fără nici o încercare de a individualiza bunul imobiliar/proiectul etc. Consumatorii, însă, devin din ce în ce mai informați cu toate posibilitățile care ar putea fi oferite de constructori, solicitând în mod obligatoriu locuri de parcare, spații verzi, curte amenajată, facilități/utilități sociale etc., cerințe care pot fi realizate de constructorii și dezvoltatorii din cadrul pieței împreună cu statul, Administrația Publică Locală (APL) și alte structuri competente.

Așadar, sugestiile agenților economici în cadrul cercetării, opiniile experților intervievați, precum și opiniile altor experți la care au fost făcute referințe pe parcursul lucrării, fiind totalizate, permit determinarea următoarelor direcții de dezvoltare ale pieței imobiliare:

➤ Adoptarea și utilizarea pe larg a tehnologiilor avansate în industria imobiliară (cum ar fi blockchain - utilizarea platformelor de tranzacționare online, vizualizare virtuală a bunurilor

imobiliare și instrumentele de analiză a datelor pentru luarea deciziilor în domeniul imobiliar), care vor îmbunătăți considerabil atât eficiența proceselor, tranzacțiilor în cadrul pieței imobiliare, precum și experiența cumpărătorilor de imobile.

➤ Asigurarea accesului la finanțare tuturor părților implicate în proces (dezvoltatori și cumpărători), fapt care ar stimula dezvoltarea pieței imobiliare. Guvernul și organele competente ar trebui să faciliteze disponibilitatea creditelor imobiliare, să ofere scheme de garantare sau subvenționare a dobânzilor și să promoveze parteneriate public-private în scopul finanțării proiectelor în domeniul imobiliar.

➤ Asigurarea deductibilității costurilor asociate creditelor ipotecare pentru dezvoltarea proiectelor noi.

➤ Companiile imobiliare să colecteze feedback de la clienți și agenții imobiliari care interacționează cu oferta de imobile, care vor furniza informații despre preferințele și nevoile clienților, tendințele cererii și aspectele care pot fi îmbunătățite. Prin analiza acestor date, putem identifica tendințe și modele care indică direcția de dezvoltare și dinamica pieței. În acest scop, sunt utilizate chestionare, interviuri sau platforme online pentru a colecta feedback-ul.

➤ Colaborarea companiilor imobiliare cu consultanți și experți din domeniul imobiliar va aduce beneficii prin obținerea informațiilor cu privire la analize și prognoze privind evoluția pieței, tendințele de dezvoltare, schimbările legislative sau tehnologice care pot influența piața imobiliară.

➤ Realizarea permanentă a cercetărilor și a studiilor de piață de către companiile imobiliare pentru a obține o înțelegere mai clară a acesteia. Utilizarea diverselor instrumente (analize de piață, evaluări profesionale, monitorizarea competiției și feedback-ul de la clienți, cercetări de teren, sondaje de opinie, interviuri cu experți în domeniu, grupuri de discuții sau analiza SWOT (puncte forte, puncte slabe), oportunități și amenințări), în identificarea tendințelor emergente și perspectivelor de dezvoltare ale pieței imobiliare. Analizând răspunsurile oferite de agenții economici în cadrul cercetării, constatăm utilizarea pe larg a analizelor SWOT și PEST în cercetarea pieței imobiliare.

➤ Companiile imobiliare să fie la curent cu bunurile imobiliare similare disponibile pe piață și strategiile utilizate de concurenți pentru a se diferenția și a atrage cât mai mulți cumpărători.

➤ Companiile imobiliare urmăresc și analizează permanent indicatorii economici relevanți pentru piața imobiliară, ca rata dobânzii, inflația, PIB-ul, ratele de ocupare în sectoare cheie (de exemplu, rezidențial, comercial, industrial), indicatorii demografici și alții. Monitorizând schimbările aferente acestor indicatori, pot fi obținute informații relevante în ceea ce privește direcțiile de dezvoltare și tendințele pieței imobiliare.

➤ Crearea unui mediu favorabil pentru investițiile străine în sectorul imobiliar va duce la dezvoltarea sectorului respectiv, va facilita îmbunătățirea climatului de afaceri, simplificarea procedurilor de înregistrare și aprobare, oferirea facilităților fiscale și, de ce nu, promovarea Republicii Moldova ca destinație atractivă pentru investiții imobiliare.

➤ Orientarea companiilor în direcția dezvoltării infrastructurii pentru a susține evoluția pieței (investițiile în rețele de drumuri, transport public, apă, canalizare și energie), ceea ce va duce la sporirea atractivității și accesibilității diferitelor zone și vor stimula cererea pentru bunurile imobiliare.

➤ Elaborarea de către persoanele responsabile a unui plan urbanistic general aprobat (pentru municipiul Chișinău, în mod special) și a unei viziuni cu privire la modul în care trebuie să se dezvolte urbea.

➤ Lansarea de noi programe și /sau proiecte (gen, *Prima Casă*) pentru mai multe categorii de beneficiari.

➤ Guvernul poate acorda diverse stimulente pentru investițiile în domeniul imobiliar, măsuri care vor încuraja investițiile și dezvoltarea proiectelor imobiliare. Aceste stimulente pot cuprinde reduceri la impozite, acordarea de subvenții, deduceri fiscale sau alte avantaje fiscale pentru investitorii și dezvoltatorii imobiliari, promovarea programelor de închiriere socială și facilitarea achiziționării de locuințe pentru tineri sau grupuri defavorizate.

➤ Guvernul este în putere să implementeze măsuri pentru a simplifica și accelera procedurile administrative privind dezvoltarea și tranzacționarea imobilelor, să implementeze programe de susținere a tinerilor, a familiilor cu venituri reduse sau altor categorii vulnerabile în achiziția unui imobil locativ, prin acordarea facilităților de creditare avantajoase, subvenții sau ajutoare privind plata avansului sau a ratei dobânzii, reducând la minim birocrăția și îmbunătățind procesul de autorizare și permisivitate. Toate acestea vor atrage mai mulți investitori și vor stimula dezvoltarea pieței imobiliare. Implementarea acestora ar trebui să fie susținută de politici adecvate, colaborare între sectorul public și privat și implicarea tuturor părților interesate pentru a asigura o evoluție durabilă și prosperă a pieței imobiliare.

➤ Investirea în realizarea construcțiilor eficiente energetic, utilizarea surselor de energie regenerabilă, gestionarea eficientă a resurselor și dezvoltarea de comunități durabile.

➤ Promovarea proiectelor de dezvoltare urbană sustenabilă, care pot contribui la transformarea și modernizarea zonelor urbane (orașele mari) din Republica Moldova, proiecte ce includ reabilitarea și reutilizarea clădirilor vechi, revitalizarea cartierelor istorice, dezvoltarea de zone rezidențiale și comerciale moderne și crearea de spații verzi și parcuri publice.

➤ Asigurarea și promovarea transparenței și protecția intereselor și drepturilor cumpărătorilor în tranzacțiile imobiliare. Implementarea legilor și reglementărilor adecvate, precum și promovarea standardelor etice și profesionale în industria imobiliară, ceea ce va spori încrederea și va încuraja participarea pe piața imobiliară. Aceste aspecte ar trebui să fie respectate atât în momentul cumpărării, cât și în momentul vânzării unui imobil, după cum a menționat dl profesor Albu Ion în cadrul interviului: „*Omul se bucură mult când cumpără un bun imobil, dar se bucură și mai mult când îl vinde reușit*”.

➤ Organizarea cu regularitate a conferințelor / congreselor (în 29-30 iulie a avut loc primul Congres Național Imobiliar din Moldova), pentru a oferi posibilitatea companiilor/agențiilor imobiliare, care își desfășoară activitatea în domeniul respectiv, de a se împărtăși cu experiențele, obținerea informațiilor actualizate și interacționarea cu alți profesioniști din industrie, inclusiv invitarea experților naționali și internaționali din domeniul imobiliar.

Pornind de la direcțiile de dezvoltare ale pieței imobiliare internaționale prezentate în figura 2.22., considerăm oportună implementarea acestora și în cadrul pieței din Republica Moldova.

Generalizând principalele elemente definitorii ale pieței imobiliare și prin prisma rezultatelor cercetării de teren, în tabelul 3.2. venim cu specificarea principalelor direcții de acțiune, obiective strategice și tactici care ar putea fi aplicate în funcție de interesele actorilor pieței imobiliare.

Tabelul 3.2. Alternative strategice de stimulare a pieței imobiliare

Direcția de acțiune	Persoane/instituții responsabile de realizare/implementare	Obiectivele strategice	Tacticile utilizate	Finalitatea
Reglementarea pieței imobiliare	Guvernul și alte instituții de stat	Reglementarea pieței imobiliare prin politici fiscale, reglementări privind construcțiile de imobil, standarde de construcție, alte legi și regulamente	Stabilirea impozitelor, taxelor și acordarea subvențiilor	Încurajarea construcțiilor; Achiziționarea de bunuri imobiliare; Protejarea proprietarilor și a cumpărătorilor de imobile
Investițiile imobiliare	Investitorii locali și internaționali	Cumpărarea și vânzarea bunurilor imobiliare	Achiziționarea de bunuri imobiliare pentru închiriere, achiziționarea de bunuri comerciale, investiții în dezvoltarea de proiecte imobiliare	Obținerea profitului și protejarea averilor

Dezvoltarea pieței imobiliare	Dezvoltatorii, finanțatorii și guvernul (statul)	Dezvoltarea proiectelor imobiliare de proporții, dezvoltarea de noi cartiere, clădiri mari, birouri sau imobile comerciale	Parteneriate între dezvoltatori, finanțatori și guverne	Achiziționarea de terenuri, construcția de clădiri noi și vânzarea sau închirierea bunurilor imobiliare
Evaluarea bunurilor imobiliare	Experți independenți, agenți imobiliari	Stabilirea valorii bunurilor imobiliare	Determinarea prețurilor de achiziție sau de închiriere a imobilelor	O bună cunoaștere a particularităților imobilului și valorii acestuia
Achiziționarea de bunuri imobiliare în străinătate	Persoane fizice sau juridice	Investiții pe termen lung în imobile, Achiziția unui imobil secundar	Cunoașterea regulilor și a legilor locale vor facilita achiziția, familiarizarea cu taxele și impozite aplicabile	Achiziția unui imobil, fie pentru uz personal (casă de vacanță), sau Achiziția imobilului cu scop de investiție (pentru chirie)
Monitorizarea și raportarea datelor aferente pieței imobiliare	Guvernul, instituțiile financiare și organizațiile de cercetare	Monitorizarea situației în cadrul pieței imobiliare	Urmărirea și colectarea datelor relevante privind prețurile, cererea, oferta și alți indicatori cheie ai pieței imobiliare	Utilizarea datelor pentru evaluarea pieței și adoptarea deciziilor corecte și eficiente
Implementarea măsurilor de reglementare	Guvernul și alte autorități	Implementarea măsurilor pentru a controla și monitoriza piața imobiliară	Stabilirea regulilor privind creditarea ipotecară, taxe și impozite specifice domeniului imobiliar, și reglementări privind dezvoltarea și construcția de bunuri imobiliare	Controlul și monitorizarea pieței imobiliare
Stimularea investițiilor în bunurile imobiliare	Investitorii, instituțiile bancare, statul	Implementarea politicilor fiscale și diverse măsuri de stimulare	Reduceri la impozite, facilități de creditare, alte avantaje pentru investitorii în imobile	Promovarea investițiilor în sectorul imobiliar
Utilizarea tehnologiei în tranzacții și evaluări ale imobilului	Participanții pieței imobiliare, specialiști în domeniul tehnologiilor informaționale, specialiști în domeniul design-ului imobiliar, în domeniul proiectării, alte categorii de participanți	Utilizarea tehnologiilor în evaluarea proprietăților și în încheierea tranzacțiilor cu imobile	Utilizarea platformelor online de vizualizare și de intermediere	Facilitarea tranzacțiilor și negocierile cu bunuri imobiliare; Sporirea transparenței și eficienței procesului

Continuare Tabel 3.2.				
Investiții în dezvoltarea infrastructurii	Constructorii de imobile, dezvoltatorii, investitorii, administrația publică locală, alte organe competente	Dezvoltarea și modernizarea infrastructurii	Rețelele de transport, serviciile publice și facilitățile comerciale	Creșterea atractivității anumitor zone și stimularea cererii pentru bunuri imobiliare

Sursa: elaborat de autor

Alternativele strategice de dezvoltare propuse în tabelul 3.2. solicită implicarea tuturor participanților din cadrul pieței, inclusiv a organelor competente, prin stabilirea obiectivelor strategice corecte, aplicarea tacticilor și instrumentelor eficiente pentru a ajunge la rezultatele așteptate.

Totodată, 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 3.24.):

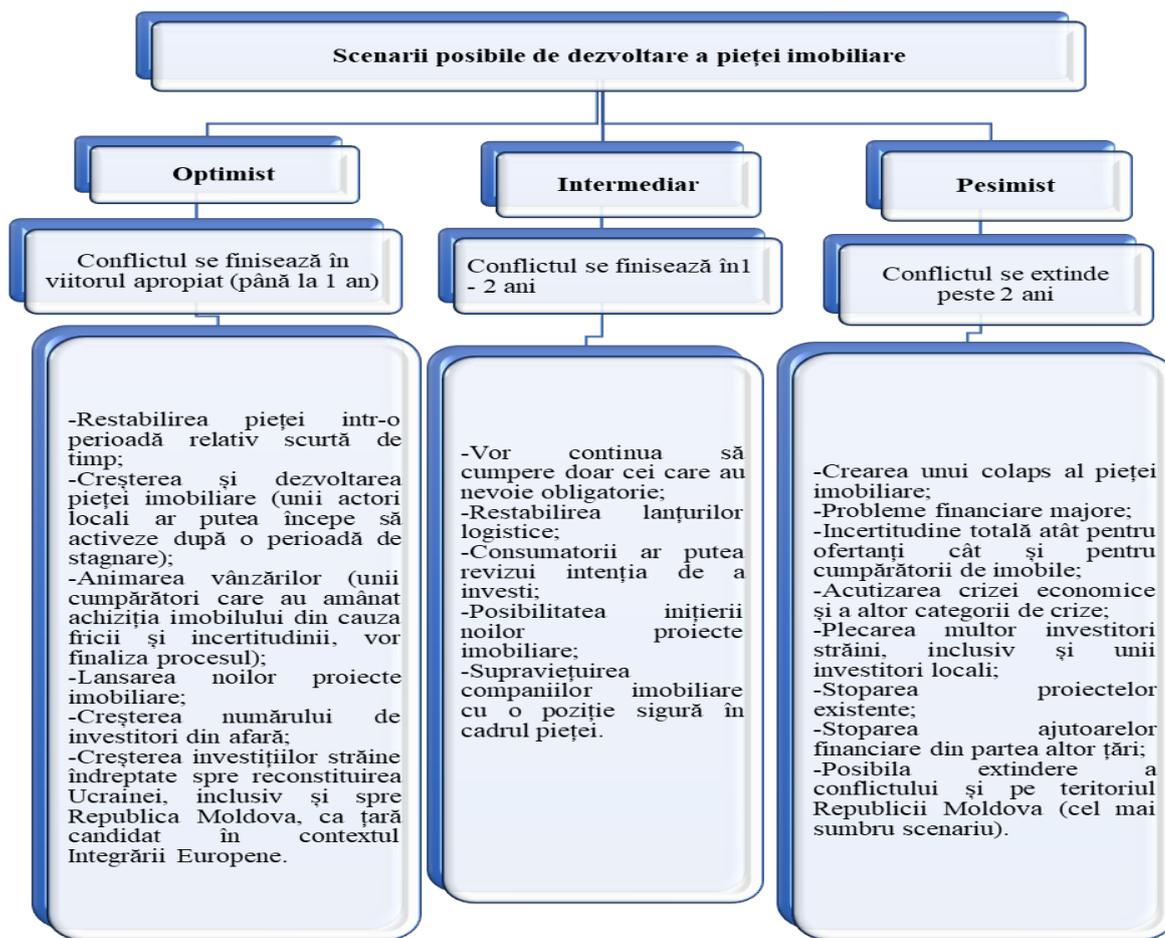


Figura 3.24. Modelul vizionar de dezvoltare al pieței imobiliare pentru următorii ani prin prisma evoluției conflictului militar din regiune

Sursa: elaborată de autor

Indiferent care ar fi scenariul posibil din cele 3 propuse, cert este că economia țării noastre deja întâmpină probleme financiare, inclusiv piața imobiliară, una dintre principalele cauze fiind imposibilitatea importului materiei prime din Ucraina, aceasta fiind unul dintre cei mai importanți furnizori de materii prime și materiale pentru lucrările de construcție și finisare, la prețuri cât de cât accesibile, în raport cu ceea ce se importă actualmente (fiind identificați noi furnizori), la prețuri mult mai mari pentru unele categorii de materiale cu până la 30 %.

O realitate care vine ca urmare a conflictului din regiune, se referă la limitarea ajutoarelor și investițiilor în țara noastră din partea partenerilor externi și orientarea acestora spre țara vecină, afectată enorm, atât din punct de vedere economic, cât și a altor aspecte (infrastructură, relații, social etc.), deși UE și statele membre contribuie enorm prin ajutoare și împrumuturi la reabilitarea economică a Republicii Moldova.

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.

3.4. Concluzii la capitolul 3

Pentru aprecierea nivelului de dezvoltare al pieței imobiliare și identificarea principalelor tendințe de dezvoltare ale acesteia pe viitor, a fost realizată o cercetare complexă cu implicarea cumpărătorilor/persoanelor fizice, a agenților economici (agențiile imobiliare și companiile de construcție), precum și a experților în domeniul economic, tehnic, imobiliar. Ca urmare a studiului realizat pot fi conturate următoarele concluzii:

1. Piața imobiliară din Republica Moldova este concentrată preponderent în mun. Chișinău, și ca volum al construcțiilor, și ca valoare monetară aceasta reprezintă (cca 90% din piața totală).

2. Cea mai mare pondere din total o are piața imobiliară rezidențială, cu accent sporit pe piața primară, pentru care interesul este mult mai mare în raport cu cererea pentru bunurile imobiliare din cadrul pieței secundare.

3. Rolul pieței primare este în continuă creștere, lucru care se datorează faptului că piața secundară nu poate rezolva problemele de asigurare totală a oamenilor cu locuințe, inclusiv și cu referință la o nouă calitate a construcțiilor noi, mult mai moderne, cu un nivel al facilităților ridicat.

4. Conform rezultatelor obținute în urma cercetării comportamentului de cumpărare al persoanelor fizice, al persoanelor juridice, și solicitând opinia experților, s-a conturat una dintre principalele tendințe ce caracterizează piața imobiliară la moment și care, conform opiniei experților, se va menține și pe viitor: companiile renunță la construcția apartamentelor luxoase și spațioase cu o odaie de 50-70 metri pătrați sau cu două odăi de cca 90 metri pătrați, în favoarea apartamentelor cu suprafețe mai mici, la prețuri accesibile. Aceste acțiuni vin ca răspuns la solicitările cumpărătorilor, care tot mai des caută apartamente cu suprafețe mai mici pentru care ar achita mai puțin.

5. Opinia experților este unanimă, practic în ceea ce privește nivelul de dezvoltare al pieței imobiliare, afirmând, cu mici excepții, că piața imobiliară are un nivel mediu de dezvoltare, însă există potențial înalt de dezvoltare ulterioară.

6. Studiarea specificului cererii din cadrul pieței imobiliare permite companiilor să evalueze și să înțeleagă mai bine caracteristicile și particularitățile comportamentului de cumpărare, iar prin analiza ofertei, pot fi definite caracteristicile și proprietățile bunurilor disponibile pe piață.

7. Companiile imobiliare pun accent pe caracteristicile imobilului, cum ar fi suprafața utilă, numărul de camere, facilitățile incluse (piscină, grădină, parcare etc.), etajul, vechimea construcției și altele, și le prezintă clienților într-un mod clar și atractiv.

8. O tendință a pieței imobiliare se referă la promovarea dezvoltării imobiliare durabile, esențială pentru protecția mediului înconjurător și asigurarea creșterii și evoluției pe termen lung. Organele competente (Guvernul, dezvoltatorii, APL, companiile financiare) ar trebui să adopte practici de construcție ecologică, eficiență energetică și utilizare a surselor regenerabile, precum și să promoveze gestionarea eficientă a resurselor și reducerea impactului asupra mediului.

9. Implementarea politicilor de stimulare a noilor construcții reprezintă un obiectiv primordial pentru organele competente, care ar influența considerabil oferta de bunuri imobiliare.

10. Se atestă o migrație masivă, pe alocuri excesivă a cererii de imobile spre urbe, în mod special în municipiul Chișinău, iar în ultima perioadă se observă o migrație a cererii spre periferiile orașului, unde la moment se construiesc cartiere întregi cu infrastructură completă (cum ar fi satul German), cu acces liber la utilitățile și facilitățile publice.

11. Se conturează și mai mult tendința de creștere a interesului pentru casele "verzi", ecologice, cu economie de energie, cu aplicarea de noi tehnologii, „inteligente”, la construcția cărora au fost utilizate materiale de finisare moderne care permit păstrarea căldurii, panouri solare etc. Experții consideră că constructorii 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.

12. Piața imobiliară se va dezvolta în următorii ani, conform opiniei experților în cadrul interviului, 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, și 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, iar aici mă refer la tot ceea ce îl va face diferit de altele (inclusiv tehnologii și inovații din domeniul ingineriei), chiar dacă acest moment va implica și costuri mai ridicate.

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 imigraționiste) 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 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, aspect confirmat 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 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 (până în 75 m²). În ceea ce privește casele individuale, se solicită imobile cu unul sau maxim 2 etaje, până la 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, cu 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 punctul de vedere al raportului calitate/preț.

Pornind de la specificul pieței imobiliare și a particularităților principalilor actori, 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 responsabili 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 viitoarele 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. *6563 de locuințe achiziționate prin programul "Prima Casă"* [online]. [citată 25.06.2023]. Disponibil: <https://accesimobil.md/blog/6563-locuinte-achizitionate-credit-prima-casa>
2. ACHROL, R. S., KOTLER, Ph. *Frontiers of the marketing paradigm in the third millennium* [online]. [citată 25.06.2023]. Disponibil: <https://www.scholars.northwestern.edu/en/publications/frontiers-of-the-marketing-paradigm-in-the-third-millennium>
3. *Agenția Relații Funciare și Cadastru* [online]. [citată 25.06.2023]. Disponibil: www.arfc.gov.md
4. *Agenția Servicii Publice* [online]. [citată 25.06.2023]. Disponibil: <https://www.asp.gov.md/ro/servicii/bunuri-imobile>
5. ALBU, I., ALBU, S. *Evaluarea tehnică a construcțiilor: curs de prelegeri*. Chișinău: Tehnica-UTM, 2020. 336 p. ISBN 978-9975-45-650-0.
6. ALBU, Ion. *Analiza factorială a valorii de piață a imobilului locativ tipizat: spec.: 08.00.05 - Economie și management (proprietăți rezidențiale): autoref. tz. dr. în econ.* Chișinău, 2006. 24 p.
7. ALBU, S. *Evaluarea drepturilor asupra proprietăților imobiliare: Practicum*. Chișinău: Tehnica-UTM, 2014. 171 p. ISBN 978-9975-45-315-8.
8. ALBU, S. The Economic Value and Valuation of Architectural Heritage [online]. *Journal of Building Construction and Planning Research*. 2021, nr. 1, vol. 9, pp. 1-11. ISSN 2328-4897. [citată 10.06.23]. Disponibil: <https://www.scirp.org/journal/paperinformation.aspx?paperid=107551>
9. ALBU, S., ALBU, I. Applicability of Databases in the Real Estate Valuation Process in the Conditions of the Emerging Economy of the Republic of Moldova. *Open Journal of Applied Sciences*. 2021, 11, 623-632. Doi: 10.4236/ojapps.2021.116045
10. ALBU, S., ALBU, I. *Piața imobiliară: Lucrare științifico-metodică privind analiza pieței imobiliare* [online]. Chișinău: Tehnica-UTM, 2014. 144 p. ISBN 978-9975-45-308-0. [citată 22.06.2023]. Disponibil: https://www.academia.edu/36270302/Albu_S_Albu_I_Piata_imobiliara_pdf
11. *Analize Imobiliare* [online]. [citată 23.12.2022]. Disponibil: <https://www.nikaimobil.md/ro/analytics/2022>
12. ANGHEL, L. *Tehnici de promovare. Note de curs* [online]. [citată 23.12.2022]. București: [s. n.], 2009, pp. 25-26. Disponibil: <https://langhel.ase.ro/Tehnici%20promotionale%202009.pdf>
13. ANICA-POPA, A. *Managementul proprietății imobiliare*. București: Editura Economică, 2013. 220 p. ISBN 978-973-709-685-2.
14. *Anuarul statistic al Republicii Moldova*. 2022 [online]. [accesat septembrie 2023, august 2024]. Disponibil: https://statistica.gov.md/files/files/publicatii_electronice/Anuar_Statistic/2022/17_AS.pdf/
https://statistica.gov.md/files/files/publicatii_electronice/Anuar_Statistic/2023/17_AS.pdf
15. *Banca de date statistice Moldova* [online]. [accesat septembrie 2023]. Disponibil: <https://statbank.statistica.md/PxWeb/pxweb/ro/40%20Statistica%20economica/40%20Stati>

[stica%20economica_17%20ICF_IAI010_serii%20anuale/IAI010100.px/chart/chartViewPie/?rxid=b2ff27d7-0b96-43c9-934b-42e1a2a9a774](https://www.iasim.ro/stica%20economica_17%20ICF_IAI010_serii%20anuale/IAI010100.px/chart/chartViewPie/?rxid=b2ff27d7-0b96-43c9-934b-42e1a2a9a774)

16. BARBU, T. C., VUȚĂ, M., STRĂCHINARU, A. I., CIOACĂ, S. I. An assessment of the immigration impact on the international housing price. *Amfiteatru Economic*. 2017, vol. 19, nr. 46, pp. 682-695. ISSN 1582-9146.

17. BĂLAN, C. *Cercetări de marketing: conținutul, rolul, tipologia și procesul cercetării de marketing*. București: ASE, 2000. 143 p. ISBN 973-8127-99-8.

18. BĂLĂCESCU, A. Impactul crizei financiare internaționale asupra pieței de capital din România. În: *Analele Universității "Constantin Brâncuși" din Târgu Jiu, Seria Economie*. 2008, nr. 2, pp. 7-12.

19. BECCIV, M. Evaluarea bunurilor imobile în scopul creditării ipotecare. In: *Conferința tehnico-științifică a studenților, masteranzilor și doctoranzilor*, 1-3 aprilie 2020, Chișinău. Chișinău: UTM, 2020, vol. 2, pp. 198-201. ISBN 978-9975-45-632-6.

20. BEJENARU, M. *Analiza pieței imobiliare: suport de curs*. Chișinău: TEHNICA-INFO, 2009. 148 p. ISBN 978-9975-63-257-7.

21. BELOSTECINIC, Gr. Competitivitatea economică și promovarea investițiilor străine orientate spre export – o provocare pentru economia Republicii Moldova. *INTELECTUS: revistă de proprietate intelectuală*. 2006, nr. 3, pp. 6-20. ISSN 1810-7079.

22. BELOSTECINIC, Gr. Investițiile străine directe și competitivitatea națională. *Economica*. 2005, nr. 3, pp. 6-22. ISSN 1810-9136.

23. *Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova* [online]. [accesat ianuarie 2024]. Disponibil: <https://statistica.gov.md/ro>

24. BOIER, R. *Comportamentul cumpărătorului. Marketing*. Iași: Editura Graphix, 1994. 163 p. ISBN 973-91-63-03-3.

25. BULAT, I. Componentele gestiunii bunurilor imobile. *Studia Universitatis Moldaviae. Seria: Științe exacte și economice*. 2016, nr. 2(92), pp. 117-122. ISSN 1857-2073.

26. BULAT, V., COREȚCHI, B. *Cercetări și analiză de piață: Note de curs*. Chișinău: USM, 2020. 112 p. ISBN 978-9975-152-09-9.

27. BUZU, O. *Organizarea activității de evaluare*. Chișinău: F.E.P. „Tipografia Centrală”, 2002. 428 p. ISBN 9975-78-214-0.

28. BUZU, O. *Prioritățile de dezvoltare a sistemului de evaluare a bunurilor imobile în Republica Moldova: spec. 08.00.05 - Economie și management (în activitatea de antreprenoriat): autoref. tz. dr. hab. în econ.* Chișinău: [s. n.], 2013. 44 p.

29. BUZU, O. Sistemul de principii privind estimarea valorii bunurilor imobiliare = The System of Principles for Estimating the Value of Real Estate. *Economie și sociologie = Economy and sociology*. 2012, nr. 4, pp. 203-207. ISSN 1857-4130.

30. BUZU, O., MATCOV, A. *Evaluarea bunurilor imobiliare: teorie și practică = Оценка Недвижимости: теория и практика*. Chișinău: Tipografia Centrală, 2003. 258 p. ISBN 9975-78-226-4.

31. CARCEA, A. Analiza pieței pentru rapoartele de evaluare [online]. În: *Cadastru și Drept*, Ed. 48, 4-6 octombrie 2018. Chișinău: Universitatea Agrară de Stat din Moldova, 2018, vol. 48, pp. 195-197. ISBN 978-9975-64-297-2. [citat 22.06.2023]. Disponibil: https://ibn.idsi.md/vizualizare_articol/87581

32. CARCEA, A. Some issues on prediction of the real estate market development in the Republic of Moldova. *Economie și sociologie*. 2017. nr. 4. pp. 83-91. ISSN 1857-4130.
33. CAUN, V., **ROTARU, O.** Concurența pe piața imobiliară din Republica Moldova. În: *Competitivitatea și inovarea în economia cunoașterii*: conf. șt. intern., 25-26 sept. 2009. Chișinău: ASEM, 2009, vol. 1, pp. 220-224. ISBN 978-9975-75-490-3.
34. CAUN, V., **ROTARU, O.** *Perspectivile dezvoltării pieței construcțiilor de imobil locativ în condițiile actuale ale Republicii Moldova*. În: *Competitivitatea și inovarea în economia cunoașterii*: conf. șt. intern., 26-27 septembrie 2014. Chișinău: ASEM, 2014, vol. 1, pp. 119-124. ISBN 978-9975-75-715-7.
35. CĂPRARU, B. *Investiții imobiliare: fundamente, practici și studii de caz*. București: C.H.Beck, 2013. 136 p. ISBN 978-606-18-0197-8.
36. CĂTOIU, I. *Cercetări de marketing - tratat*. București: Uranus, 2009. 662 p. ISBN 978-973-7765-70-3.
37. CĂTOIU, I. *Cercetări de marketing*. București: Uranus, 2002. 658 p. ISBN 973-902-17-6X.
38. CĂTOIU, I. *Despre marketing: Antologie*. București: Editura ASE, 2019. 581 p. ISBN 978-606-34-0245-6.
39. CĂTOIU, I., TEODORESCU, N. *Comportamentul cumpărătorului*. Ed. a 2-a, rev. București: Uranus, 2004. 302 p. ISBN 973-7765-09-5.
40. *Cererea caselor la sol a crescut în Chișinău și suburbii* [online]. [citată 02.06.2023]. Disponibil: <https://accesimobil.md/blog/cererea-caselor-a-crescut-chisinau-si-suburbii>
41. CHIRIAC, L., **ROTARU, O.** Metode de analiză a mediului de marketing al întreprinderii din sfera construcțiilor de imobil locativ. În: *Universitatea de Studii Politice și Economice Europene "Constantin Stere"*. *Analele Științifice*. Ed. a II-a. Chișinău: [s. n.], 2014, vol. 2, pp. 64-72. ISSN 1857 – 4858, ISBN 978-9975-4449-3-4.
42. CHUON, A. HASNIYATI, H., GHANI SARIP, A. Conceptualising Luxury Residential Property For Marketing. *Malaysia Journal of Society and Space*. 2017, pp. 33-43. ISSN 2180-2491. [citată 23 ianuarie 2024]. Disponibil: <https://journalarticle.ukm.my/11894/1/17856-51666-1-PB.pdf>
43. *Clasificarea bunurilor imobile* [online]. [citată 12.10.22]. Disponibil: <https://accesimobil.md/blog/clasificare-bunuri-imobile>
44. *Codul Civil (adnotat) al Republicii Moldova. Articolul 2162(1). Noțiunea de moștenire* [online]. [citată 17.06.2023]. Disponibil: <https://animus.md/adnotari/2162/>
45. *Codul civil al Republicii Moldova. COD Nr. 1107 din 06-06-2002* [online]. [citată 17.06.2023]. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=136381&lang=ro#
46. Codul funciar al Republicii Moldova: nr. 828-XII din 25 decembrie 1991. *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 2001, nr. 107/817.
47. *ColliersReport_MID09RO.indd* [online]. [citată 03.07.2023]. Disponibil: https://media.hotnews.ro/media_server1/document-2009-08-24-6076885-0-piata-imobiliara-romania-prima-jumatate-din-2009.pdf
48. CONSTANTIN, C., TECĂU, A.S. *Introducere în cercetarea de marketing*. București: Editura Universitară. 2013. 193 p. ISBN 978-606-591-618-0.
49. CRISTACHE, N. *Comportamentul cumpărătorului*. Galați: EUROPLUS, 2010. 97 p. ISBN 978-606-8216-08-9

50. CUCU, I., DURA, C. *Marketing. Teorie și aplicații*. Petroșani: [s. n.], 2005.
51. CUCU, J., BULAT, I. Analiza și compararea proiectului Prima Casă cu alte oferte de creditare ipotecară. In: *Conferința tehnico-științifică a studenților, masteranzilor și doctoranzilor*, 26-29 martie 2019, Chișinău. Chișinău: UTM, 2019, vol. 2, pp. 169-172. ISBN 978-9975-45-589-3.
52. CUNHA, A. M., LOBÃO, J. The determinants of real estate prices in a European context: a four-level analysis. *Journal of European Real Estate Research*. 2021, vol. 14, nr. 3, pp. 331-348. [citată 12 ianuarie 2024]. Disponibil: <https://doi.org/10.1108/JERER-10-2020-0053>
53. DĂTCULESCU, P. *Cercetarea de marketing: Cum să pătrunzi în mintea cumpărătorului, cum să măsoari și cum analizezi informația*. București: Brandbuilders Grup, 2006. 664 pag. ISBN 978-973-86481-9-7.
54. *De ce nu se revigorează piața imobiliară, chiar dacă creditele s-au ieftinit* [online]. [accesat 10.08.2023]. Disponibil: <https://moldova.europalibera.org/a/de-ce-nu-se-revigoreaz%C4%83-pia%C8%9Ba-imobiliar%C4%83-chiar-dac%C4%83-creditele-s-au-ieftinit/32353970.html>
55. DEMETRESCU, M.C. *Metode de analiză în marketing*. București: Teora, 2000. 328 p. ISBN 973-20-0043-0.
56. DIACONESCU, M. *Marketing*. Ed. 2-a, revăzută. București: Editura Universitară, 2010. 196 p. ISBN 978-973-749-858-8.
57. DRĂGUȚ, B.M. *Cercetări de marketing* [online]. București: Pro Universitaria, 2013. ISBN 978-606-647-774-1. [citată 29.02.2024]. Disponibil: <https://www.ujmag.ro/img/pdf/rasfoire-13/1384420043.03.pdf>
58. DRUȚĂ, I., VIERU, L., VLAS, M. *Dicționar poliglot de marketing*. Chișinău: Cartier, 2023. 261 p. ISBN 978-9975-86-653-8.
59. DUMPE, M. Online marketing issues of real estate companies: a case of Latvia. *Baltic Journal of Real Estate Economics and Construction Management*. 2015, nr. 3, pp. 130-139. [citată 23 ianuarie 2024]. Disponibil: <https://sciendo.com/article/10.1515/bjreecm-2015-0013>
60. DURBAILO, A. Analiza statistico-economică a investițiilor pe piața imobiliară a Republicii Moldova. In: *Economic growth in conditions of globalization = Creșterea economică în condițiile globalizării*: Intern. scientific and practical conf. 7-th ed., oct. 18-19, 2012. Chișinău: ASEM, 2012, vol. 3, pp. 309-315. ISBN 978-9975-4381-1-7.
61. DURBAILO, A. Investiții în fondul locativ ca premisă necesară unei creșteri economice durabile în Republica Moldova. In: *Economic growth in conditions of globalization = Creșterea economică în condițiile globalizării*: Intern. scientific and practical conf. 7-th ed., oct. 18-19, 2012. Chișinău: ASEM, 2012, vol. 1, pp. 367-371. ISBN 978-9975-4381-1-7.
62. ELTNER, D., DE NEUFVILLE, R. *Flexibility and Real Estate Valuation under Uncertainty: A Practical Guide for Developers*. Hoboken: Wiley-Blackwell, 2018. ISBN 978-1119106494.
63. FILIP, A. *Customer relationship management*. București: Editura ASE, 2020. 254 p. ISBN 978-606-34-0345-3.
64. 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*. La Crosse: DF Institute, 2018. 556 p. ISBN 978-1475463729.

65. GANEA, V. *Management și marketing: Note de curs. Partea 1*. Chișinău: Tehnica-UTM, 2023. 95 p. ISBN 978-9975-45-929-7.
66. GHEORGIȚA, M., STRATILA, A. Stroitelnaya otrasl Respubliki Moldova: tekushcheye sostoyaniye i perspektivy. În: *tezele Conferinței Tehnico-Științifice a Colaboratorilor, Doctoranzilor și Studenților consacrată celei de-a 50-a Aniversări a U.T.M.*, 20 – 21 octombrie 2014. Chișinău: UTM, 2015, pp. 339 - 342. Vol. III. ISBN 978-9975-45-382-0.
67. GHERASIM, A., GHERASIM, D. *Marketing internațional*. București: Pro Universitaria, 2020. 262 p. ISBN 978-606-26-1222-1.
68. GHERASIM, T., GHERASIM, A. *Cercetări de marketing*. București. Editura Economica, 2003. 367 pag. ISBN 973-590-836-0.
69. *Ghidul imobiliar*. Ed. 1-a. Chișinău: [s. n.], 2008.
70. GÎNJU, V., GUȚU, VI., GUȚU, D. *Implementarea cadastrului în Republica Moldova [Text tipărit]: Realizări, probleme și perspective: Etapa I, 1998-2003: (Ediție științifică)*. Chișinău: INEI, 2004. 154 p. ISBN 9975-9654-6-6.
71. GUTU, D. *Valorificarea bazelor sociologiei juridice în dezvoltarea sistemului cadastral al Republicii Moldova. Teorie, metodologie, metode, tehnici și rezultate ale investigațiilor*. Chișinău: USM, 2012. 282 p. ISBN 978-9975-71-247-7.
72. GUȚU, VI. *Cadastrul Bunurilor Imobile*. Chișinău: [s. n.], 2003, vol. 5, p. 24.
73. HARRELL, G. D., FRAZIER, G. L. *Marketing: Connecting with Customers*. Hoboken: Prentice Hall, 1999, p. 188.
74. HÜGEL, S. The Laboratory of Real Estate [online]. În: *Innovation in Service Industries. Essays in Real Estate Research, Springer Gabler, Wiesbaden*, vol. 16, 2019, pp. 5-6. [cit. 29.02.2024]. Disponibil: https://doi.org/10.1007/978-3-658-27179-4_2
75. IONAȘCU, E. *Asimetria informațională și transparența investițională pe piața imobiliară*. București: Editura Economică, 2021. 363 p. ISBN 978-973-709-954-9.
76. IONAȘCU, E. Eficiența pieței imobiliare: abordare epistemologică și conceptuală = Efficient real estate market: epistemological and comercial approach. *Economica*. 2017. nr. 4(102), pp. 52-59. ISSN 1810-9136.
77. IONAȘCU, E. Transparency of real estate markets: conceptual and empirical evidence. *Audit financiar*. 2019. nr. 2(154), pp. 306-326. ISSN 1583-5812.
78. IONIȚĂ, V. *Anticipăm o înviorare a pieței imobiliare* [online]. [cit. 08.07.2023]. Disponibil: <http://viitorul.org/ro/content/veaceslav-ioni%C8%9B%C4%83-anticip%C4%83m-o-%C3%AEnviorare-pie%C8%9Bei-imobiliare>
79. 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]. [cit. 22.06.2023]. 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/>
80. IONIȚĂ, V. *Piața imobiliară din Republica Moldova, în prezent concentrată în municipiul Chișinău, se mișcă în direcție pozitivă, se dezvoltă prin extindere* [online]. [cit. 23.05.2023]. Disponibil: <http://www.viitorul.org/ro/content/opinie-pia%C8%9Ba-imobiliar%C4%83-din-republica-moldova-%C3%AEn-prezent-concentrat%C4%83-%C3%AEn-municipiul-chi%C8%99in%C4%83u>

81. IONIȚĂ, V. *Piața imobiliară stagnează. Numărul construcțiilor a scăzut cu peste 35%* [online]. [citată 12.03.2023]. Disponibil: https://www.publika.md/piata-imobiliara-stagneaza-numarul-construcțiilor-a-scazut-cu-peste-35-ce-explicatii-are-expertul-veaceslav-ionita_3129272.html#ixzz892ayeUuV
82. KASYANENKO, T., BUZU, O. Features of pricing of the mortgage market in the Russian Federation and the Republic of Moldova. Part 1. *Economie și sociologie: revistă teoretico-științifică = Economy and sociology*. 2016. nr. 3, pp. 34-41. ISSN 1857-4130.
83. KASYANENKO, T., BUZU, O. Features of pricing of the mortgage market in the Russian Federation and the Republic of Moldova. Part 2. *Economie și sociologie: revistă teoretico-științifică = Economy and sociology*. 2016. nr. 4, pp. 22-32. ISSN 1857-4130.
84. KIDER, M., HALPERN, D. *Secondary Mortgage Market Guide*. Second Edition. New York: Juris Publishing, 2006. 425 p. ISBN 978-1-57823-107-2
85. KOTLER, Ph., ARMSTRONG G. *Principiile Marketingului*. Ed. a 4-a. București: Teora, 2008. 1042 p. ISBN 978-1-59496-083-3.
86. KOTLER, Ph., KELLER, K. L. *Managementul marketingului*. Ediția a V-a. București: Teora, 2008. 1148 p. ISBN 978-159-496-08-404.
87. LĂDARU, G. R., SIMA, V. *Introducere în cercetări de marketing*. București: Editura ASE, 2017. 150 p. ISBN 978-606-34-0223-4.
88. Legea cu privire la gaj: nr. 449 din 30.07.2001. *Monitorul Oficial al Republicii Moldova* [online]. nr. 120 din 02.10.2001 [citată 17.06.2014]. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=110201&lang=ro
89. Legea cu privire la ipotecă: nr. 142 din 26-06-2008. *Monitorul Oficial al Republicii Moldova* [online]. 2008, nr. 165-166, art. 603 [accesat 15.06.2023]. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=110170&lang=ro
90. Legea cu privire la locuințe: nr. 75 din 30-04-2015 [online]. *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 2015, nr. 131-138, 249 [citată 22.06.2023]. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=137381&lang=ro#
91. Legea cu privire la performanța energetică a clădirilor nr. 128 din 11.07.2014 [online]. [citată 22.06.2023]. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=95262&lang=ro
92. LEȘAN, A. *Dezvoltarea pieței imobiliare a Republicii Moldova prin prisma analizei repartizării teritoriale după regiunile de dezvoltare. Lucrare metodologică*. Chișinău: Editura "Tehnica-UTM", 2021. 92 p. ISBN 978-9975-45-669-2. [citată 21.06.2023]. Disponibil: http://repository.utm.md/bitstream/handle/5014/15005/DezvPiețeiImobil_RMoldova_RepatizTeritoriale_LucrMetodica_DS.pdf?sequence=1
93. LINNEMAN, P. *Real Estate Finance & Investments: Risks and Opportunities*. 2nd Edition. London: [s. n.], 2018. ISBN 978-0692996638.
94. MALCOMETE, P. *Marketing: dicționar explicativ*. București: Economică, 2003. 815 p. ISBN 973-590-824-7.
95. MARIAN, S. Cadastrul imobiliar. Realizări. Probleme. Soluții. (Aspecte juridico-practice). In: *Republica Moldova: 20 de ani de reforme economice: conf. șt. intern., 23-24 sept. 2011*. Chișinău: ASEM, 2011, vol. 1, pp. 192-199. ISBN 978-9975-75-587-0.
96. MAXIM, E., GHERASIM, T. *Marketing*. București: Economica, 2000. 496 p. ISBN 973-590-099-8.

97. МОСРЕАС, М. Flexibilitatea mișcă piața imobiliară. *Банки & Финансы - Profit: Финансово-экономический журнал*. 2017, nr. 6, pp. 110-112.
98. *Modificarea ratei dobânzii la creditele ipotecare Prima Casă* [online]. [accesat 02.06.2023]. Disponibil: <https://eximbank.md/ro/notice/rata-dobanzii-prima-casa>
99. MORARIU D., PIZMAȘ D. *Comportamentul cumpărătorului* [online]. Deva: Bibliofor, 2001. 60 p. ISBN 973-9411-39-8. [citată 14.03.2016]. Disponibil: [http://file.ucdc.ro/cursuri/T_2_n26 Comportamentul cumpărătorului.pdf.pdf](http://file.ucdc.ro/cursuri/T_2_n26_Comportamentul_cumparatorului.pdf.pdf)
100. MORARU, A. D., DUHNEA, C. *Abordări actuale privind teoria și practica de marketing*. Chișinău: Epigraf, 2021. 104 p. ISBN 978-9975-60-405-5.
101. MOUTINHO, L. GOODE, M. DAVIES, F. *Analiza cantitativă în managementul marketingului*. Trad. Bogdan Uilecan. Chișinău: Tehnica-Info, 2005. 338 p. ISBN 9975-63-251-3.
102. NEDELEA, A. M. *Dicționar de marketing*. București: Editura Economică, 2020. 156 p. ISBN 978-973-709-937-2.
103. NEDELEA, A. M. *Ghid practic de marketing*. București: Editura Economică, 2021. 215 p. ISBN 978-973-709-957-0.
104. NEDELEA, A. M. *Marketing online*. București: Editura Economică, 2022. 352 p. ISBN 978-973-709-991-4.
105. NESTERENKO, S., RADZINSKA, Y., FROLOV, V., FIRSOV, P. Legal aspects of land formation under real estate objects: Array [online]. In: *Municipal Economy of Cities*, nr. 1(161), 2021, pp. 129–133. [citată 29.02.2024]. Disponibil: <https://khg.kname.edu.ua/index.php/khg/article/view/5725>
106. *Noutăți propuse la Codul Civil: Conceptul bunurilor imobile* [online]. 26 aprilie, 2017. [citată 12.12.2022]. Disponibil: <https://www.bizlaw.md/2017/04/26/noutati-propuse-la-codul-civil-conceptul-bunurilor-imobile>
107. *Noutățile băncii* [online]. Disponibil: <https://comertbank.md/news/detail.php?id=568> [accesat 02.06.2023].
108. NUGROHO, R. A., ANGELA, I. The Impact of Marketing Mix, Consumer's Characteristics, and Psychological Factors to Consumer's Purchase Intention on Brand "W" in Surabaya. In: *International Business Management Program, Petra Christian University Jl. Siwalankerto*. 2017, vol. 5, no. 1, pp. 55-69. [citată 19 ianuarie 2024]. Disponibil: <https://media.neliti.com/media/publications/182962-EN-the-impact-of-marketing-mix-consumers-ch.pdf>
109. NUMBEO. *Property Prices* [online]. 2024 [accesat 29.02.2024]. Disponibil: <https://www.numbeo.com>
110. OLEINIC, P. Studiul pieței imobiliare [online]. *Банки & Финансы - Profit: Финансово-экономический журнал*. 2023, nr. 6-7(307). [citată 17.06.2023]. Disponibil: <https://www.profit.md/articles-ro/number-04-09-ro/547165/>
111. *Organizarea și procedura de ipotecare a bunurilor imobile în cadrul băncilor comerciale din Republica Moldova* [online]. [accesat 11.06.2023]. Disponibil: <https://administrare.info/domenii/drept/13354-organizarea-%C5%9Fi-procedura-de-ipotecare-a-bunurilor-imobile-%C3%AEn-cadrul-b%C4%83ncilor-comerciale-din-republica-moldova>

112. PETROVICI, S. *Cercetări de marketing: Curs universitar: Pentru uzul studenților instituțiilor de învățământ superior cu profil economic*. Chișinău: ASEM, 2020. 290 p. ISBN 978-9975-75-972-4.
113. Piața imobiliară primară din Chișinău - proiecte de 250 milioane euro. *Standard financiar*. 2009, nr. 11, pp. 23-24.
114. POORVU, W. J. *Creating and Growing Real Estate Wealth: The 4 Stages to a Lifetime of Success*. FT Press, 2008. 272 p. ISBN 978-0132434539.
115. *Primăria municipiului Chișinău* [online]. Disponibil: www.chisinau.md
116. *Programul „Prima casă” a depășit cifra de 8100 de beneficiari* [online]. Disponibil: <https://bancomea.md/news/programul-prima-casa-a-depasit-cifra-de-8100-de-beneficiari> [citât 12.07.23]
117. *Property Prices* [online]. [citât 11.07.2023]. Disponibil: <https://www.numbeo.com/property-investment/>
118. PRYOR, P. *Marketingul sericiilor de construcții*. Trad.: Smaranda NISTOR. București: Codecs, 2005. 142 p. ISBN 973-8060-72-9.
119. PURCARU, I. M. *Sisteme moderne de distribuție. Multilevel marketing*. Ed. a 2-a, rev. și adăug. București: Editura Universitară, 2020. 120 p. ISBN 978-606-26-1137-2.
120. RADZEWICZ, A. Real estate market system theory approach phase space [online]. In: *Real Estate Management and Valuation*, no. 4, 2013, vol. 21, pp. 87-95. [citât 29.02.2024]. Disponibil: <https://intapi.sciendo.com/pdf/10.2478/remav-2013-0040>
121. *Raport de evaluare globală* [online]. 2007. [citât 22.01.2013]. Disponibil: http://www.unnpr.ro/expertize/expertize%20timisoara/TIMIS/rap_sannicolau_mare.pdf
122. Raport lunar privind evoluția social-economică a Republicii Moldova, 31.05.2023 [online]. [citât 02.03.2024]. Disponibil: <https://mmed.gov.md/wp-content/uploads/2023/06/Raport-lunar-2023-04.pdf>
123. RIZA, I. *Marketing: Aplicații și studii de caz*. Craiova: Universitaria, 2019. 152 p. ISBN 978-606-14-1485-7.
124. ROTARU, O. Aspecte teoretice privind piața imobiliară și importanța acesteia în structura economico - socială a țării. *Studia Universitatis Moldaviae (Seria științe Exacte și Economice)*. 2011, nr. 2(42), pp. 210-214. ISSN 1857-2073.
125. ROTARU, O. Calitatea imobilului – un element important în luarea deciziei de cumpărare. În: *Simpozionul științifico-practic dedicat Zilei mondiale a calității cu genericul "Sustenabilitatea: îmbunătățirea produselor destinate cumpărătorilor și planetei"*, 11 noiembrie 2021. Chișinău: ASEM, 2021, pp. 145-151. ISBN 978-9975-155-58-8. DOI: 10.5281/zenodo.5808562.
126. ROTARU, O. Caracteristica procesului auditului de marketing în cadrul întreprinderii. În: *Creșterea competitivității și dezvoltării economiei bazate pe cunoaștere: conf. șt. intern.*, 28-29 septembrie 2007. Chișinău: ASEM, 2008, vol. 1, pp. 251-254. ISBN 978-9975-75-400-2.
127. ROTARU, O. Caracteristicile și particularitățile imobilului ca produs. În: *Simpozionul Internațional al Tinerilor Cercetători*, 28-29 aprilie 2010. Chișinău: ASEM, ediția a VIII-a, pp. 97-99, 0,25 c.a., ISBN 978-9975-75-543-6.
128. ROTARU, O. Comportamentul cumpărătorului și etapele procesului decizional de cumpărare pe piața imobilului cu destinație locativă. În: *Analele Științifice. Universitatea de Studii Politice și Economice Europene „Constantin Stere”*. Ed. 2. Chișinău: USPEE, 2014, vol. 2, pp.

89-96. ISSN 1857-4858; ISBN 978-9975-4449-3-4. Disponibil:
<https://irek.ase.md/xmlui/handle/123456789/2182>

129. **ROTARU, O.** Conceptul contemporan al „marketingului pieței imobiliare. *Studia Universitatis Moldaviae (Seria Științe Exacte și Economice)*. 2016, nr. 7(97), pp. 135-142. ISSN 1857-2073. ISSN online 2345-1033.

130. **ROTARU, O.** Conceptul și necesitatea planificării acvității de marketing în cadrul companiei constructoare de imobil locativ. În: *Competitivitatea și inovarea în economia cunoașterii*: conf. șt. intern., 25–26 septembrie 2015. Chișinău: ASEM, 2015, vol. 1, pp. 123-129. ISBN 978-9975-75-771-3.

131. **ROTARU, O.** Ipoteca - soluție pentru cumpărătorii de imobile. În: „*Akademios. 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://akademios.asm.md/files/119-126.pdf>. Indexare în baza de date: DOAJ, ROAD, INDEX COPERNICUS.

132. **ROTARU, O.** 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: Culegere de articole științifice. Chișinău: ASEM, 2020, pp.182-189. e-ISBN 978-9975-75-985-4.

133. **ROTARU, O.** Oportunități și riscuri în procesul decizional de cumpărare în cadrul pieței imobiliare. În: *Conferință Științifică Internațională „30 de ani de reformă economică în Republica Moldova: prin inovare și competitivitate spre progres economic”*, 24-25 septembrie 2021. Chișinău: ASEM, 2021, vol. 1, pp. 262-270. ISBN 978-9975-155-61-8 (PDF). DOI: <https://doi.org/10.53486/9789975155618.34>.

134. **ROTARU, O.** Piața imobiliară - fundament pentru implementarea deciziilor de marketing. În: *Conferința Științifică Internațională consacrată celei de-a 25-a aniversări a ASEM "25 de ani de reformă economică în Republica Moldova: prin inovare și competitivitate spre progres economic"*, 23-24 septembrie 2016. Chișinău: ASEM, 2016, vol. 2, pp. 252-258, ISBN 978-9975-75-835-2.

135. **ROTARU, O.** Practici internaționale în domeniul imobilului cu destinație locativă. În: *Simpozionul științific al tinerilor cercetători*. Ed. a 10-a, 28-29 aprilie 2012. Chișinău: ASEM, 2012. pp. 208-211. ISBN 978-9975-75-618-1.

136. **ROTARU, O.** Procesul de segmentare al pieței. Algoritm, criteriile și modele de segmentare. În: *Analele ATIC, 2007-2008*. Ch.: ATIC, 2009, vol. II (XIII), pp. 112-117. ISBN 978-9975-941-40-2.

137. **ROTARU, O.** Procesul decizional de cumpărare prin prisma creditării ipotecare a bunurilor imobiliare. În: „*Marketing, Comerț, Merceologie: Evoluții și tendințe în condițiile globalizării economice*”. Culegere de lucrări a Conferinței naționale cu participare internațională. Ediția I, 27-28 noiembrie 2014. Chișinău: ASEM, 2015, pp. 161-176, 0,4 c.a. ISBN 978-9975-75-737-9.

Disponibil:
https://irek.ase.md/xmlui/bitstream/handle/123456789/2179/Rotaru%20Olesea_%20Conferinta_11_2014.pdf?sequence=1&isAllowed=y

138. **ROTARU, O.** Produsele pieței imobiliare. Esența și tipurile imobilului ca produs. În: *Dezvoltarea economiei bazată pe cunoaștere: conferința științifică - practică internațională a*

tinerilor cercetători. 12 iunie 2010, Ch.: Institutul Internațional de Management „IMI-NOVA”, pp. 110-113. ISBN 978-9975-9987-9-6.

139. **ROTARU, O.** Studiul cererii efective și potențiale în cadrul pieței imobiliare. In: *Competitivitatea și inovarea în economia cunoașterii*: conf. șt. intern., 24-25 sept. 2010. Chișinău: ASEM, 2011, vol. 1, pp. 50-53. ISBN 978-9975-75-549-8.

140. **ROTARU, O., CAUN, V.** Analiza pieței imobiliare din Republica Moldova și perspectivele de dezvoltare a acesteia. În: *Analele Științifice. Universitatea de Studii Politice și Economice Europene* ”Constantin Stere”. Chișinău, 2013, Ediția I, vol. 1, pp. 96-100. ISSN 1857 – 4858. ISBN 978-9975-4449-0-3. Categoria C.

141. **ROTARU, O., CHIRIAC, L.** Conținutul și importanța studierii macromediului de marketing al întreprinderii din sfera construcțiilor de imobil locativ. *Studia Universitatis Moldaviae (Seria Științe Exacte și Economice)*. 2013, nr. 2(62), pp. 152 -158. ISSN 1857-2073.

142. **ROTARU, O., CHIRIAC, L.** Conținutul și importanța studierii micromediului de marketing al întreprinderii pe piața imobilului locativ. *Studia Universitatis Moldaviae (Seria Științe Exacte și Economice)*. 2014, nr. 7(77), pp. 156-165. ISSN 1857-2073.

143. **ROTARU, O., CHIRIAC, L.** 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:

144. **ROTARU, O., CHIRIAC, L.** Utilizarea metodei „Mystery Shopping” pentru studierea satisfacției cumpărătorilor în cadrul pieței imobilului cu destinație locative. În: *60 de ani de învățământ economic superior în Republica Moldova: prin inovare și competitivitate spre progres economic*: conf. șt. intern., 27-28 septembrie 2013. Chișinău: ASEM, 2013, vol. 1, pp. 144-146. ISBN 978-9975-75-668-6. Disponibil: <https://irek.ase.md/xmlui/handle/123456789/2180>

145. **RUNHAN, H.** Research on the Application of Consumer Psychology Theory in Real Estate Marketing. In: *International Conference on Economics, Business, Management and Corporate Social Responsibility. EBMCSR 2018* [online]. 2018, vol. 67. pp. 135-140. [citat 23 ianuarie 2024]. Disponibil: <https://www.semanticscholar.org/paper/Research-on-the-Application-of-Consumer-Psychology-Hou/1cdbc827bfd3e3b00d6ac89ac0799e1a0cebfea8>

146. **SASU, C.** *Marketing internațional*. Ed. a II-a revăz. și adăug. Iași: POLIROM, 2001. 384 p. ISBN 973-683-765-3.

147. *Site-ul oficial al companiei Acces Imobil SRL* [online]. [accesat septembrie 2023]. Disponibil: <https://accesimobil.md/>

148. *Site-ul oficial al companiei Dansicons SRL* [online]. [accesat septembrie 2023]. Disponibil: <https://dansicons.md/>

149. *Site-ul oficial al companiei Ecovzor Construct Imobil* [online]. Disponibil: <https://ecovzor.md/> [accesat septembrie 2023].

150. *Site-ul oficial al companiei EXFactor Group* [online]. [accesat septembrie 2023]. Disponibil: <https://www.exfactor.md/>.

151. *Site-ul oficial al companiei INAMSTRO* [online]. [accesat august 2023]. Disponibil: <https://inamstro.md/>

152. *Site-ul oficial al companiei LAGMAR IMPEX SRL*. [accesat august 2023]. Disponibil: https://lagmar.md/ro/home_ro/

153. *Site-ul oficial al companiei O'Key Imobil* [online]. [accesat septembrie 2023]. Disponibil: <https://okeyimobil.md/>

154. Site-ul oficial al companiei Real Estate Exchange "Lara" [online]. [citat 17.02.2023]. Disponibil: <http://www.lara.md/>
155. *Standardele Internationale de Evaluare* [online]. Editia a VIII-a, 2007 [citat 17.02.2023]. Disponibil: https://www.anevar.ro/images/documente/sie_2007.compressed.pdf
156. STATISTA. *Gross residential mortgage lending in selected European countries from 1st quarter 2019 to 2nd quarter 2023* [online]. 2023 [accesat 17.06.2014]. Disponibil: <https://www.statista.com/statistics/614850/gross-residential-mortgage-lending-europe/>
157. STRATILA, A., ALBU, I., USTUROI, L. *Economia construcțiilor*. Suport de curs. Chișinău: Tehnica-UTM, 2019. 124 p. ISBN 978-9975-45-570-1.
158. TĂRĂBURCĂ, D. Piața imobiliară din Republika Moldova: căutarea identității = Rynok nedvizimosti Moldovy: poiski vyhoda = Real estate market in Moldova: in search of solution. *Fin - Consultant*. 2010, nr. 3, pp. 40-43. ISSN 1857-0216.
159. TEODORESCU N. *Comportamentul cumpărătorului, Abordare instrumentală*. București: Editura ASE, 2000. 126 p. ISBN 973-8127-22-X.
160. TURBETCHI, V. Real estate market in rural area of the Republic of Moldova: actual condition and opportunities of development. *Economie și sociologie: revistă teoretico-științifică*. 2017, nr. 1-2. pp. 133-138. ISSN 1857-4130.
161. TUREȚCHI V. Activitatea pieței imobiliare a Republicii Moldova în contextul repartizării teritoriale după regiunile de dezvoltare. În: *Repository Socio-Economic Sciences - National Institute for Economic Research*. Complexul Editorial al INCE. 2019. pp. 367-370. Disponibil: <http://dspace.ince.md/jspui/handle/123456789/879>
162. ȚIMIRAȘ, L. *Cercetări de marketing*: curs universitar. Bacău: Alma Mater, 2012. 152 p. ISBN 978-606-527-222-4
163. ȚÎȚU, M. *Cercetarea experimentală și prelucrarea datelor*. Sibiu: Editura Universității „Lucian Blaga” din Sibiu, 2007. 525 p.
164. WANG Y., WANG X., CAO J., ABHIJIT G. A study of the branding's impact on consumers in the real estate market. *Asia-Pacific Journal of Management and Tehnology*. 2023, vol. 4/1, pp. 13-19. ISSN online: 2652-6840. [citat 23 ianuarie 2024]. Disponibil: <https://doi.org/10.46977/apjmt.2023.v04i01.003>
165. ZUBIC, A. Interconexiunea pieței ipotecare și pieței imobiliare din Republica Moldova. În: *Analele Academiei de Studii Economice din Moldova*. Chișinău: ASEM, 2010. pp. 272-276. ISBN 978-9975-75-534-4.
166. АГАФОНОВ, М. Рынок коммерческой недвижимости, как основа развития малого предпринимательства. *Предпринимательство*. 2010, nr. 7. pp. 36-40. ISSN 0869-7051.
167. АЙТМУХАМЕТОВА, И.Р., ГАРИНА, С.А., ДЕНИСЕНКО, Е.Б., ЛЕБЕДЕВА, Е.Н., МИНИНА, О.В. *Экономика недвижимости: рынок, правовые основы, инвестиции*. Учебное пособие [online]. Новосибирск: НГАСУ, 2003. 96 с. [citat 22.01.2023]. ISBN 5-7795-0190-4. Disponibil: <http://www.aup.ru/files/m837/m837.pdf>
168. АЛЕСИНСКАЯ, Т. В. [и др.]. *Маркетинг* [online]. Таганрог: ТРТУ, 2006. 241 с. [citat 22.06.2023]. Disponibil: http://www.aup.ru/books/m99/3_4.htm
169. АЛЕШИНА И. В. *Поведение потребителя*. Учебное пособие Москва: Фаир-Пресс, 2000. 376 с. ISBN 5-8183-0115-X.

170. АСАУЛ А. Н., ДЕНИСОВА И. В. *Состояние инвестиционного климата региона – основа развития строительного комплекса: Доклад на Годичном 39 собрании Санкт-Петербургских Научных Советов по экономическим проблемам Российской академии наук, состоявшемся 3 марта 2001 года в г. Санкт-Петербурге* [online]. [citat 19.05.2023]. Disponibil: <http://planovik.ru/invest/articles/7.htm>
171. АСАУЛ А. Н., ИВАНОВ С. Н., СТАРОВОЙТОВ М. К. *Экономика недвижимости: Учебник для вузов* [online]. 3-е изд., исправл. СПб.: АНО «ИПЭВ», 2009. 304 с. [citat 17.02.2014]. Disponibil: http://www.aup.ru/books/m491/6_1_3.htm
172. АСАУЛ А. Н., СЕВЕК В. К., СОЯН М. К. *Экономика недвижимости: учебник для вузов* [online]. Кызыл: Изд-во ТувГУ, 2012. 410 с. ISBN 978-91178-044-9. [citat 09.04.2022]. Disponibil: <http://асаул.рф/upload/iblock/7d2/7d2263d5a1af1c00fc17a7848a8855d5.pdf>
173. АСАУЛ А. *Экономика недвижимости: Учебник для вузов* [online]. 3-е изд. Стандарт третьего поколения. СПб.: Питер, 2013. 416 с. [citat 09.04.2022]. ISBN 978-5-496-00057-4. Disponibil: <https://library.asue.am/books/3647.pdf>
174. АССЕЛЬ Г. *Маркетинг: принципы и стратегия: Учебник для вузов*. Москва: ИНФРА, 2005. 510 с. ISBN 978-0-03-076708-1.
175. БАТИЩЕВ, Р. Долгосрочный актив по приемлемой цене. Тенденции на рынке недвижимости столицы. *Business Class: Ежемесячный экономический журнал*. 2018, nr. 1-2. pp. 82-83. ISSN 1857-1638.
176. БАТИЩЕВ, Р. Особый сегмент рынка недвижимости. *Business Class: Ежемесячный экономический журнал*. 2017, nr. 12 (135). pp. 64-67. ISSN 1857-1638.
177. БАТИЩЕВ, Р. Тренды в загородной недвижимости. *Business Class*. 2018, nr. 6. pp. 74-75. ISSN 1857-1638.
178. БАТИЩЕВ, Р. Что нам стоит дом. Каковы расходы на продажу и покупку недвижимости в Молдове? *Business Class*. 2018, nr. 4. pp. 54-57. ISSN 1857-1638.
179. БЕРЕЗОВСКАЯ, О. Л., ПАВЛЫШКО, А. В., СОЛОВЬЕВА, В. А. *Технология кадастровой оценки земель населенных пунктов Республики Беларусь* [online]. Минск: ОО «Земельная реформа», 2004. [citat 03.03.2023]. Disponibil: <https://core.ac.uk/download/pdf/290214097.pdf>
180. БІЛЕЦЬКИЙ, І. В. Маркетингова стратегія суб'єктів будівництва житлової нерухомості на споживчому ринку. *Проблеми економіки*. 2022, № 4 (54), pp. 133-139. [citat 19 ianuarie 2024]. Disponibil: <https://eprints.kname.edu.ua/63792/1/problems-of-economy-2022-4-0-pages-133-139.pdf>
181. БЛЭКУЭЛЛ, Р., МИНИАРД, П., ЭНДЖЕЛ, Дж. *Поведение потребителей*, 10-е издание. Серия "Классический зарубежный учебник". СПб.: Питер, 2007, 944 с. ISBN 978-5-469-00677-0.
182. БОРЗДОВА, Т. Клиентоориентированность как способ повышения конкурентоспособности компании в риэлтерском бизнесе. In: *Integrare prin cercetare și inovare.: Științe juridice. Științe economice: conf. șt. intern.*, 26-28 sept. 2013. Chișinău: CEP USM, 2013, pp. 293-295. Disponibil: https://ibn.idsi.md/en/vizualizare_articol/105318
183. БУЗУ, О. В., ГУЦУ, В. Г., ГУЦУ, Д. В. *Оценка недвижимого имущества: социально-экономические, правовые и политические аспекты*. Кишинев: Национальный Институт Экономики и Информации. 2004. 81 p. ISBN 9975-9654-7-4.

184.БУЗУ, О. В., ГУЦУ, В. Г., ГУЦУ, О. В. *Оценка недвижимого имущества для налогообложения как составная часть кадастра недвижимого имущества*. Кишинев: МГУ, 2004. 222 с. ISBN 9975-70-481-6.

185.БУЗУ, О. *Кадастр недвижимого имущества в Республике Молдова: опыт междисциплинарного исследования: Монография = Cadastru bunurilor imobile în Republica Moldova: Studiu interdisciplinar: Monografie*. Кишинев: СЕР USM, 2016. 154 с. ISBN 978-9975-71-775-5.

186.БУЗУ, О. *Оценка недвижимого имущества: социально-экономические, правовые и политические аспекты*. Chişinău: [s.n.], 2004. 81 p. ISBN 9975-9654-7-4.

187.БУЗУ, О. Совершенствование организации оценки недвижимого имущества в целях налогообложения в Республике Молдова. In: *Creşterea economică în condițiile globalizării: conf. intern. şt. - practică, ediția a 11-a, 13-14 octombrie, 2016*. Chişinău: INCE, 2016, vol. 1. pp. 119-122. ISBN 978-9975-4185-0-8.

188.БУРОВА, И. В., ПАНИЧКИНА, М. В. Анализ и прогнозирование ценовых тенденций на рынке жилой недвижимости [online]. *Фундаментальные исследования*. 2017, nr. 6, pp. 110-114. Disponibil: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=41558> [citat 03.03.2023].

189.ВИНОГРАДОВ Д. В. *Функции и особенности рынка недвижимости. Рынок недвижимости*. Экономика недвижимости: учебное пособие [online]. [citat 22.01.2013]. Disponibil: <http://subschet.ru/subschet.nsf/4bd1036cab15f83bc32571f8007c218b/2c1b18f84d7792b7c3257232004cf27e%21OpenDocument>

190.ГАЙДАРЛЫ, И. Ценообразование в строительстве в Республике Молдова. In: *Simpozionul științific al tinerilor cercetători, 28-29 aprilie 2017*. Chişinău, 2017, vol. 2, pp. 165-166. ISBN 978-9975-75-881-9.

191.ГАРНОВА, Н. А., СТОМПЕЛЕВА, А. С. Инвестиционная привлекательность региона основа эффективного региональной экономики (на примере Ярославской области) [online]. *Региональная экономика и управление: электронный научный журнал*. 2005, nr. 1(1). ISSN 1999-2645. [citat 03.03.2023]. Disponibil: <http://region.mcnip.ru/>

192.Гид по рынку новостроя цены, предложения, спрос, тенденции. *Business Class*. Martie 2017, pp. 17-22.

193.ГЛАЗОВА, Т. "Скрытые" инвесторы и ограниченный потенциал. *Экономическое обозрение "Логос-пресс"*. 2020, nr. 21(1331). p. 7.

194.ГЛАЗОВА, Т. Пандемия изменила приоритеты на рынке недвижимости. *Экономическое обозрение "Логос-пресс"*. 2021, nr. 5(1363), p. 10.

195.ГОРЕМЫКИН, В. А. *Экономика недвижимости: учебник для бакалавров*. 7-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2012. 926 с. ISBN 5-276-00453-6.

196.ГРИБОВА, М. С. *Разработка и реализация методов прогноза цен жилой недвижимости с привлечением геоинформации: магистерская диссертация по направлению подготовки: 38.04.01 Экономика* [online]. Томск: [б.и.], 2018. [citat 03.03.2019]. Disponibil: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vital:7045>

197.ГРИБОВСКИЙ С. В. *Оценка стоимости недвижимости: Учебное пособие* [online]. Москва: Маросейка, 2009. 432 с. ISBN 978-5-903271-09-2. Disponibil: <https://www.avyan.am/wp->

<content/uploads/2017/09/4.%D0%9E%D1%86%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%B0-%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%B8%D0%BC%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8-%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B2%D0%B8%D0%B6%D0%B8%D0%BC%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8-%D0%A1.%D0%92.-%D0%93%D1%80%D0%B8%D0%B1%D0%BE%D0%B2%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9-%E2%80%93-%D0%9C.-%D0%98%D0%B7%D0%B4.-%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BE%D1%81%D0%B5%D0%B9%D0%BA%D0%B0-2009.pdf>

198. ГРИБОВСКИЙ, С. В. Оценка недвижимости для налогообложения [online]. *Вопросы оценки*, 2006, nr. 4, 52 с. [citat 03.03.2019]. Disponibil: <http://ru-srroo-upload.hb.bizmrg.com/iblock/a30/otsenka-nedvizhimosti-dlya-nalogooblozheniya.pdf>

199. ГРИНЕНКО, С. В. Экономика недвижимости [online]. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2004. стр. 11. [citat 12.12.2011]. Disponibil: http://files.eiun.bstu.ru/docs/magistr/teor_method/gr_ecned.pdf

200. ГУЦУ, О. *Тенденции развития налогообложения недвижимого имущества в транзитивной экономике Республики Молдова: Экономико-Социологическое исследование: Монография*. Chişinău: CEP USM, 2006. 98 p. ISBN 978-9975-70-688-9.

201. ЕРМОЛАЕВ, Е. Е. *Формирование организационно-экономического механизма развития новых форм хозяйствования в инвестиционно-строительной сфере: Автореф. дис. д-ра экон. наук*. [online]. [citat 22.01.2019]. Disponibil: <http://vak.ed.gov.ru/>

202. ЖУЛЬКОВА, Ю. Н., СТЕПАНОВА, О. В. *Экономика недвижимости: учеб. пособие* [online]. Н.Новгород: ННГАСУ, 2016. 114 с. ISBN 978-5-528-00169-2. [citat 22.06.2023]. Disponibil: https://bibl.nngasu.ru/electronicresources/uch-metod/economy_trade/864867.pdf

203. ИВАНОВА, Е. Н., ГРИБОВСКИЙ, С. В., ЛЬВОВ, Д. С., МЕДВЕДЕВА, О. Е. *Оценка стоимости недвижимости* [online]. Москва: ИНТЕРРЕКЛАМА, 2003. 704 с. ISBN 5-8137-0098-6. [citat 22.06.2023]. Disponibil: <http://profioценка.ru/f/otsenkastoimostinedvizhimosti.2003.pdf>

204. МАНУШИН, Д. В. *Совершенствование системы антикризисного управления на промышленных предприятиях: Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук* [online]. [citat 22.06.2023]. Disponibil: <https://www.dissercat.com/content/sovershenstvovanie-sistemy-antikrizisnogo-upravleniya-na-promyshlennykh-predpriyatiyakh/read>

205. НАВРУК, И. Рынку нужен регулятор. *Банки & Финансы - Profit: Финансово-экономический журнал*. 2019, nr. 3, pp. 70-73.

206. ОЛЕЙНИК, П. Стабильная цена. *Банки & Финансы - Profit: Финансово-экономический журнал*. 2019, nr. 3, pp. 60-66.

207. ОНИЛА, О. Гид по рынку новостроя: цены, предложения, спрос, тенденции. *Business Class: Ежемесячный экономический журнал*. 2017, nr. 3 (126), pp. 14-22. ISSN 1857-1638.

208. ОНИЛА, О. Рынок аренды жилья. Что последует за стагнацией? *Business Class: Ежемесячный экономический журнал*. 2017, nr. 6(129), pp. 56-58. ISSN 1857-1638.

209. ОНИЛА, О. Рынок недвижимости. Тенденции и прогнозы на 2017. *Business Class: Ежемесячный экономический журнал*. 2016, nr. 12(123), pp. 60-63. ISSN 1857-1638.

- 210.ОНИЛА, О. Рынок новостроя: не испортит ли нас квартирный вопрос? *Business Class*: Ежемесячный экономический журнал. 2016, nr. 7-8 (118-119), pp. 16-25. ISSN 1857-1638.
- 211.ОНИЛА, О. Тенденции на рынке недвижимости. Итоги I полугодия 2017 г. *Business Class*: Ежемесячный экономический журнал. 2017, nr. 130-131, pp. 78-80. ISSN 1857-1638.
- 212.РОЗЕНБЕРГ, Д. *Инвестиции*: Терминологический словарь. Нью-Джерси: Университет Рутджерс (США), 1992. 268 с.
- 213.РАДЧЕНКО, И. *Недвижимость. Практическая энциклопедия*. Москва: ГроссМедиа Ферлаг. 2005. 416 с. ISBN 5-476-00050-X.
- 214.РЕСИН, В.И. [и др.]. *Экономика недвижимости*. Учебное пособие. 2-е изд. М.: Дело. 2000. 328 с. ISBN 5-7749-0104-1.
- 215.РОЛЛЕР, А., ОЛЕЙНИК, П. Рынок недвижимости в 2018 году. *Business Class*: Ежемесячный экономический журнал. 2018, nr. 10(145). pp. 70-73. ISSN 1857-1638.
- 216.Рынок недвижимости в 2018 году. Итоги полугодия. *Business Class*: Ежемесячный экономический журнал. Октябрь 2018. ISSN 1857-1638.
- 217.РЯЗАНОВА, И. Новые бренды, магазины и сети. Чего ждать от рынка торговых центров? *Business Class*: Ежемесячный экономический журнал. 2017, nr. 4 (127), pp. 48-51. ISSN 1857-1638.
- 218.САФРОНОВА, Н. Б., КОРНЕЕВА, И. Е. *Маркетинговые исследования*: Учебное пособие. 3-е изд., стер. Москва: Изд.-торг. корпорация "Дашков и К", 2021. 292 с. ISBN 978-5-394-04040-5.
- 219.СТЕРНИК, Г. М. Методика прогнозирования цен на жилье в зависимости от типа рынка [online]. *Имущественные отношения в РФ*. 2011, nr. 1, pp. 43-47. [citat 27.06.2023]. Disponibil: <http://realtymarket.ru/metodi-eskie-materiali/sternik-g-m-metodika-prognozirovaniya-cen-na-jile-v-zavisimosti-ot-tipa-rinka-jurnal-imushestvennie-otnosheniya-v-rf-12-2010.html>
- 220.СТЕРНИК, Г. М. *Рынок жилья городов России: состояние и перспективы*: доклад на Петербургском жилищном конгрессе [online]. [citat 29.06.2023]. Disponibil: https://studylib.ru/doc/4649928/rynok-zhil_ ya-gorodov-rossii
- 221.СТЕРНИК, Г. М. Системный подход к анализу структуры рынка недвижимости [online]. *Проблемы недвижимости: Научный электронный журнал*. 2000, вып. 1, Disponibil: <http://realtymarket.ru/stat/pere-en-publikacii-sternika-g-m.html>
- 222.СТЕРНИК, Г. М. *Технология анализа рынка недвижимости* [online]. Москва: Изд. АКСВЕЛЛ, 2005, 203 с. ISBN 5-87039-081-8. [citat 27.06.2023]. Disponibil: <http://realtymarket.ru/metodi-eskie-materiali/METODOLOGIYA-ANALIZA-RINKA-NEDVIJIMOSTI.html>
- 223.СТЕРНИК, Г. М. Цены предложения на рынке жилья России в 1990-2007 годах: анализ и прогноз [online]. *Имущественные отношения в РФ*. 2007, nr. 12 (75), pp. 23-35. ISSN 2072-4098. [citat 27.06.2023]. Disponibil: <http://realtymarket.ru/analiti-eskie-materiali/sternik-g-m-tseny-predlozheniya-na-rynke-zhilya-gorodov-rossii-v-1990-2007-godu-analiz-i-prognoz.html>
- 224.СТЕРНИК, Г. М., КРАСНОПОЛЬСКАЯ, А. Н. *Негармоническое разложение ценовой динамики рынка жилья Москвы*. (6.08.2006 г.) [online]. [citat 27.06.2023]. Disponibil:

<http://realtymarket.ru/metodi-eskie-materiali/sternik-g-m-krasnopolskaya-a-n-negarmoni-eskoe-razlojenie-cenovoi-dinamiki-rinka-jilya-moskvi.html>

225.СТЕРНИК, Г. М., МИРОНЧУК, Я. С. Исследование пространственно-параметрической модели рынка жилья городов Московской области. *Имущественные отношения в РФ*. 2006, nr 6, pp. 18-24. [citat 29.06.2023]. Disponibil: <http://realtymarket.ru/stat/pere-en-publikacii-sternika-g-m.html>

226.СТЕРНИК, Г. М., СТЕРНИК, С. Г. Основная закономерность развивающихся рынков недвижимости [online]. *Имущественные отношения в РФ*. 2008, nr. 11 (86), pp14-18. ISSN 2072-4098. [citat 27.06.2023]. Disponibil: <https://studylib.ru/doc/2327229/osnovnaya-zakonomernost.-razvivayushhihsya-rynkov-nedvizhimosti>

227.СТЕРНИК, Г.М., СТЕРНИК С.Г. Классификация элитного жилья (на примере Москвы) [online]. In: *ELITE ESTATE – 2008: Материалы Международной конференции*. СПб.: Изд. «Бюллетень недвижимости», 2008, pp. 11-25. [citat 17.06.2023]. Disponibil: <http://realtymarket.ru/stat/pere-en-publikacii-sternika-g-m.html>

228.СТРАТИЛА, А. Оценка финансового состояния предприятий строительной отрасли республики Молдова. În: *Tezele Conferinței Tehnico-Științifice a Colaboratorilor, Doctoranzilor și Studenților consacrate celei de-a 50-a Aniversări a U.T.M.*, 20–21 octombrie 2014. Chișinău: UTM, 2015, vol. 3, pp. 393 - 396. ISBN 978-9975-45-382-0.

229.СТРАТИЛА, А., ЦУРКАН, Р. Особенности динамики предприятий Республики Молдова по классам размерности. *Revistă metodico-științifică trimestrială “Administrarea Publică”*. Iulie - septembrie 2021, nr. 3 (111), pp. 68-77. ISSN 1813-8489. Disponibil: <http://aap.gov.md/files/publicatii/revista/21/111.pdf>

230.СЫРБУ, И., ПАЛАДИ, В. Инвестиционный менеджмент в системе рынка недвижимости. În: *Strategii și politici de management în economia contemporană: conf. șt. intern. prilejuită de împlinirea a 70 de ani de la nașterea regretatului prof. univ., dr. hab., mem. coresp. al AȘM, Rector ASEM (1994-2001) Eugen Hrișcev*, 30-31 martie 2012. Chișinău: ASEM, 2012, pp. 14-18. ISBN 978-9975-75-594-8.

231.ТАРАНЕЦ, О. Н. *Экономика и оценка недвижимости*: Конспект лекций. [online]. Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2007. [citat 22.01.2013]. Disponibil: http://www.aup.ru/books/m246/1_2_1.htm

232.ТАТАРОВА, А. В. *Оценка недвижимости и управление собственностью*: Учебное пособие [online]. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2003. [citat 27.06.2023]. Disponibil: <http://www.aup.ru/books/m90/>

233.ФРИДМАН, Дж., ОРДУЭЙ, Н. *Оценка и анализ приносящей доход недвижимой собственности* [online]. Пер. с англ. Москва: Дело, 2003. 396 с. [citat 22.01.2023]. Disponibil: https://www.avyan.am/wp-content/uploads/2017/09/3.%D0%A4%D1%80%D0%B8%D0%B4%D0%BC%D0%B0%D0%BD_%D0%9E%D1%80%D0%B4%D1%83%D1%8D%D0%B9-%D0%90%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7-%D0%B8-%D0%BE%D1%86%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%B0-%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%8F%D1%89%D0%B5%D0%B9-%D0%B4%D0%BE%D1%85%D0%BE%D0%B4-%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B2%D0%B8%D0%B6%D0%B8%D0%BC%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8.pdf

234. ЯН, Я., ЛИШЕНКО, М., ВАНСІН, С. Моделі маркетингового каналу розподілу в підприємствах нерухомості. *Економіка та суспільство*. 2022, nr. 44. Disponibil: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-118>.

235. ЯНЧЕВА, А. Движение рынка недвижимости Молдовы: спрос, предложение, прогнозы. *Business Class: Ежемесячный экономический журнал*. 2012, nr. 9. pp. 14-22. ISSN 1857-1638.

236. ЯНЧЕВА, А. Доходная недвижимость: инвестиции и перспективы. *Business Class: Ежемесячный экономический журнал*. 2013, nr. 10. pp. 62-65. ISSN 1857-1638.

237. ЯНЧЕВА, А. Загородная недвижимость: время придирчивых покупателей. *Business Class: Ежемесячный экономический журнал*. 2014, nr. 6. pp. 66-68. ISSN 1857-1638.

238. ЯНЧЕВА, А. Инвестиции в недвижимость: выгоды и перспективы. *Business Class: Ежемесячный экономический журнал*. 2015, nr. 5. pp. 64-67. ISSN 1857-1638.

239. ЯНЧЕВА, А. Коммерческая недвижимость: в ожидании активизации инвесторов. *Business Class: Ежемесячный экономический журнал*. 2014, nr. 9. pp. 60-63. ISSN 1857-1638.

240. ЯНЧЕВА, А. Таунхаусы в Молдове: есть ли будущее? *Business Class: Ежемесячный экономический журнал*. 2014, nr. 5. pp. 80-82. ISSN 1857-1638.

241. ЯНЧЕВА, А. Частный дом: европейский выбор. *Business Class: Ежемесячный экономический журнал*. 2015, nr. 9. pp. 58-61. ISSN 1857-163.

Tabelul A.1.1. Noțiuni de bază aferente creditului ipotecar

Termen	Explicația termenului:
Bun imobil	Se referă la terenuri, construcții, apartamente, precum și alte încăperi izolate, bunuri imobiliare în conformitate cu Codul civil.
Ipotecă	Se referă la dreptul real în baza căruia creditorul are dreptul să solicite satisfacerea creanțelor sale, cu preferință față de ceilalți creditori, inclusiv statul, din valoarea bunurilor imobile garantate pentru ipotecă, în situația când debitorul omite să-și îndeplinească obligațiile.
Creanță ipotecară	Se referă la drepturile de creanță garantate cu ipotecă.
Creditor ipotecar	Reprezintă creditorul creanța căruia este garantată cu ipotecă.
Debitor ipotecar	Se referă la acea persoană care transmite în ipotecă unul sau mai multe bunuri imobiliare în scopul garantării executării obligației sale sau a debitorului față de creditorul ipotecar.
Debitor	Este reprezentat de debitorul ipotecar sau o altă persoană care are o obligație față de creditorul ipotecar, executarea căreia este garantată cu ipotecă.
Garant ipotecar	Este reprezentat de persoana care transmite în ipotecă un bun sau bunuri imobile în vederea garantării executării obligației debitorului.
Contract de ipotecă	Este reprezentat de contractul încheiat între creditorul ipotecar și debitorul ipotecar, în baza căruia primul, în modul stabilit de lege, are dreptul să pretindă satisfacerea creanțelor sale pecuniare din valoarea bunului imobil ipotecat.
Prioritate	Include dreptul preferențial al unui creditor ipotecar față de alți creditori ipotecari în scopul executării dreptului său de ipotecă, precum și față de alți creditori de a urmări bunul imobil.

Sursa: elaborat de autor în baza sursei [89, disponibil:
https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=110170&lang=ro]

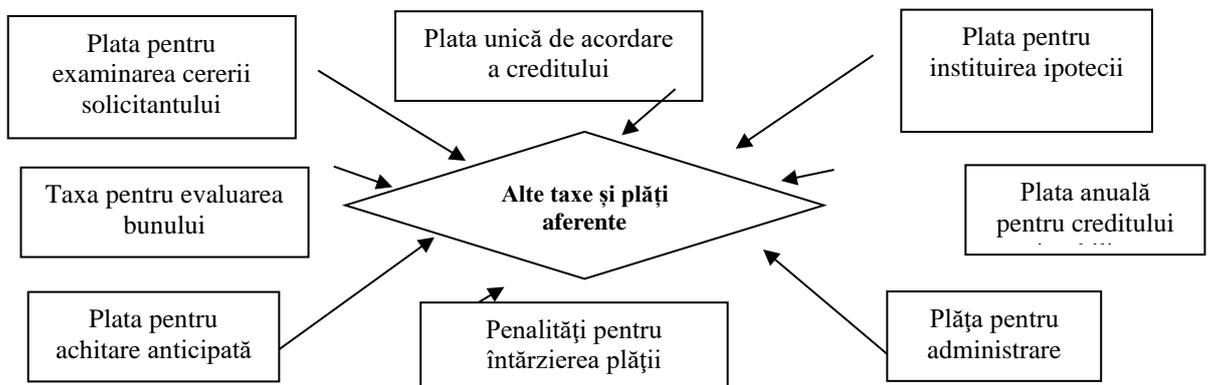


Figura A.1. Alte plăți obligatorii aferente creditului imobiliar contractat

Sursa: elaborat și sistematizat de autor în baza informațiilor de pe site-urile web ale băncilor comerciale

Tabelul A.1.2. Riscurile clientului și ofertantului cu privire la garanții

RISCURILE	
<i>pentru CLIENT</i>	<i>pentru OFERTANT</i>
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Riscurile cu privire la insolvabilitate; ➤ Riscuri apărute în urma modificării legislației; ➤ Riscuri privind imposibilitatea realizării unor lucrări în imobilul gajat; ➤ altele. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Riscuri cu privire la calamitățile naturale: cutremure, inundații etc.; ➤ Riscuri apărute în caz de incendiu; ➤ Riscuri legate de scăderea lichidității bunului pus în gaj; ➤ Riscuri legate de scăderea în timp a valorii imobilului; ➤ altele.

Sursa: elaborat de autor



Figura A.2.1. Clasificarea bunurilor imobiliare rezidențiale (în Republica Moldova, Rusia, SUA, Franța, Spania și Turcia)

Sursa: elaborată de autor în baza sursei [212, pag. 57-60]

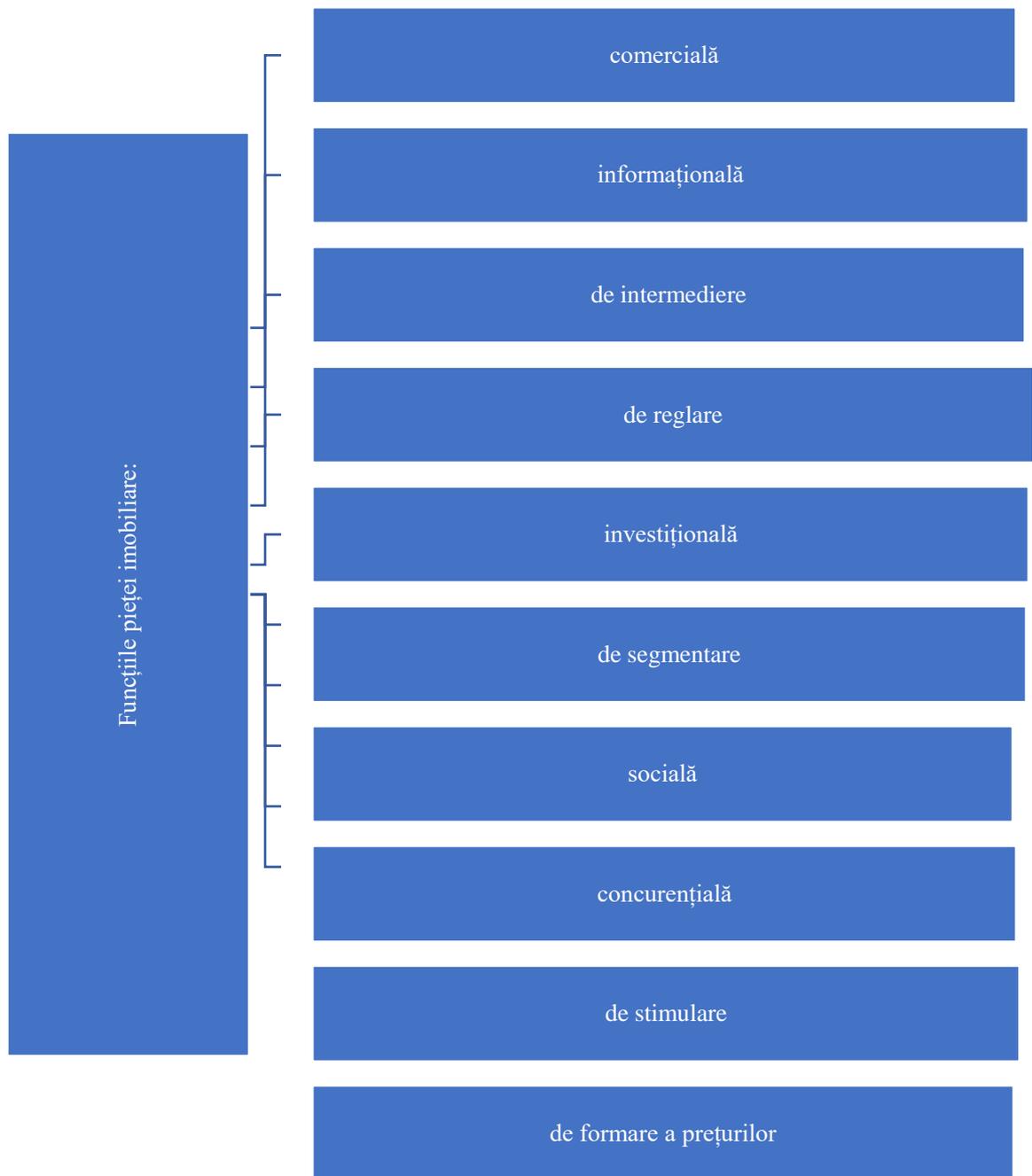


Figura A.2.2. Funcțiile pieței imobiliare
Sursa: elaborat de autor în baza sursei [20, pag. 9]

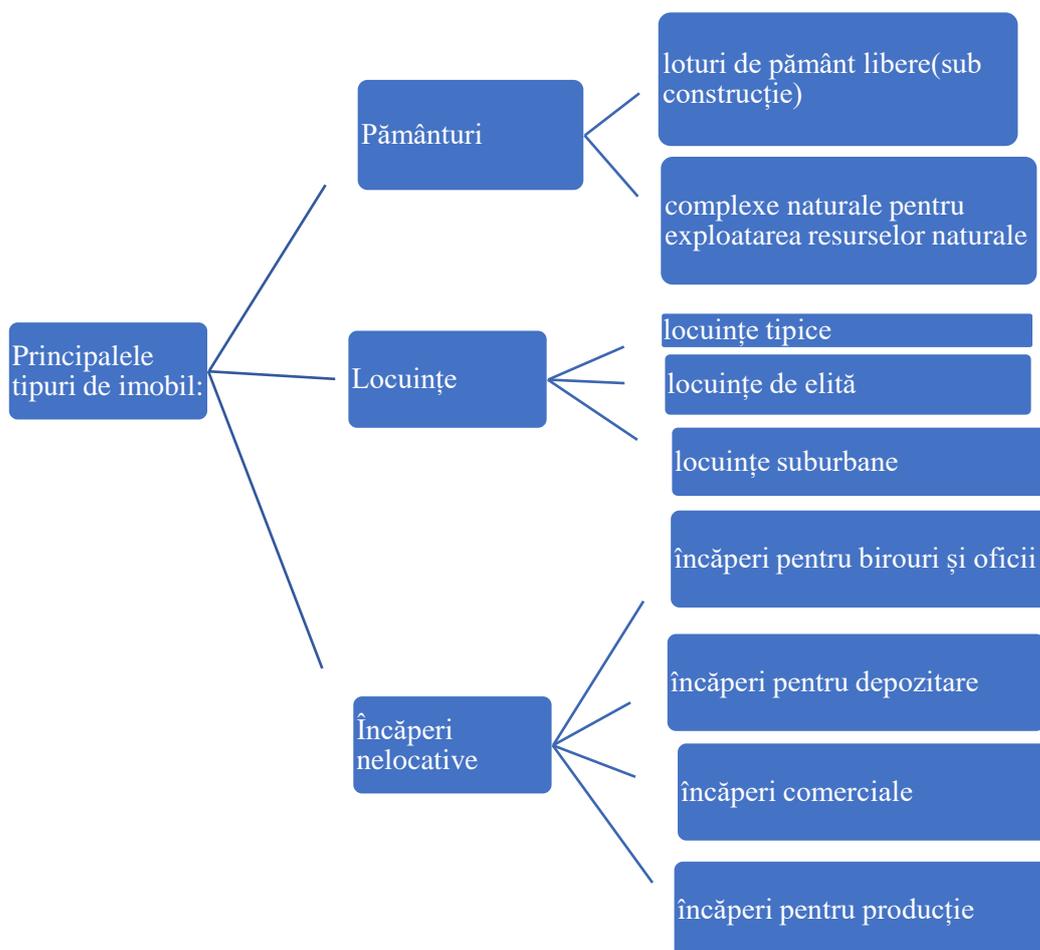


Figura A.2.3. Principalele tipuri de imobil

Sursa: elaborată de autor în baza sursei [199, disponibil:
http://www.aup.ru/books/m94/2_1.htm]

Tabelul A.2. Particularitățile pieței imobiliare

Criteriul	Caracteristica
Localizarea	<ul style="list-style-type: none"> ✓ imobilitate absolută ✓ dependență mare dintre prețul și locul amplasării/localizării imobilului
Tipul concurenței	<ul style="list-style-type: none"> ✓ imperfectă, oligopol ✓ număr mic de vânzători și cumpărători ✓ unicitatea fiecărui obiect ✓ controlul prețurilor limitat ✓ intrarea pe piață necesită capital substanțial / semnificativ
Elasticitatea ofertei	<ul style="list-style-type: none"> ✓ joasă, în cazul creșterii cererii și a prețurilor, oferta crește ne semnificativ ✓ cererea poate să fie foarte volatilă/schimbătoare
Gradul de transparență	<ul style="list-style-type: none"> ✓ tranzacțiile poartă un caracter privat ✓ informația publicată este deseori incompletă și inexactă
Competitivitatea produselor	<ul style="list-style-type: none"> ✓ în mare măsură este determinată de influența factorilor de mediu extern, influența vecinilor ✓ specificitatea preferințelor individuale ale clienților
Condițiile teritoriale	<ul style="list-style-type: none"> ✓ reglementată de legislația în domeniul dreptului civil și cea în domeniul imobilului și cadastru, având în vedere apă, păduri, mediu și alte drepturi speciale ✓ interdependența mare între forma privată și alte forme de proprietate
Încheierea tranzacțiilor	<ul style="list-style-type: none"> ✓ dificultăți de ordin juridic, condiții și restricții
Valoarea/ costul	<ul style="list-style-type: none"> ✓ include valoarea sau costul obiectului și a drepturilor conexe

*Sursa: elaborat de autor în baza sursei [199, disponibil:
http://www.aup.ru/books/m94/2_1.htm]*

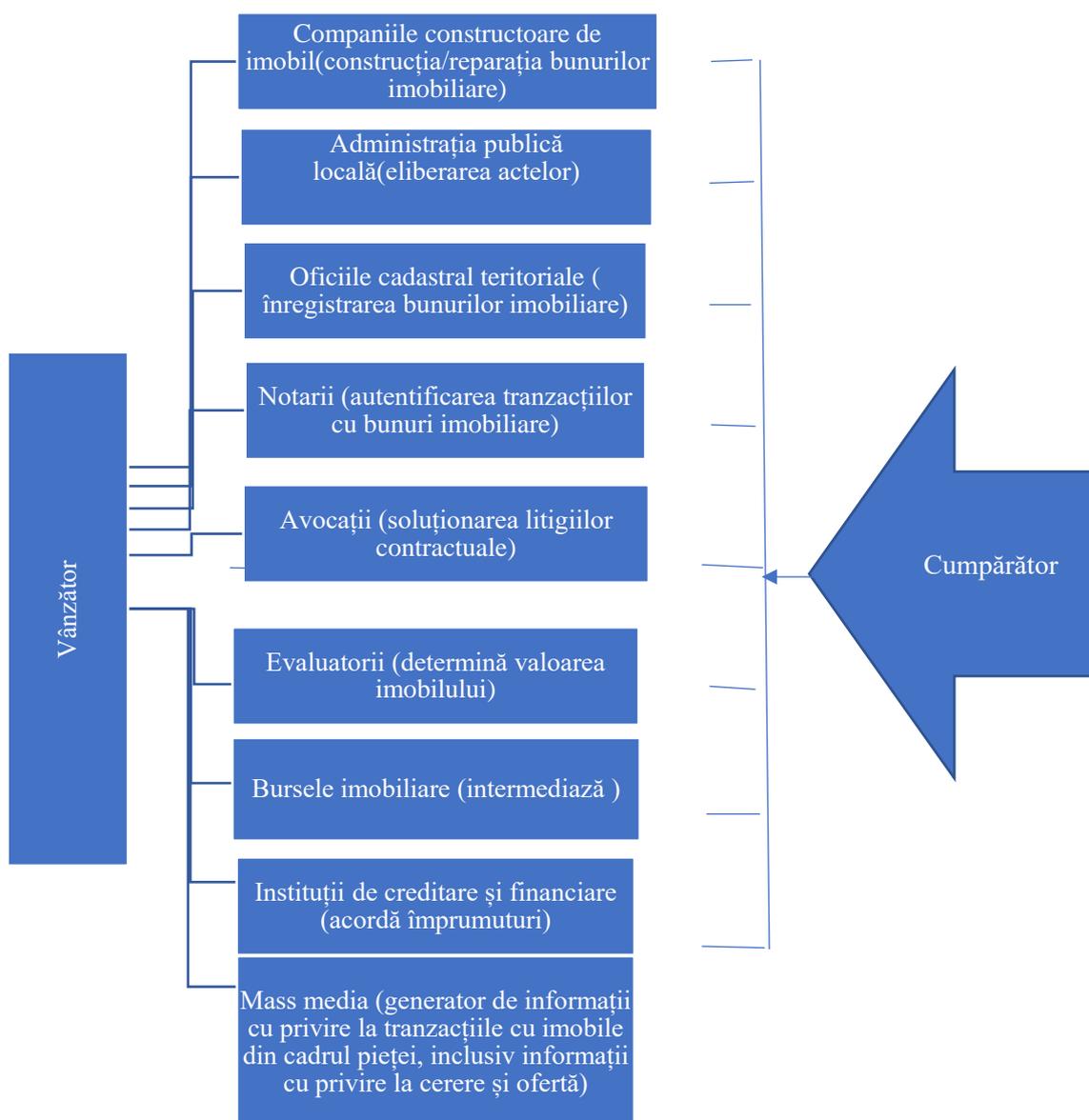


Figura A.3.1. Relația dintre participanții pieței imobiliare
Sursa: elaborată de autor în baza surselor bibliografice

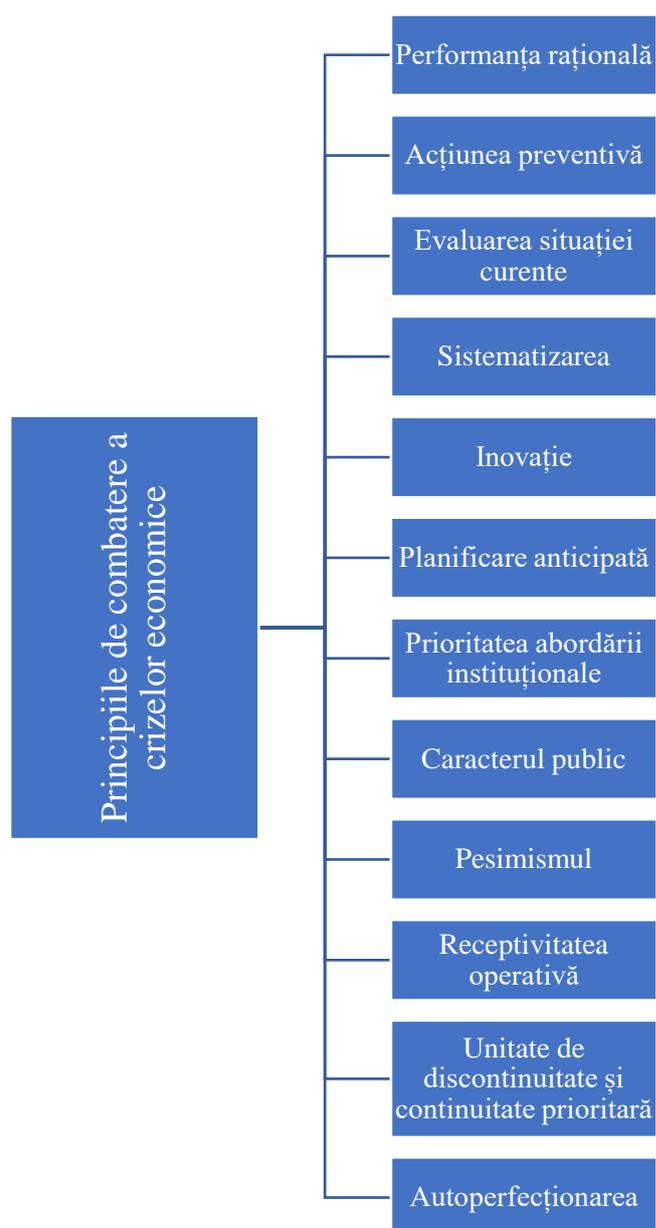


Figura A.3.2 Principiile de combatere a crizelor economice

Sursa: elaborată de autor în baza sursei [204, disponibil:

<https://www.dissercat.com/content/sovershenstvovanie-sistemy-antikrizisnogo-upravleniya-na-promyshlennykh-predpriyatiyakh/read>].

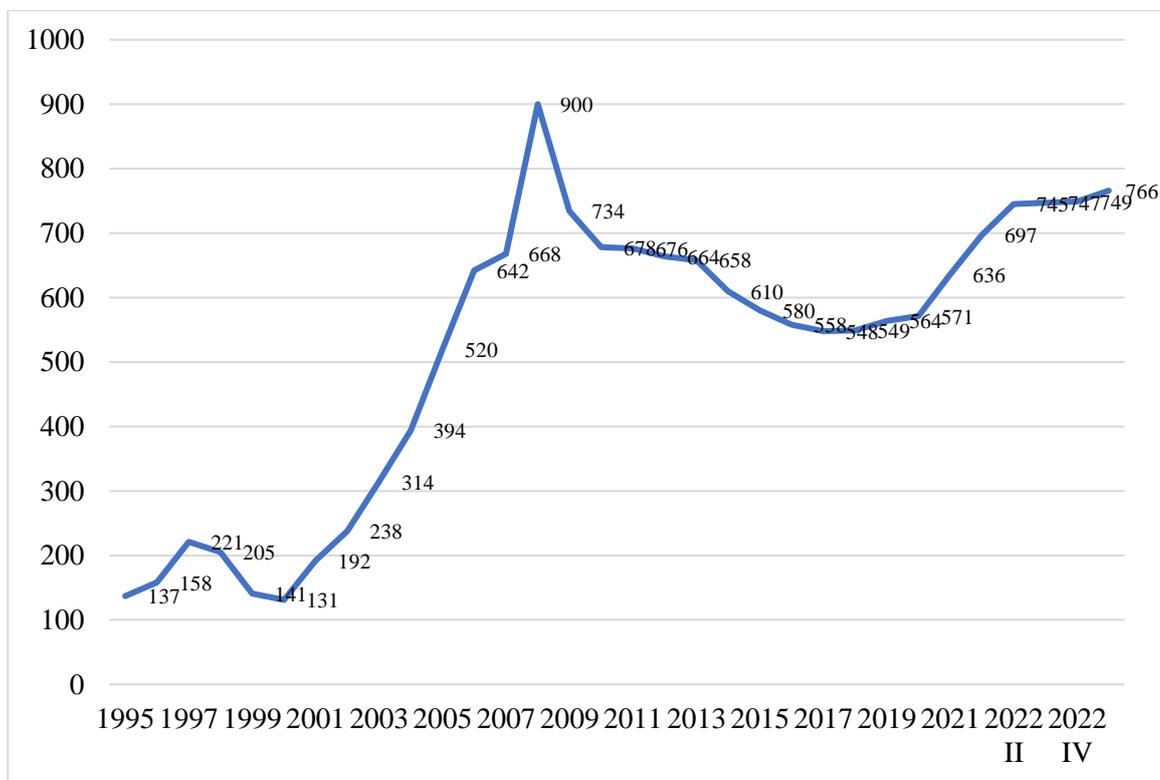


Figura A.4. Prețul mediu de vânzare al unui apartament în municipiul Chișinău, Euro/m²

Sursa: [<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 22.01.2023]]

Tabel A.5.1. Autorizații de construcție eliberate pentru construcția clădirilor noi
pe raioane/regiuni, pe ani, pe perioade și tipuri de clădiri, unități

Perioada:	2019				2020				2021				2022				2023			
	Ianuarie - decembrie				Ianuarie - decembrie				Ianuarie - decembrie				Ianuarie - decembrie				Ianuarie - martie			
Tipul de clădiri:	Cladiri rezidențiale/blocuri locative	Case de locuit individuale	Cladiri pentru comerț cu ridicata și amănuntul	Alte clădiri	Cladiri rezidențiale (blocuri locative)	Case de locuit individuale	Cladiri pentru comerț cu ridicata și amănuntul	Alte clădiri	Cladiri rezidențiale (blocuri locative)	Case de locuit individuale	Cladiri pentru comerț cu ridicata și amănuntul	Alte clădiri	Cladiri rezidențiale/blocuri locative	Case de locuit individuale	Cladiri pentru comerț cu ridicata și amănuntul	Alte clădiri	Cladiri rezidențiale/blocuri locative	Case de locuit individuale	Cladiri pentru comerț cu ridicata și amănuntul	Alte clădiri
Regiunea:																				
Total pe țara	87	1 799	220	937	102	1 942	179	789	79	2 947	251	816	83	2 217	196	864	29	536	38	210
Municipiul Chisinau	70	671	31	144	74	853	24	133	60	1 630	34	134	70	1 048	27	162	23	277	9	33
Nord	1	252	61	202	1	270	41	149	2	296	53	190	-	241	38	217	1	52	5	56
*Municipiul Balti	-	30	19	5	-	23	1	2	-	55	7	18	-	36	-	5	-	13	-	2
Centru	7	564	65	221	24	441	67	185	7	649	83	225	6	599	67	199	-	151	12	55
*Orhei	5	35	3	18	17	35	11	15	-	43	11	19	1	33	6	10	-	6	-	2
Sud	5	166	28	166	2	169	29	162	6	169	50	100	6	172	50	149	5	31	8	28
*Cahul	4	68	5	18	2	71	15	14	4	77	18	8	5	68	17	9	5	14	6	1
UTA Gagauzia	4	146	35	204	1	209	18	160	4	203	31	167	1	157	14	137	-	25	4	38

Sursa: [23, disponibil: <https://statistica.gov.md/ro>]

Tabelul A.5.2. Repartizarea blocurilor de locuit după numărul de etaje, %

	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Inclusiv:									
Cu 1-2 etaje	40,3	29,9	28,3	16,3	30,2	0,4	0,3	0,7	6,5
Cu 3-4 etaje	1,5	5,4	4,1	4,3	4,8	2,1	2,1	1,2	3,3
Cu 5 etaje	1,1	2,5	1,9	4,0	1,4	4,5	0,9	2,5	24,1
Cu 9 etaje	16,8	19,9	12,4	14,4	17,9	19,5	16,5	7,5	30,4
Cu 6-8, 10-15 etaje	27,1	34,5	50,1	48,8	42,8	61,6	72,1	63,8	30,4
Cu 16 etaje și mai mult	13,2	7,8	3,2	12,2	2,9	11,9	8,1	24,3	5,2

Sursa: [14, disponibil: https://statistica.gov.md/files/files/publicatii_electronice/Anuar_Statistic/2023/17_AS.pdf]

Tabelul A.6. Sectoarele administrative și zonele valorice ale municipiului Chișinău

Sectorul din municipiul Chișinău	Zonele valorice
Ciocana	Ciocana, Otovasca
Buiucani	Buiucani, Sculeanca, Buiucanii noi
Centru	Centru, Schinoasa, Telecentru
Botanica	Botanica, Botanica de jos, Aeroport
Râșcani	Râșcani, Râșcanii de jos, Albișoara, Poșta Veche

Sursa: elaborat de autor în baza sursei [10, pag. 31, Disponibil: https://www.academia.edu/36270302/Albu_S_Albu_I_Piata_imobiliara_pdf]

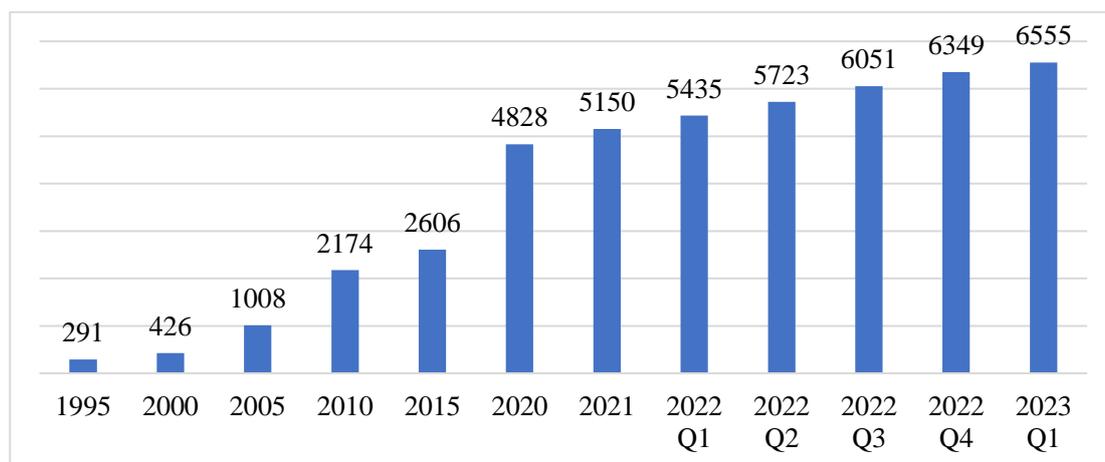


Figura A.7.1. Salariul mediu anual în Republica Moldova, Euro

Sursa: [79, 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/>].

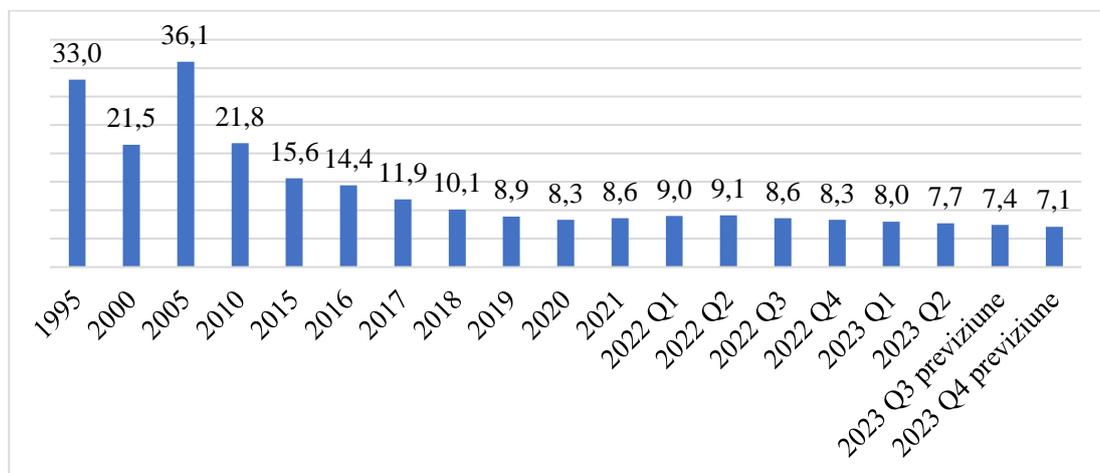


Figura A.7.2. Salarii medii anuale necesare procurării unui apartament de 70 m²

Sursa: [79, 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/>].

Tabel A.8. Analiza SWOT

Calificativ	Explicație aferentă pieței imobiliare locative
<i>Puncte tari</i>	<p>Analiza punctelor tari ale pieței imobiliare permite identificarea avantajelor și resurselor interne care pot fi maxim exploatate și valorificate pentru a obține avantaje competitive și succes în cadrul pieței.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>Calitatea și designul bunurilor imobiliare</i> include aspecte precum finisajele de înaltă calitate, tehnologiile inovatoare, durabilitatea și eficiența energetică; ➤ <i>Amplasarea geografică favorabilă și atractivă</i> pentru consumatori prin identificarea zonelor și localităților din apropierea de facilități importante (școli, spitale, centre comerciale), accesibilitatea la transport și potențialul de dezvoltare urbană; ➤ <i>Capacitatea și experiența profesioniștilor</i> din industria imobiliară, inclusiv dezvoltatori/constructori, agenți imobiliari, arhitecți și consultanți, care oferă servicii de înaltă calitate și expertiză în piață; ➤ <i>Relații solide cu clienții, feedbackul pozitiv și reputația favorabilă</i> a dezvoltatorilor și agenților imobiliare pot contribui la încrederea și loialitatea clienților și pot spori succesul pe piață. ➤ <i>Accesul la finanțare și resursele financiare disponibile</i> pentru dezvoltarea și investițiile în proprietăți imobiliare. Aici vorbim despre relațiile cu instituțiile financiare, capacitatea de a obține credite și disponibilitatea de capital pentru diverse proiecte. ➤ <i>Reglementare favorabilă</i> prin identificarea politicilor și reglementărilor guvernamentale care favorizează dezvoltarea pieței imobiliare, cum ar fi facilitățile fiscale (deducerile pentru dobânzi ipotecare sau impozite reduse care pot face creditele ipotecare mai accesibile și facilita achiziționarea de locuințe sau proprietăți comerciale), granturile sau stimulentele pentru dezvoltatori și proprietari care pot încuraja achiziționarea și investiția în proprietăți imobiliare; ➤ <i>Capacitatea pieței imobiliare de a utiliza tehnologii avansate unice</i> în construcții, și acțiunile de marketing, pentru a se adapta la cerințele și preferințele cumpărătorilor moderni; ➤ <i>Cererea preponderent constantă</i> pentru locuințe, ceea ce menține piața în mișcare și creează oportunități de vânzare și închiriere; ➤ <i>Stabilitatea prețurilor pe termen lung</i> în anumite zone geografice și în contexte economice stabile, având tendința de creștere constantă, ceea ce oferă oportunități pentru câștiguri de capital; ➤ <i>Oportunitățile de dezvoltare urbanistică continuă și planurile de dezvoltare a infrastructurii</i> pot crea perspective promițătoare pentru piața imobiliară, prin diverse oportunități de investiții și creștere a valorii proprietăților imobiliare în anumite zone geografice. ➤ <i>Proprietățile imobiliare pot fi considerate investiții sigure pe termen lung</i>, în special în zone dezvoltate și căutate, ceea ce atrage investitori în căutarea unor randamente stabile și creștere valorică; ➤ <i>Piața imobiliară poate fi caracterizată printr-o diversitate largă de segmente</i>, precum: rezidențial, comercial, industrial și agricol, oferind oportunități pentru investiții și dezvoltare în funcție de preferințele și nevoile diferite ale clienților; ➤ <i>Utilizarea economiei de scară</i>; ➤ <i>Rețea de distribuție fiabilă</i>; ➤ <i>Publicitate eficientă</i>; ➤ <i>Rentabilitatea închirierilor</i> poate oferi oportunități de venituri stabile și potențial de creștere, în special în orașele mari, unde există cerere înaltă pentru locuințe închiriate și spații comerciale.

Puncte slabe	<p>Este important să identificăm și să conștientizăm punctele slabe pentru a putea aplica strategii de îmbunătățire și de minimizare a impactului negativ pe care acestea îl pot avea, totodată, înțelegerea și abordarea corectă a punctelor slabe duce la creșterea eficienței și performanței în domeniul respectiv.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Republica Moldova se confruntă cu <i>instabilitate economică</i>, ceea ce poate genera incertitudine pe piața imobiliară, prețurile imobilelor și capacitatea persoanelor de a investi în acestea sunt direct afectate de fluctuațiile economice, inflația și fluctuațiile ratei de schimb; ➤ Republica Moldova se confruntă cu <i>probleme legate de infrastructură</i>, inclusiv drumuri proaste, sistem de transport învechit și resurse limitate în ceea ce privește utilitățile și serviciile publice, care afectează atractivitatea unor zone și poate reduce potențialul de dezvoltare al pieței imobiliare; ➤ Republica Moldova poate fi caracterizată printr-un <i>grad scăzut de atractivitate a investițiilor străine</i> în domeniul imobiliar. Lipsa unui climat favorabil pentru investiții și riscurile asociate pot descuraja investitorii străini să-și aloce capitalul; ➤ <i>Procesele birocratice lungi și complexe</i>, precum și <i>nivelul ridicat de corupție</i> înregistrat în Moldova pot tergiversa tranzacțiile imobiliare și pot crea un mediu nesigur pentru investitori, ducând la limitarea creșterii și dezvoltării pieței imobiliare; ➤ <i>Disparitățile regionale</i> reprezintă unul dintre punctele slabe în ceea ce privește piața imobiliară, din motiv că există diferențe semnificative între diverse regiuni în ceea ce privește dezvoltarea acesteia. Zonele urbane, precum Chișinău, pot beneficia de o cerere mai mare și de prețuri mai ridicate, în timp ce zonele rurale pot avea un acces mai limitat la servicii și potențial redus de creștere a valorii proprietăților; ➤ <i>Volatilitatea prețurilor</i> pot genera incertitudine și riscuri pentru investitori și proprietari, acestea pot suferi fluctuații semnificative, în funcție de factori economici, de cerere și ofertă etc.; ➤ Piața imobiliară poate fi puternic <i>influențată de factori macroeconomici</i>, cum ar fi ratele dobânzilor, inflația, politica fiscală, ceea ce poate afecta cererea și disponibilitatea creditelor; ➤ Sectorul imobiliar este adesea caracterizat de o <i>concurență puternică</i> între dezvoltatori, agenți imobiliari și investitori, ceea ce poate determina o scădere a marjelor de profit și dificultăți în obținerea de afaceri; ➤ <i>Schimbările legislative și politice</i> în domeniul imobiliar pot genera schimbări majore asupra pieței, cum ar fi modificări ale taxelor, reglementări privind construcțiile sau politicile de creditare, ceea ce poate influența cererea și profitabilitatea; ➤ <i>Pierderea competenței</i> într-un anumit domeniu asociat pieței imobiliare; ➤ <i>Lipsa unei analize complete a cumpărătorilor</i> în ceea ce privește dimensiunile comportamentale, precum și a factorilor care îl influențează; ➤ <i>Prețuri de producție, materii prime și materiale relativ înalte</i>; ➤ <i>Lipsa unei strategii de dezvoltare clară</i> poate crea incertitudine în ceea ce privește direcția și obiectivele pieței imobiliare, poate duce la risipa resurselor și la eforturi nealocate în mod eficient, ceea ce poate afecta performanța și succesul pieței imobiliare și, ulterior, pierderea competitivității companiei.
Oportunități	<p>Studierea <i>oportunităților de piață</i> permite identificarea și valorificarea posibilităților de creștere, inovare și adaptare al pieței imobiliare.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Investiția în proprietăți imobiliare oferă <i>posibilitatea de a obține câștiguri de capital</i> prin creșterea valorii proprietăților pe termen lung, din motiv că în anumite sectoare ale pieței imobiliare, cererea poate depăși oferta, ceea ce poate duce la creșterea prețurilor și a valorilor imobiliare; ➤ Bunurile imobiliare pot <i>genera venituri regulate</i> prin închiriere, chiriile fiind o sursă stabilă de venituri pasive, ceea ce poate fi atractiv pentru investitori;

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Investiția în bunuri imobiliare oferă o modalitate de <i>diversificare a portofoliului de investiții</i>, acestea având performanțe diferite față de alte clase de active, cum ar fi acțiuni sau obligațiuni, ceea ce poate contribui la reducerea riscurilor; ➤ Achiziționarea și dezvoltarea proprietăților imobiliare pot permite <i>utilizarea eficientă a resurselor disponibile</i>, iar terenurile sau proprietățile neutilizate pot fi valorificate și transformate în active productive, contribuind la dezvoltarea economică și la îmbunătățirea infrastructurii; ➤ Investiția în proprietăți imobiliare poate oferi <i>avantaje fiscale</i>, cum ar fi deduceri fiscale pentru cheltuielile de întreținere și administrare, deprecierea activelor imobiliare sau beneficii fiscale în cazul investițiilor în dezvoltarea urbanistică sau în zonele de dezvoltare economică; ➤ Proprietățile imobiliare cu potențial neexploatat pot oferi <i>oportunități de reabilitare și revalorificare</i>, acestea fiind aduse la standarde moderne și pot fi adaptate la cerințele și preferințele actuale ale pieței prin renovare sau reconfigurare; ➤ Sectorul imobiliar poate <i>contribui la dezvoltarea economică</i> prin crearea de locuri de muncă, investiții în infrastructură și contribuții la PIB, susținând creșterea economică și dezvoltarea comunităților locale cu ajutorul oportunităților de dezvoltare a proiectelor imobiliare; ➤ <i>Dezvoltarea infrastructurii</i>, precum drumuri, aeroporturi sau mijloace de transport în comun, poate crea noi oportunități de investiții în proprietăți imobiliare în zonele respective; ➤ <i>Schimbările demografice</i>, cum ar fi creșterea populației sau migrația, pot crea cerere suplimentară pentru locuințe și facilități comerciale; ➤ Utilizarea <i>tehnologiilor avansate și inovative</i> în construcții și marketing poate oferi oportunități de eficientizare a proceselor și de atragere a clienților; ➤ <i>Schimbările în preferințele cumpărătorilor</i>, cum ar fi interesul crescut pentru sustenabilitate sau lucrul de la distanță, pot influența cererea și modelele de achiziție în piața imobiliară; ➤ <i>Reducerea / limitarea barierelor de pătrundere pe piață</i> reprezintă o oportunitate ➤ <i>Modificarea favorabilă a cursului de schimb valutar</i>, la fel reprezintă o oportunitate pentru dezvoltare a pieței imobiliare; ➤ <i>Disponibilitatea resurselor</i>; ➤ <i>Înlesniri în domeniul legislativ</i>.
Riscuri	<p>În afara oportunităților, mediul extern poate prezenta și anumite provocări și amenințări pentru piața imobiliară, precum și riscuri asociate activității în cadrul sectorului respectiv.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>Instabilitatea economică</i>, afectată de factori precum recesiunea economică sau fluctuațiile pieței financiare, care pot avea un impact negativ asupra cererii și prețurilor bunurilor imobiliare; ➤ <i>Calamități naturale și dezastre</i>, care se referă la faptul că în zonele expuse la riscuri naturale, cum ar fi cutremurele, inundațiile sau incendiile, pot fi vulnerabile și pot afecta valorile și asigurabilitatea bunurilor imobiliare; ➤ <i>Schimbările în legislația fiscală</i> sau în <i>regulile de construcție</i> pot afecta cererea și profitabilitatea în piața imobiliară; ➤ <i>Inovații tehnologice disruptive</i> și tehnologiile emergente, cum ar fi imprimarea 3D sau platformele de partajare a locuințelor, pot perturba modul tradițional de achiziție și utilizare a bunurilor imobiliare; ➤ Piața imobiliară este adesea supusă <i>ciclicității</i>, cu perioade de creștere și recesiune. Această volatilitate poate crea incertitudine și poate afecta activitatea și profitabilitatea agenților imobiliari, dezvoltatorilor și investitorilor; ➤ Obținerea de <i>finanțare</i> pentru achiziția sau dezvoltarea de proprietăți imobiliare poate fi o provocare, în special în perioade de restricționare a creditării sau cu cerințe stricte ale băncilor; ➤ <i>Modificările frecvente în legislația și reglementările</i> privind domeniul imobiliar pot crea incertitudine și pot necesita o adaptare rapidă pentru a respecta noile cerințe;

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Piața imobiliară este puternic influențată de <i>preferințele și nevoile cumpărătorilor</i>. Schimbările demografice, evoluția stilului de viață și preferințele acestora, în raport cu bunurile imobiliare, pot afecta cererea și tendințele pieței; ➤ Intensificarea concurenței în cadrul pieței imobiliare, aceasta fiind suprasaturată în anumite regiuni, ceea ce poate duce la o concurență puternică între agenții imobiliari și dezvoltatori. Aceasta poate pune presiune asupra prețurilor și rezultatelor obținute de companii; ➤ <i>Schimbările în economie</i>, cum ar fi inflația, ratele dobânzilor sau instabilitatea politică, pot afecta cererea și disponibilitatea creditelor imobiliare, precum și puterea de cumpărare a cumpărătorilor; ➤ <i>Creșterea preocupărilor privind mediul și sustenabilitatea</i> a dus la apariția noilor cerințe și reglementări, mai stricte, în ceea ce privește eficiența energetică și impactul asupra mediului pentru bunurile imobiliare; ➤ <i>Creșterea numărului de bunuri substituibile</i> poate fi o amenințare majoră pentru piața imobiliară din motiv că poate să ducă la o competiție acerbă între bunurile imobiliare, exercitând presiune asupra prețului, generând scăderea cererii pentru bunul respectiv etc.; ➤ <i>Apariția concurenților străini / internaționali</i>; ➤ <i>Modificări a cursului de schimb valutar</i>; ➤ <i>Înăsprirea cerințelor furnizorilor</i>; ➤ <i>Reglementarea prețurilor</i>.
--	---

Sursa: elaborat de autor

Tabel A.9. Prețul unui metru pătrat suprafață apartament în centrul orașului, pe plan internațional, euro

Rank	Country	Price per Square Meter to Buy Apartment in City Centre, Euro
1	Hong Kong (China)	27158.01
2	Singapore	18413.95
3	Switzerland	14596.54
4	South Korea	11211.57
5	Luxembourg	10783.03
6	China	7700.38
7	Taiwan	7692.06
8	Israel	7373.27
9	Australia	6883.48
10	Germany	6556.62
11	Canada	6155.66
12	Norway	6048.37
13	Austria	5965.36
14	New Zealand	5902.65
15	France	5681.67
16	Kuwait	5641.57
17	Sweden	5435.23
18	Japan	5247.56
19	Finland	5234.29
20	United Kingdom	5174.55
21	Iceland	5165.00
22	Denmark	5154.30
23	Netherlands	5046.76
24	Czech Republic	4731.90
25	Ireland	4575.95
26	Qatar	4401.49
27	United States	4252.00
28	Italy	3550.00
29	Belgium	3470.19
30	Slovenia	3458.72
31	Lithuania	3431.24
32	Malta	3429.00
33	Thailand	3346.93
34	Estonia	3301.20
35	Poland	3168.71

Rank	Country	Price per Square Meter to Buy Apartment in City Centre, Euro
36	Spain	3123.00
37	Croatia	3031.15
38	Hungary	2983.44
39	Portugal	2886.21
40	Slovakia	2840.56
41	Vietnam	2637.02
42	United Arab Emirates	2471.89
43	Serbia	2461.73
44	Uruguay	2416.12
45	Armenia	2364.88
46	Cyprus	2348.78
47	Philippines	2344.54
48	Greece	2121.35
49	Chile	2089.81
50	Russia	2063.51
51	Jamaica	2003.50
52	Latvia	1983.00
53	Montenegro	1974.24
54	Panama	1971.85
55	Argentina	1966.39
56	Romania	1852.48
57	Nepal	1842.57
58	Puerto Rico	1774.00
59	Costa Rica	1696.25
60	Albania	1679.45
61	Bosnia And Herzegovina	1638.16
62	Malaysia	1630.13
63	Belarus	1623.70
64	Peru	1608.04
65	Oman	1583.57
66	Bulgaria	1553.55
67	Brazil	1541.13
68	Indonesia	1531.10
69	Kosovo (Disputed Territory)	1528.26
70	Iran	1421.96
71	India	1401.20
72	Guatemala	1388.86
73	Mexico	1382.53
74	Morocco	1354.88

Rank	Country	Price per Square Meter to Buy Apartment in City Centre, Euro
75	Sri Lanka	1329.91
76	Kazakhstan	1329.10
77	Ukraine	1327.60
78	Dominican Republic	1327.04
79	Azerbaijan	1320.37
80	North Macedonia	1319.54
81	Saudi Arabia	1272.90
82	Kenya	1270.84
83	Turkey	1214.45
84	Colombia	1192.65
85	Mauritius	1158.47
86	Ecuador	1123.93
87	Bolivia	1045.92
88	Uzbekistan	1008.91
89	Jordan	1000.80
90	Algeria	999.62
91	Iraq	998.37
92	Palestine	868.51
93	South Africa	824.76
94	Bangladesh	773.39
95	Tunisia	765.95
96	Libya	765.84
97	Venezuela	530.33
98	Pakistan	492.11
99	Egypt	426.15

Sursa: [109, disponibil: https://www.numbeo.com/cost-of-living/prices_by_country.jsp?itemId=100&displayCurrency=EUR]

Tabel A.10. Rata dobânzii ipotecare (%), calculată anual, cu rată fixă pentru 20 de ani

Rank	Country	Mortgage Interest Rate in Percentages (%), Yearly, for 20 Years Fixed-Rate
1	Argentina	51.01
2	Venezuela	23.82
3	Turkey	21.88
4	Iran	21.33
5	Uzbekistan	21.04
6	Belarus	19.32
7	Sri Lanka	16.50
8	Ukraine	15.76
9	Libya	15.62
10	Kazakhstan	15.32
11	Pakistan	14.80
12	Egypt	13.03
13	Armenia	12.83
14	Nepal	12.74
15	Kenya	12.46
16	Dominican Republic	12.29
17	Colombia	12.14
18	Mexico	11.23
19	Russia	10.40
20	Tunisia	10.39
21	Vietnam	10.23
22	Peru	9.91
23	Ecuador	9.90
24	Brazil	9.80
25	South Africa	9.68
26	Indonesia	9.57
27	Costa Rica	9.56
28	Bangladesh	9.53
29	Iraq	9.36
30	Azerbaijan	9.26
31	India	8.55
32	Guatemala	8.10
33	Jamaica	7.91
34	Hungary	7.81
35	Uruguay	7.74

Rank	Country	Mortgage Interest Rate in Percentages (%), Yearly, for 20 Years Fixed-Rate
36	Palestine	7.59
37	Jordan	7.54
38	Bolivia	7.27
39	Philippines	7.15
40	Poland	6.91
41	Romania	6.77
42	United States	6.64
43	Algeria	6.59
44	Iceland	6.57
45	Canada	6.52
46	Mauritius	6.50
47	Serbia	6.17
48	Panama	6.08
49	New Zealand	5.93
50	Czech Republic	5.67
51	Australia	5.62
52	Kosovo (Disputed Territory)	5.40
53	Montenegro	5.39
54	Thailand	5.36
55	Chile	5.16
56	Kuwait	5.08
57	Albania	5.07
58	Morocco	4.93
59	United Kingdom	4.90
60	China	4.90
61	Puerto Rico	4.82
62	North Macedonia	4.80
63	Malta	4.69
64	Oman	4.66
65	Greece	4.37
66	Saudi Arabia	4.20
67	Ireland	4.07
68	South Korea	3.97
69	Bulgaria	3.93
70	Israel	3.93
71	Qatar	3.93
72	Malaysia	3.87
73	Croatia	3.84

Rank	Country	Mortgage Interest Rate in Percentages (%), Yearly, for 20 Years Fixed-Rate
74	Portugal	3.79
75	Sweden	3.72
76	United Arab Emirates	3.66
77	Norway	3.58
78	Italy	3.49
79	Bosnia And Herzegovina	3.47
80	Singapore	3.47
81	Lithuania	3.46
82	Germany	3.43
83	Denmark	3.39
84	Netherlands	3.36
85	Cyprus	3.18
86	Latvia	3.14
87	Belgium	3.09
88	Slovakia	3.02
89	Spain	2.98
90	Austria	2.87
91	Hong Kong (China)	2.83
92	Estonia	2.81
93	France	2.72
94	Slovenia	2.64
95	Finland	2.36
96	Switzerland	2.26
97	Luxembourg	1.97
98	Taiwan	1.75
99	Japan	1.71

Sursa: [109, disponibil: <https://www.numbeo.com/cost-of-living/prices-by-country.jsp?itemId=100&displayCurrency=EUR>]

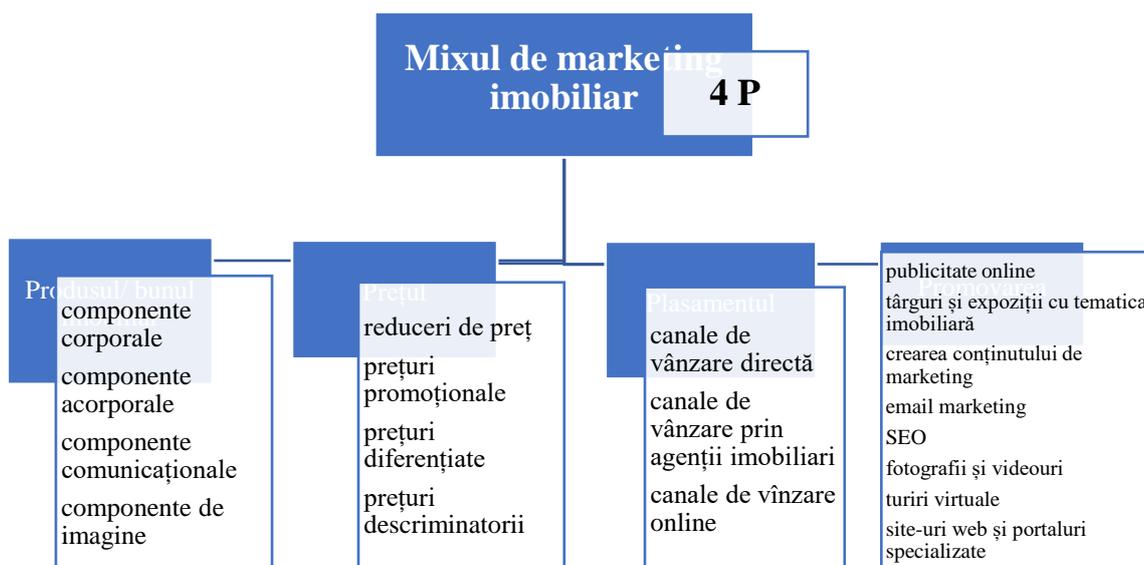


Figura A.11.1. Configurarea mixului de marketing imobiliar
Sursa: elaborată de autor în baza surselor bibliografice

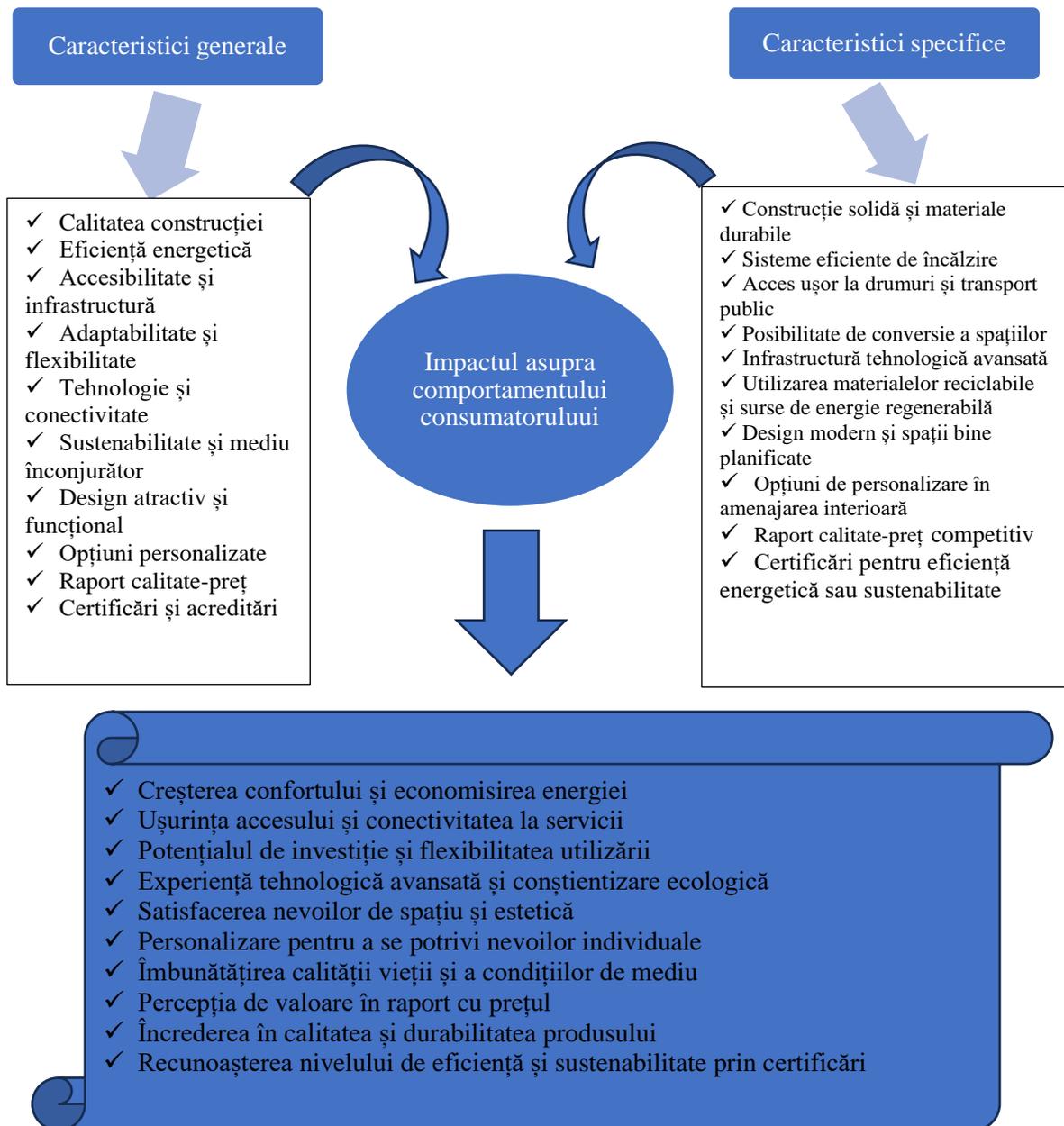


Figura A.11.2 Influența caracteristicilor generale și specifice ale bunului imobiliar asupra comportamentului cumpărătorului

Sursa: elaborată de autor în urma sintezei surselor bibliografice

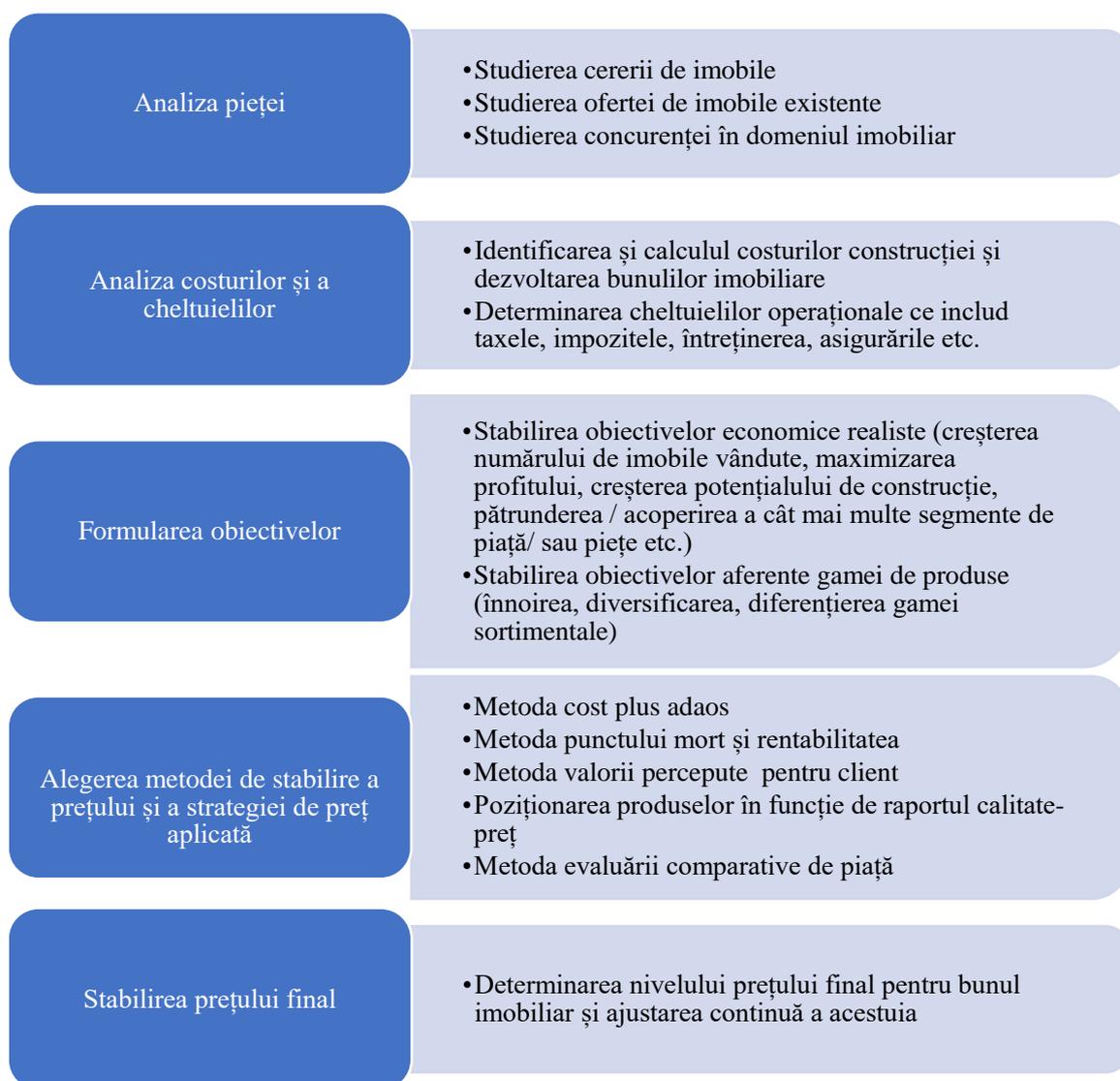
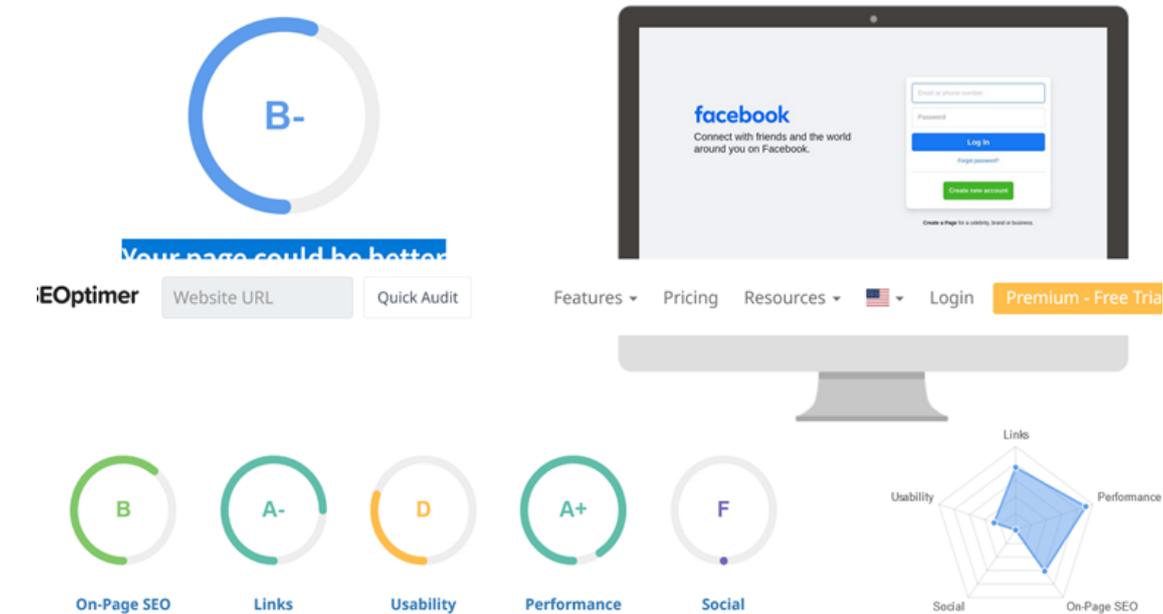


Figura A.12. Procedura elaborării politicii de preț în cadrul pieței imobiliare
Sursa: elaborată de autor

Exemplu de audit de marketing a site-ului web al companiei (Agenție imobiliară locală)



Recommendations

Toggle: On-Page SEO Social Performance Usability Links Other

Implement a XML sitemaps file	On-Page SEO	Medium Priority
Optimize for Core Web Vitals	Usability	Medium Priority
Make greater use of header tags	On-Page SEO	Medium Priority
Add H1 Header Tag	On-Page SEO	Medium Priority
Create and link your Twitter profile	Social	Low Priority

SEOptimer Website URL Quick Audit Features Pricing Resources Login Premium - Free Trial

Optimize your page for Mobile PageSpeed Insights	Usability	Low Priority
Increase page text content	On-Page SEO	Low Priority
Use your main keywords across the important HTML tags	On-Page SEO	Low Priority
Add business address and phone number	Other	Low Priority
Create and link an associated YouTube channel	Social	Low Priority
Improve the size of tap targets	Usability	Low Priority

On-Page SEO Results



Your On-Page SEO could be better

Your page has some level of On-Page SEO optimization but could be improved further. On-Page SEO is important to ensure Search Engines can understand your content appropriately and help it rank for relevant keywords. You should ensure that HTML Tag Content is completed correctly and align text content to target keywords.

 **SEOptimer** [Features](#) [Pricing](#) [Resources](#)  [Login](#) [Premium - Free](#)

You have a meta tag of optimal length (between 70 and 160 characters).

Facebook - log in or sign up

Length : 28

Meta Description Tag

Your page has a meta description of optimal length (between 70 and 160 characters).



Log into Facebook to start sharing and connecting with your friends, family, and people you know.

Individual Keywords

Keyword	Title	Meta Description Tag	Headings Tags	Page Frequency	
create	X	X	X	2	
log	✓	✓	X	2	
meta	X	X	X	2	
connect	X	✓	✓	1	
information	X	X	X	1	
sign	✓	X	X	1	
uplog	X	X	X	1	
nmessengerfacebook	X	X	X	1	

Backlink Summary ✓

SEOptimer Website URL Quick Audit Features Pricing Resources Login Premium - Fr

100
Domain Strength

31
Page Strength

19.5G
Backlinks

47.3M
Referring Domains

1.8G
Nofollow Backlinks

17.7G
Dofollow Backlinks

41.4M
Edu Backlinks

22.8M
Gov Backlinks

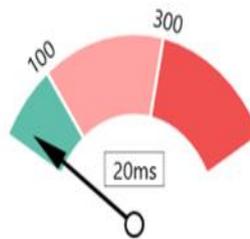
4.8M
Subnets

15.8M
IPs

Largest Contentful Paint (LCP)



First Input Delay (FID)



Cumulative Layout Shift (CLS)



Use of Mobile Viewports

Your page specifies a viewport matching the device's size, allowing it to render appropriately across devices.



Google's PageSpeed Insights - Desktop

Google is indicating that your page is scoring well on their Desktop PageSpeed Insights evaluation.



Lab Data	Value	Opportunities	Estimated Savings
First Contentful Paint	1 s	Eliminate render-blocking resources	0.5 s
Speed Index	1 s	Avoid multiple page redirects	0.19 s
Largest Contentful Paint	1 s	Reduce unused JavaScript	0.16 s
Time to Interactive	1.3 s	Reduce unused CSS	0.16 s
Total Blocking Time	0.01 s		
Cumulative Layout Shift	0		

Sursa: www.seoptimizer.com

CHESTIONAR DESTINAT CUMPĂRĂTORILOR / PERSOANE FIZICE

Acest chestionar are drept scop determinarea particularităților cererii în cadrul pieței imobiliare, precum și identificarea dimensiunilor comportamentale ale cumpărătorului de imobile. Este important pentru noi să completați acest chestionar pentru a afla și așteptările dumneavoastră cu privire la anumite particularități ale bunurilor imobiliare existente pe piață.

Nu există răspunsuri corecte sau incorecte, ci numai răspunsuri care reflectă, cât mai bine, opiniile dumneavoastră privind diferite aspecte legate de tema cercetată.

Participarea la studiu este voluntară, datele dumneavoastră fiind colectate și utilizate în scop științific, garantând anonimitatea și confidențialitatea răspunsurilor Dvs.

Va mulțumim frumos pentru timpul și implicarea Dvs.!

1. Sunteți proprietar de imobil?
 - a. Da, dețin un imobil
 - b. Nu (treceți la întrebarea 7)

2. Indicați, vă rog de la cine ați procurat imobilul Dvs.:
 - a. Persoană fizică
 - b. Agenție imobiliară
 - c. Companie de construcție
 - d. Intermediari (care nu sunt agenți/companii imobiliare)
 - e. Moștenire
 - f. Altele _____

3. Care este tipul imobilului care vă aparține?
 - a. Apartament în cadrul pieței primare
 - b. Apartament în cadrul pieței secundare
 - c. Casă de locuit individuală (vile, duplex, triplex)
 - d. Cămin familial
 - e. Altele _____

4. Care au fost cerințele pentru locuință la momentul cumpărării?
 - a. Apartament în cadrul pieței primare
 - b. Apartament în cadrul pieței secundare
 - c. Amplasarea imobilului într-un anumit sector
 - d. Teren de joacă
 - e. Curte amenajată
 - f. Prezența centrelor comerciale / piață în imediata apropiere
 - g. Prezența unităților de sănătate în apropiere (laboratoare, spitale, policlinici)
 - h. Prezența parcării
 - i. Prezența școlilor și grădinițelor în imediata apropiere

- j. Zonă verde / Parcuri
- k. Locații pentru odihna și agrement
- l. Prezența spațiilor pentru păstrare în bloc / debara
- m. Încălzire autonomă
- n. Balcon acoperit
- o. Altele _____

5. Indicați parametrii care corespund următoarelor caracteristici și particularități ale locuinței Dvs.:

- I. Locuiți în bloc locativ / casă particulară (indicați vă rog și suprafața imobilului), cu:
 - a. O odaie _____
 - b. 2 odăi _____
 - c. 3 odăi _____
 - d. 4 odăi _____
 - e. Alt răspuns _____

II. Indicați parametrii care corespund următoarelor caracteristici și particularități ale locuinței Dvs.: Chișinău

- Centru
- Ciocana
- Buiucani
- Botanica
- Râșcani

III. Suburbie

IV. Alte localități (specificați) _____

6. Apreciați pe o scală de la 5(foarte mulțumit) la 1(foarte nemulțumit) următoarele caracteristici ale imobilului în care locuiți:

N/O	Caracteristica	Foarte mulțumit	Mulțumit	Nici-nici	Nemulțumit	Foarte nemulțumit
1.	Calitatea construcției					
2.	Infrastructura regiunii					
3.	Prețul de cumpărare					
4.	Amplasarea imobilului					
5.	Proiectul imobilului					
6.	Prezența ascensoarelor					
7.	Tipul încălzirii					
8.	Prezența parcării					
9.	Curte amenajată					

7. Intenționați să achiziționați un imobil în viitor:

- a. Da, intenționez

- b. Da, intenționez, dar nu în viitorul apropiat
- c. Nu, voi face reparație în imobilul existent
- d. Nu intenționez

Indiferent de răspunsul Dvs. la întrebarea precedentă, vă rugăm să răspundeți și la întrebările care urmează pentru a putea determina mai bine anumite particularități ale cererii și ale comportamentului cumpărătorului de imobile.

8. Indicați, vă rog, care sunt sursele de informare la care ați apelat/ intenționați să apelați în momentul procurării imobilului:

- a. Sursele personale (familie, prieteni, cunoscuți, vecini, colegi)
- b. Sursele experimentale (examinarea și cumpărarea anterioară)
- c. Sursele de marketing (publicitate, promovarea vânzărilor, Facebook, site oficial al companiilor)
- d. Sursele publice (mass media)

9. 9.1. În cazul în care doriți să procurați un / încă un imobil, spre ce vă orientați?

- a. Apartament piața primară (blocuri noi)
- b. Apartament piața secundară (blocuri existente / vechi)
- c. Casă la sol / vilă
- d. Apartament duplex / triplex
- e. Garaj
- f. Loc de parcare
- g. Debara
- h. Altele _____

9.2. Care ar fi cerințele suplimentare pentru un bun imobiliar?

- a. utilizarea materialelor de construcție ecologice
- b. implementarea de programe "Economie de energie în construcții"
- c. utilizarea materialelor noi pentru lucrările de hidroizolare și anti-coroziune
- d. tehnologiile inovatoare privind reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră în timpul construcției
- e. opțiunea CASĂ INTELIGENTĂ (care permite proprietarului gestionarea și monitorizarea acesteia de la distanță prin intermediul dispozitivului mobil)
- f. nu mă interesează aceste opțiuni

9.3. Ați fi dispuși să achitați mai mult pentru o locuință construită după noile tehnologii în ceea ce privește materiile prime ecologice și inovațiile tehnologice enumerate anterior la 9.1?

- a. Da, cu siguranță
- b. Posibil, da
- c. Mai degrabă, NU

- d. Cu siguranță, NU
e. Altele

10. Evaluați caracteristicile unui imobil în funcție de importanța acestora în luarea deciziei de cumpărare:

N/O	Caracteristici	Foarte important	Important	Nici-nici	Puțin important	Deloc important
1.	Prețul imobilului					
2.	Calitatea imobilului					
3.	Suprafața imobilului					
4.	Amplasarea / locația imobilului					
5.	Numărul de etaje al blocului					
6.	Infrastructura dezvoltată					
7.	Prezența parcării					
8.	Teren de joacă					
9.	Balcoane acoperite					
10.	Bloc unic sau complex locativ					
11.	Prezența policlinicilor și/ sau spitale în imediata apropiere					
12.	Prezența unităților comerciale în apropiere(magazin, supermarket, piață)					
13.	Prezența parcurilor / zona verde					
14.	Spații pentru odihnă și distracții					
15.	Impresiile lăsate de vânzător/agent imobiliar					
16.	Gradul de cunoaștere a companiei de construcții/agent imobiliar					
17.	Gradul de încredere în comerciant					
18.	Altele (specificați)					

11. Indicați care ar fi preferințele Dvs. în raport cu următoarele aspecte:

N/o	Tipul locuinței	Numărul de odăi	Suprafața
1.	Apartament în bloc locativ	<ul style="list-style-type: none"> • 1 odaie • 2 odăi • 3 odăi • 4 odăi • Alt răspuns 	<ul style="list-style-type: none"> • Până la 55 m² • 56-75 m² • 76-95 m² • 95 m² și mai mult • Alt răspuns

2.	Casă la sol	<ul style="list-style-type: none"> • Până la 3 odăi • Cel puțin 3 odăi • Cu un nivel • Cu 2 nivele • Cu mansardă • Alt răspuns 	<ul style="list-style-type: none"> • Până la 75 m² • 76-100 m² • 101-130 m² • 131 m² și mai mult • Alt răspuns_
----	-------------	--	--

12. Unde preferați să fie amplasat imobilul (raportat la orașul Chișinău)?

a. În Chișinău

- Centru
- Ciocana
- Botanica
- Buiucani
- Râșcani

b. În suburbie

c. Alte localități (specificați) _____

13. Intenționați să cumpărați un imobil?

Variante de răspuns	Cu siguranță cumpăr	Cumpăr	Posibil cumpăr	Nu cumpăr	Cu siguranță nu cumpăr
În termen de 6 luni					
În termen de 12 luni					
În următorii 2 ani					
Mai târziu de 2 ani					

14. Cum apreciați/ percepeți prețul de vânzare al imobilelor:

- a. Foarte înalt
- b. Înalt
- c. Mediu
- d. Accesibil
- e. Foarte accesibil

15. În opinia Dvs., care din următoarele elemente influențează asupra stabilirii prețului de vânzare a imobilului (este posibilă alegerea mai multor variante)?

- a. Prețul materiei prime
- b. Prețul terenului pentru construcție
- c. Particularitățile imobilului
- d. Alte costuri ale construcției (inclusiv al utilizării utilajelor și mașinilor, în cazul în care compania nu dispune)
- e. Costurile pentru serviciile aferente construcției
- f. Amplasarea imobilului
- g. Prețul concurenților

- h. Prezența în apropiere a școlilor, grădinițelor
- i. Prezența parcarii
- j. Prezența terenului de joacă
- k. Centre de agrement pentru copii și întreaga familie
- l. Prezența în imediata apropiere a centrelor comerciale (hypermarket, supermarket)
- m. Zone pentru odihnă și agrement
- n. Prezența în apropiere a spațiilor verzi / parcuri
- o. Raportul cerere / ofertă
- p. Alte aspecte și caracteristici care sporesc valoarea imobilului pentru client
- q. Imaginea companiei de construcție
- r. Altele _____

16.1. Care este prețul pe care sunteți dispuși să îl achitați pentru un metru pătrat bloc locativ varianta alba, pornind de la ideea că acesta trebuie să fie corelat cu calitatea construcției (raport calitate/preț)?

- a. Până la 600 euro
- b. 601 – 800 euro
- c. 801 – 1000 euro
- d. Peste 1000 euro
- e. Altele

16.2. Care este prețul pe care sunteți dispuși să îl achitați pentru un metru pătrat bloc existent (raport calitate/preț)?

- a. Până la 600 euro
- b. 601 – 800 euro
- c. 801 – 1000 euro
- d. Peste 1000 euro
- e. Altele

16. Preferați să achiziționați imobilul atunci când acesta se află la etapa de:

- a. Proiect al construcției
- b. Începutul construcției
- c. Finisarea construcției
- d. După darea în exploatare a construcției?

17. Cum preferați să achitați pentru imobilul pe care intenționați să îl achiziționați?

- a. Integral la începutul construcției
- b. În rate stabilite conform unui contract de vânzare – cumpărare
- c. Jumătate de sumă la început, jumătate de sumă după darea în exploatare
- d. Apelez la o companie de creditare și achit lunar suma stabilită + procentul stabilit de compania de creditare
- e. Nu pot răspunde

18. Cât de pregătit financiar sunteți pentru a cumpăra un imobil la moment, în cazul în care vi s-ar oferi o ofertă foarte avantajoasă, dar se cere achitare integrală?

- a. Sunt pregătit, dețin toată suma
- b. Sunt pregătit financiar, dar am rezerve din cauza instabilității economice și politice din regiune
- c. Nu sunt pregătit, dar cred că aș putea să fac față, deoarece am careva rezerve
- d. Nu sunt pregătit, dar apelez la o companie de creditare
- e. Alt

răspuns

19. Cum apreciați gradul de încredere în participanții procesului de vânzare?

N/O	Participanți în procesul de vânzare	Înalt	Mediu	Scăzut	Inexistent
1.	Agenți imobiliari				
2.	Companii de construcții				
3.	Vânzători persoane fizice				
4.	Consultanți				
5.	Companii de creditare/microfinanțare				
6.	Alte persoane participante (notar, avocat)				

20. Specificați, vă rog, care ar fi factorii care ar duce la amânarea deciziei de cumpărare a imobilului?

- a. Lipsa banilor
- b. Incertitudinea și frica pentru viitor
- c. Nu a fost găsită varianta potrivită
- d. Alt răspuns _____

21. Criza pandemică de COVID 19 a generat schimbări asupra puterii de cumpărare a Dvs.?

- a. Da, foarte mult
- b. Da, moderat
- c. Nu am fost afectat

22. În ce categorie de vârstă vă încadrați?

- a. 18-25 ani
- b. 26-35 ani
- c. 36-45 ani
- d. 46-55 ani
- e. 55+ ani

23. Indicați mediul de trai:

- a. Rural
- b. Urban

24. Vă rugăm să indicați unde locuiți la momentul actual?

- a. În Republica Moldova
- b. În altă țară

25. Dacă la întrebarea precedentă aveți varianta de răspuns "În altă țară", ați putea indica țara în care vă aflați?

26. Indicați, vă rog, venitul Dvs. lunar, alegând diapazonul în care vă încadrați?
- a. Până la 3500 lei
 - b. 3500 – 7500 lei
 - c. 7501 – 10000 lei
 - d. 10001 – 15000
 - e. 15001 și mai mult

CHESTIONAR DESTINAT PERSOANELOR JURIDICE

Chestionarul este adresat principalilor actori/participanți în cadrul pieței imobiliare din Republica Moldova și are drept scop studierea situației actuale ale acesteia, precum și analiza evoluției pieței imobiliare,

Participarea la studiu este voluntară, datele fiind colectate și utilizate în scop științific, garantând anonimitatea și confidențialitatea răspunsurilor Dvs.

Va mulțumim frumos pentru timpul și implicarea Dvs.!

1. Vă rugăm să indicați date generale despre Dvs. și entitatea pe care o conduceți/în care activați:

1.1. Denumirea întreprinderii Dvs. _____

1.2. Forma organizatorico-juridică _____

1.3. Postul ocupat _____

1.4. De cât timp activați în domeniul imobiliar?

a. Mai puțin de 5 ani

b. Între 5 și 10 ani

c. Între 10 și 15 ani

d. Între 15 și 20 ani

e. Peste 20 ani

1.5. Care este / sunt domeniile Dvs. de activitate?

a. Construcții

b. Vânzare / cumpărare imobil

c. Consultanță în domeniul imobiliar

d. Altele _____

2. Cum apreciați nivelul de dezvoltare al sectorului/ramurii în care activați?

a. Foarte dezvoltat

b. Dezvoltat

c. Mediu

d. Puțin dezvoltat

e. Foarte puțin dezvoltat

3. Cum apreciați nivelul concurenței în cadrul sferei în care activați Dvs.?

Puternică

(5p.)



Slabă

(1p.)

4. În opinia Dvs., care ar fi domeniile în care compania ar obține avantaje competitive?

- a. Construirea imobilelor
- b. Comerțul cu imobile (vânzare – cumpărare imobile noi construite, schimb)
- c. Consultanță în domeniul imobiliar
- d. Prețul practicat de companie
- e. Notorietatea pe care o are compania Dvs.
- f. Servicii aferente acordate de companie în perioada pre, în timpul și post vânzare
- g. Poziția întreprinderii în cadrul pieței
- h. Chirie imobile (apartamente, case, vile)
- i. Comerțul cu terenuri pentru construcții
 - a. Activitatea cu imobil și spații nelocative (depozite, spații comerciale)
 - b. Accent pe calitatea materiei prime pentru construcție
 - c. Unicitatea construcției (design unic)
 - d. Aplicarea unui randament minim pentru a putea menține un preț acceptabil
 - e. Corespunderea imobilului cu cerințele cumpărătorilor
 - f. Capacitatea înaltă de producție
 - g. Prețuri accesibile
 - h. Tehnologii moderne utilizate
 - i. Altele _____

5. Identificați problemele cu care vă confrunțați în activitatea Dvs.:

- a. Creșterea excesivă a prețurilor pentru materia primă
- b. Lipsa forței de muncă calificată
- c. Costuri mari pentru remunerarea muncii personalului calificat
- d. Lipsa forței de muncă necalificată ca urmare a migrației masive a populației
- e. Neîncrederea / frica persoanelor fizice de a investi în imobile
- f. Lipsa mijloacelor financiare
- g. Concurența înaltă
- h. Costuri înalte ale creditării

- i. Probleme în aprovizionarea cu materii prime
- j. Scăderea cererii la imobile ca urmare a crizelor financiare și pandemice

6. Cum apreciați nivelul cererii pentru următoarele tipuri de imobile în ultimii ani?

N/O	Caracteristici	Foarte înaltă	Înaltă	Medie	Scăzută	Foarte scăzută
1.	Apartament în cadrul pieței primare					
2.	Apartament în cadrul pieței secundare					
3.	Casă de locuit particulară (vile, duplex, triplex)					
4.	Cămin familial					
5.	Alte tipuri de imobile					

7. Cum apreciați dependența capacității de plată a cumpărătorilor de instituțiile financiar-creditare?

- a. Foarte înaltă
- b. Înaltă
- c. Medie
- d. Scăzută
- e. Foarte scăzută

8. Care sunt preferințele clienților în raport cu tipul imobilului la momentul cumpărării?

Alegeți 5 cele mai importante elemente care au prioritate în alegerea imobilului de către cumpărător.

- a. Apartament în cadrul pieței primare
- b. Apartament în cadrul pieței secundare
- c. Amplasarea imobilului într-un anumit sector
- d. Teren de joacă
- e. Curte amenajată
- f. Prezența centrelor comerciale / piață în imediata apropiere
- g. Prezența unităților de sănătate în apropiere (laboratoare, spitale, policlinici)
- h. Prezența parcurii
- i. Prezența școlilor și grădinițelor în imediata apropiere
- j. Zonă verde / Parcuri

- k. Locații pentru odihna și agrement
- l. Prezența spațiilor pentru păstrare în bloc / debara
- m. Încălzire autonomă
- n. Balcon acoperit
- o. Altele _____

9. Indicați care sunt preferințele cumpărătorilor în raport cu următoarele aspecte?

N/o	Tipul locuinței	Numărul de odăi	Suprafața
9.1.	Apartament	<ul style="list-style-type: none"> • 1 odaie • 2 odăi • 3 odăi • 4 odăi • Alt răspuns 	<ul style="list-style-type: none"> • Până la 55 m² • 56-75 m² • 76-95 m² • 95 m² și mai mult • Alt răspuns
9.2.	Casă la sol	<ul style="list-style-type: none"> • Până la 3 odăi • Cel puțin 3 odăi • Cu un nivel • Cu 2 nivele • Cu mansardă • Alt răspuns 	<ul style="list-style-type: none"> • Până la 75 m² • 76-100 m² • 101-130 m² • 131 m² și mai mult • Alt răspuns _____

*Este posibilă alegerea mai multor variante.

10. Care este repartizarea geografică a imobilelor construite de Dvs., în ultimii 10 ani?

a. Municipiul Chișinău

- Centru
- Ciocana
- Botanica
- Râșcani
- Buiucani

b. Suburbiile municipiului Chișinău

c. Alte localități (indicați care) _____

11.1. Care sunt sursele de finanțare la care au apelat pentru tranzacțiile imobiliare clienții Dvs. în ultimii ani?

a. Venituri proprii

b. Credit ipotecar / imobiliar

c. Programul “Prima casă”

d. Alte variante: _____

11.2. Care este cea mai des utilizată modalitate de achitare a clienților companiei Dvs.?

11. Evaluați caracteristicile unui imobil în funcție de importanța acestora în luarea deciziei de cumpărare de către client:

N/O	Caracteristici	Foarte important	Important	Indiferent	Puțin important	Deloc important
1.	Prețul imobilului					
2.	Calitatea imobilului					
3.	Suprafața imobilului					
4.	Amplasarea / locația imobilului					
5.	Numărul de etaje al blocului					
6.	Infrastructura dezvoltată					
7.	Prezența parcarii					
8.	Teren de joacă					
9.	Balcoane acoperite					
10.	Bloc unic sau complex locativ					
11.	Prezența policlinicilor și/ sau spitale în imediata apropiere					
12.	Prezența unităților comerciale în apropiere (magazine, supermarket, piață)					
13.	Prezența parcurilor / zona verde					
14.	Spații pentru odihnă și distracții					
15.	Impresiile lăsate de vânzător/agent imobiliar					
16.	Gradul de cunoaștere a companiei de construcții/agent imobiliar					
17.	Gradul de încredere în comerciant					
18.	Altele (specificați mai jos)					

12. Care este opinia Dvs. în raport cu prețul de vânzare al imobilelor?

- a. Foarte înalt
- b. Înalt
- c. Mediu
- d. Accesibil
- e. Foarte accesibil

13. Acordați note de la 10 (pentru foarte important) până la 1 (pentru foarte neimportant) următoarelor elemente, în funcție de importanța pe care o au asupra stabilirii prețului de vânzare al imobilului :

- a. Prețul materiei prime
- b. Prețul terenului pentru construcție
- c. Particularitățile imobilului
- d. Alte costuri ale construcției (inclusiv al utilizării utilajelor și mașinilor, în cazul în care compania nu dispune)
- e. Costurile pentru serviciile aferente construcției
- f. Amplasarea imobilului
- g. Prețul imobilelor la concurenți
- h. Prezența în apropiere a școlilor, grădinițelor
- i. Prezența parcurii
- j. Prezența terenului de joacă
- k. Centre de agrement pentru copii și întreaga familie
- l. Prezența în imediata apropiere a centrelor comerciale (hypermarket, supermarket)
- m. Zone pentru odihnă și agrement
- n. Prezența în apropiere a spațiilor verzi / parcuri
- o. Raportul dintre cerere și ofertă
- p. Alte aspecte și caracteristici care sporesc valoarea imobilului pentru client
- q. Imaginea companiei de construcție
- r. Altele _____

14. Cum credeți că vor evolua prețurile pe piața imobiliară în 2023?

- a. Vor crește cu până la 10%
- b. Vor crește cu peste 10%

- c. Vor scădea cu până la 10%
- d. Vor scădea cu mai mult de 10%
- e. Altă variantă: _____

15. Care sunt metodele pe care le utilizați în analiza potențialului companiei Dvs.?

- a. Analiza SWOT
- b. Analiza PEST
- c. Benchmarking
- d. Investigarea surselor statistice de informație
- e. Analiza portofoliului de activități (metodele BCG 1 și BCG 2)
- f. Hărți de poziționare (matricea Arthur D. Little, matricea General Electric, etc.)
- g. Segmentarea pieței
- h. Nici una dintre cele enumerate anterior
- i. Altele _____

16. Indicați principalele direcții de dezvoltare ale întreprinderii Dvs. pentru următorii 5 ani:

- a. Lansarea noilor proiecte imobiliare
- b. Diversificarea domeniilor de activitate
- c. Construirea imobilelor în alte localități
- d. Păstrarea actualelor direcții, plus completarea activității cu servicii aferente
- e. Altele _____

17. Enumerați principalele proiecte pe care le aveți la moment:

18. Cum apreciați influența migrației asupra activității companiei Dvs.?

- a. Pozitiv
- b. Neutru
- c. Negativ
- d. Alt răspuns _____

19. Considerați că pătrunderea companiei Dvs. pe noi piețe (alte localități), poate fi apreciată, fiind?

- a. Foarte complicată

- b. Complicată
- c. Accesibilă
- d. Ușoară
- e. Foarte ușoară

20. Alegeți, din lista de mai jos, obiectivele spre care se orientează compania Dvs. în scopul elaborării concepției/strategiei de dezvoltare:

- a. Creșterea imaginii întreprinderii și a produselor ei
- b. Optimizarea prețului astfel, încât să atragem mai mulți cumpărători
- c. Utilizarea tehnologiilor avansate în construcții
- d. Creșterea productivității muncii
- e. Creșterea competitivității produselor imobiliare prin prisma serviciilor aferente acordate
- f. Realizarea proiectelor la prețuri ajustate cererii cumpărătorilor, dar fără a prejudicia calitatea construcției
- g. Orientarea strictă către nevoile și necesitățile consumatorilor
- h. Creșterea competitivității întreprinderii
- i. Pătrunderea pe noi piețe (construcția de imobil în alte localități, orașe)
- j. Creșterea veniturilor
- k. Creșterea vânzărilor
- l. Dezvoltarea întreprinderii
- m. Diversificarea activităților întreprinderii
- n. Angajarea personalului calificat și specializat
- o. Aplicarea unui tratament specific pentru diferite segmente de consumatori
- p. Alt răspuns _____

21. Cum apreciați impactul pe care l-au avut asupra activității companiei Dvs. și a pieței imobiliare în ansamblu, următoarele evenimente?

Evenimentul: Impactul	Foarte puternic	Puternic	Neutru	Slab afectată	Foarte slab afectată
Criza economico-financiară (2008-2009)					
Criza pandemică COVID 19 (2020 -2022)					

Criza apărută din cauza conflictului militar din regiune					
--	--	--	--	--	--

22. Exprimați-vă acordul sau dezacordul în raport cu următoarele afirmații cu privire la comportamentul cumpărătorului de imobile ca urmare a impactului crizelor economico-financiare și pandemice:

N/O	Crizele (economico-financiară și pandemică) au contribuit la...	Acord total	Acord	Nici/nici	Dezacord	Dezacord total
1.	Scăderea interesului pentru achiziționarea unui imobil					
2.	Creșterea incertitudinii cumpărătorilor de imobile					
3.	Lipsa siguranței în achiziționarea de imobil					
4.	A crescut frica din cauza instabilității din regiune					

23. Apreciați adaptarea companiei Dvs. la noile schimbări în contextul crizei pandemice fiind...

- a. Foarte ușoară
- b. Ușoară
- c. Nici/nici
- d. Complicată
- e. Foarte complicate

24. Care sunt cele mai semnificative și importante schimbări pe care le-ați adaptat în compania Dvs. în această perioadă?

25. Cum apreciați nivelul și tendințele de dezvoltare ale pieței imobiliare din Republica Moldova?

Vă rugăm să vă expuneți părerea în caseta de mai jos.

26. Ce inovații tehnologice utilizați la moment în activitatea Dvs.?

(întrebare pentru companiile de construcții)

Sau sunteți la curent că sunt utilizate în construcțiile de imobil locativ (întrebare pentru agenții imobiliare)?

- a. utilizarea materialelor de construcție ecologice
- b. implementarea de programe "Economie de energie în construcții"
- c. utilizarea materialelor noi pentru lucrările de hidroizolare și anti-coroziune
- d. tehnologiile inovatoare privind reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră în timpul construcției
- e. utilizarea materialelor cu rezistență ridicată (beton de înaltă rezistență - clasa de beton "B 60", "B 80", și oțel de înaltă rezistență - grad de oțel - 355, 465)
- f. soluții inovatoare în sistemele de inginerie de clădiri, cum ar fi sistemul de iluminat inteligent (care își schimbă intensitatea în funcție de nivelul de lumină naturală)
- g. sisteme inteligente de eliminare a deșeurilor
- h. nu sunt utilizate inovațiile tehnologice în procesul construcției
- i. Altele _____

27. Considerați că inovațiile tehnologice în domeniul construcției de imobil locativ:

- a. ar putea fi un element important de diferențiere al companiilor/bunurilor imobiliare pe piață
- b. ar putea duce la creșterea calității bunurilor imobiliare
- c. ar putea duce la creșterea cererii pentru imobile
- d. ar reduce semnificativ costurile de construcție
- e. ar crește semnificativ costurile de construcție
- f. ar trebui să fie reglementate de stat
- g. Altele _____

Dacă doriți să primiți rezultatele acestui studiu, vă rugăm să indicați mai jos adresa Dvs. de email: _____

Vă mulțumim frumos pentru timpul și implicarea DVS.!

**GHID DE INTERVIU PENTRU EXPERTI ÎN DOMENIUL ECONOMIC /
IMOBILIAR / TEHNIC**

**Tema cercetării: Piața imobiliară – evoluții și tendințe de dezvoltare în condițiile
Republicii Moldova**

Vă rugăm să indicați date generale despre Dvs.:

Nume/prenume: _____

Funcția/ocupația Dvs.: _____

1. Cum apreciați locul, rolul și importanța pe care o are piața imobiliară în structura economică și socială a țării?

2. Cum apreciați nivelul de dezvoltare al pieței imobiliare și care sunt cele mai importante probleme economice, riscuri și provocări cu care se confruntă piața imobiliară în prezent și care ar fi provocările ulterioare în acest domeniu?

3. Care este părerea Dvs. în raport cu nivelul cererii în ultimii ani? Care sunt factorii care influențează cererea și oferta de bunuri imobiliare? Cum apreciați mediul concurențial în cadrul pieței imobiliare?

4. Care este opinia Dvs. în ceea ce privește prețul de vânzare al imobilelor? Care sunt factorii care influențează prețul bunurilor imobiliare?

5. Cum apreciați influența fenomenului migrației asupra evoluției pieței imobiliare?

6. Cum apreciați impactul pe care l-au avut asupra pieței imobiliare următoarele evenimente:

➤ Criza economico - financiară (2008-2009),

➤ Criza pandemică (COVID 19),

➤ Criza apărută din cauza situației politice din regiune (februarie 2022- prezent).

7. Care este opinia Dvs. în raport cu implementarea inovațiilor tehnologice și ingineresti în cadrul construcției de imobil și cum apreciați influența acestora asupra tranzacțiilor imobiliare și a comportamentului cumpărătorilor de imobile?

8. Ce planuri de recuperare a economiei ar fi bine să dezvolte Guvernul Republicii Moldova? Există anumite politici sau măsuri propuse de Guvern care pot avea un impact semnificativ asupra pieței imobiliare pe viitor?

9. Care sunt prognozele pe care le estimați cu privire la evoluția pieței imobiliare? Ce sfaturi aveți pentru cumpărătorul care dorește să investească în proprietăți imobiliare și care ar fi zonele pe care le considerați cele mai promițătoare pentru astfel de investiții?

Vă mulțumesc pentru receptivitate, colaborare și ajutor!!!

Tabelul A.17. Lista companiilor de construcție și dezvoltatorii care își desfășoară activitatea în cadrul pieței imobiliare din Republica Moldova

№	Lista companiilor de construcție
1.	ALIMCONSTRUCT GRUP
2.	ASTERCON GRUP
3.	BASCONSLUX SRL
4.	BOIAR HOUSE SRL
5.	BRAUS COM SRL
6.	CITY DEVELOPMENT SRL
7.	COMALION LCA S.R.L. ȘI COMALION & CO S.R.L.
8.	CONSTRAL – PRIM SRL
9.	CRASIGAL SRL
10.	DANSICONS SRL
11.	ECOSEM GRUP SRL
12.	ECOVZOR CONSTRUCT IMOBIL SRL
13.	ELAT NEOCONS SRL
14.	ELDORADO TERRA SRL
15.	ELEMENT STIL
16.	EXFACTOR GROUP SRL
17.	FINSTROI – INVEST SRL
18.	GLORINAL” SRL
19.	GONVARO COM SRL
20.	HORUS SRL
21.	IMOBIL GROUP SRL
22.	INAMSTRO SRL
23.	INTERACTIV SA
24.	KIRSAN COM SRL
25.	KAZINST SRL
26.	LAGMAR IMPEX SRL
27.	MONOLIT” SA
28.	NEOCASA SRL
29.	ORIZONT SA
30.	RECONSCIVIL SRL
31.	RESIDENT CONSTRUCT SRL
32.	SEVACONS SRL
33.	SILENTAGRO SRL
34.	SKY HOUSES RL
35.	STILCONSTRUCT SRL SC
36.	URBANCONSTRUCT – TT SRL
37.	URBANCITY GROUP SRL
38.	IANODAVI HOME SRL

Sursa: elaborat de autor

Tabelul A.18. Lista agențiilor imobiliare din municipiul Chișinău

№	Lista agențiilor imobiliare:
1.	ACCES IMOBIL
2.	ARIA GRUP SRL
3.	AXA IMOBIL
4.	CAPITALIMOBIL S.R.L.
5.	FLOREAN AND PARTNERS SRL
6.	IMOBIL – ONLINE SRL
7.	KAZINST GRUP SRL
8.	MARKET IMOBILE
9.	NEO FENSTER SRL
10.	O'KEY IMOBIL SRL
11.	O'KEY REAL ESTATE
12.	OLIEX-N S.R.L
13.	OTVE PARTNERS
14.	PROIMOBIL ESTATE SRL
15.	PROTECT IMOBIL
16.	RE/MAX INVEST MOLDOVA
17.	REMARK IMOBIL
18.	ROMANESCU&CO
19.	TOP JUST S.R.L
20.	ALEXANDROV REIT SRL, care funcționează sub marca comerciala "Newdoor Realty"

Sursa: elaborat de autor

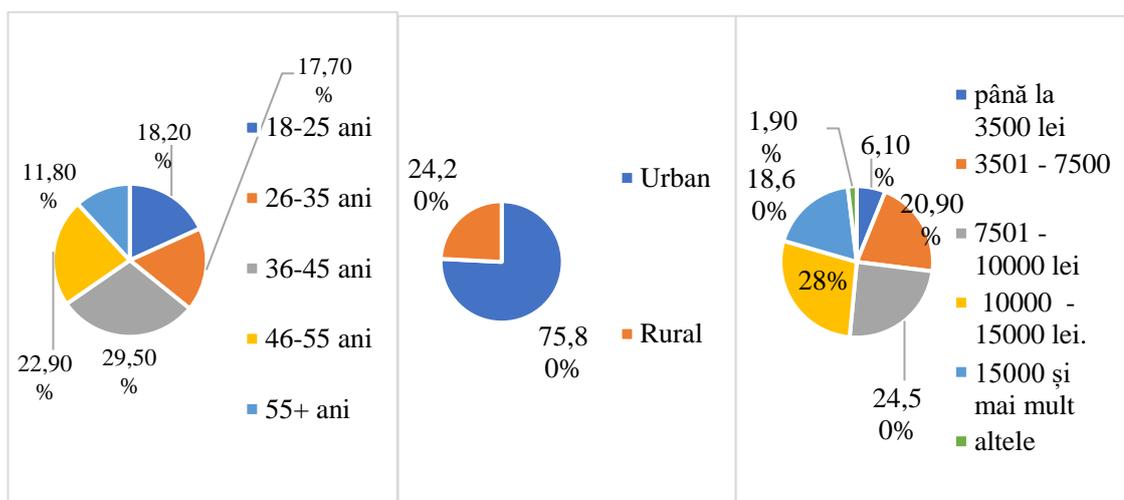


Figura A.19.1. Structura eșantionului după vârstă, mediul de trai și nivelul veniturilor, %

Sursa: elaborată de autor în baza rezultatelor cercetării

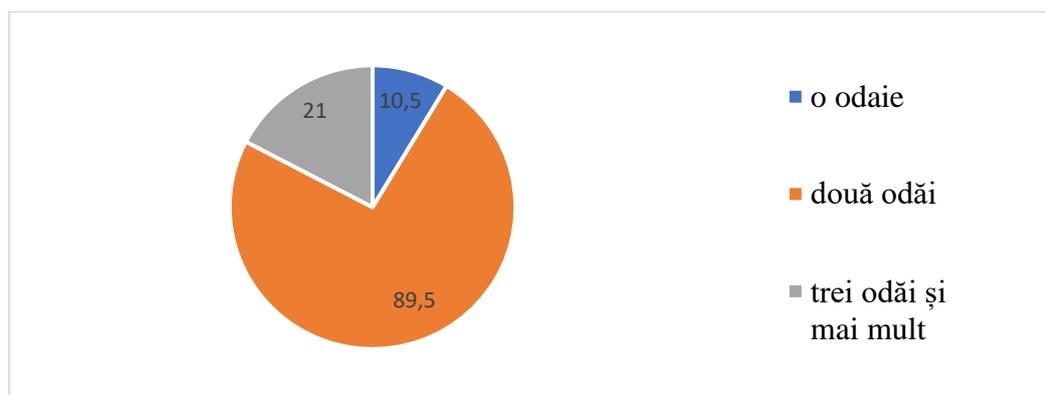


Figura A.19.2. Opinia respondenților/agenți economici cu privire la preferințele cumpărătorilor în raport cu numărul de odăi pentru un imobil/apartament în cadrul pieței primare și/sau secundare, în %

Sursa: elaborată de autor în baza rezultatelor cercetării

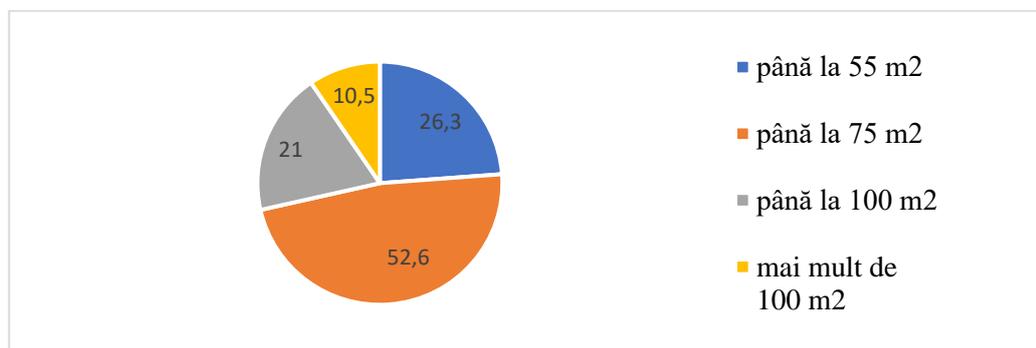


Figura A.19.3. Opinia respondenților/agenți economici cu privire la preferințele cumpărătorilor în raport cu suprafața imobilului/apartament în cadrul pieței primare și/sau secundare, în %

Sursa: elaborată de autor în baza rezultatelor cercetării

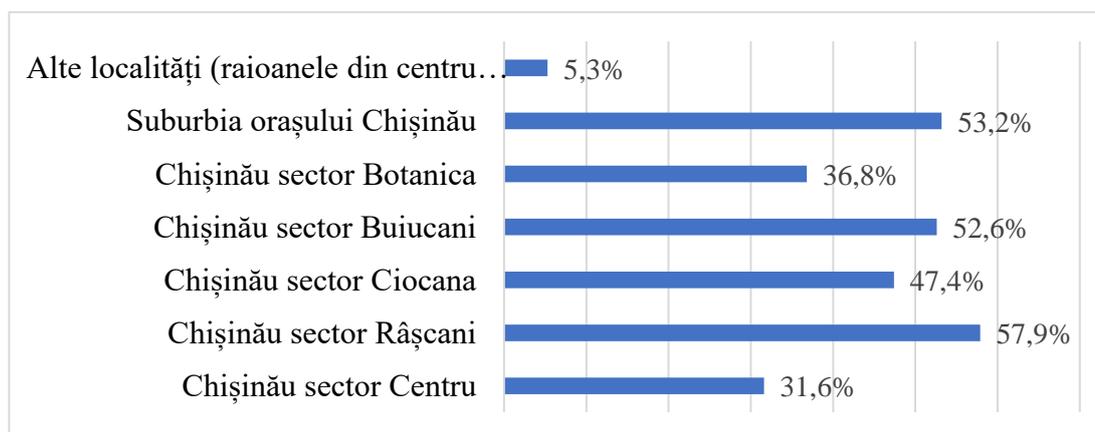


Figura A.19.4. Opinia respondenților/agenți economici cu privire la preferințele cumpărătorilor în raport cu amplasarea imobilului, în %

Sursa: elaborată de autor în baza rezultatelor cercetării

Tabelul A.19.1. Gradul de mulțumire al respondenților față de caracteristicile imobilului

Denumire caracteristică:	Scorul mediu obținut:
Calitatea imobilului	4,07
Infrastructura regiunii	4,14
Prețul de cumpărare al imobilului	3,89
Amplasarea imobilului	4,25
Proiectul imobilului	4,03
Prezența ascensoarelor	3,46
Tipul încălzirii	4,01
Prezența parcării	3,75
Curte amenajată	3,88

Sursa:

elaborat de autor în baza rezultatelor cercetării

Tabelul A.19.2. Importanța caracteristicilor imobilului în luarea deciziei de cumpărare

N/O	Denumire caracteristică:	Scorul mediu obținut/persoane fizice:	Scorul mediu obținut/persoane juridice:
1.	Prețul imobilului	4,65	4,84
2.	Calitatea imobilului	4,64	4,68
3.	Suprafața imobilului	4,39	4,05
4.	Amplasarea imobilului	4,42	4,26
5.	Infrastructura regiunii	4,36	4,26
6.	Numărul de etaje al blocului	3,90	3,47
7.	Prezența parcării	4,41	4,47
8.	Teren de joacă	4,21	4,11
9.	Balcoane acoperite	4,04	3,47
10.	Bloc unic sau complex locativ	3,85	3,47
11.	Policlinici/laboratoare/spitale în apropiere	4,12	3,53
12.	Unități comerciale/supermarketuri în apropiere	4,24	3,79
13.	Zona verde /parcuri	4,19	4,32
14.	Spații pentru odihnă și distracții	3,96	3,58
15.	Impresiile lăsate de vânzător (agenție imobiliară, companie de construcție)	3,92	3,89
16.	Gradul de cunoaștere a companiei/agenției imobiliare	4,14	4,00
17.	Gradul de încredere în comerciant	4,18	4,26

Sursa: elaborat de autor în baza rezultatelor cercetării

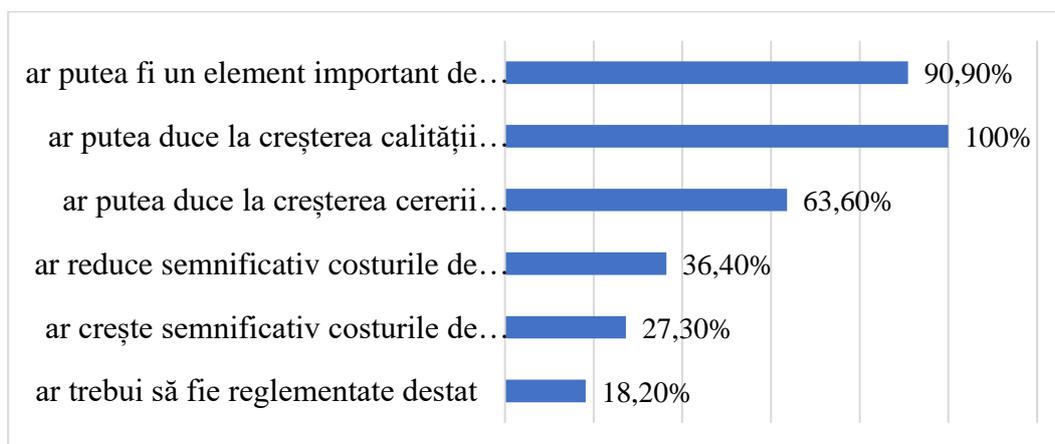


Figura A.20. Avantajele implementării și utilizării inovațiilor tehnologice și ingineresti în domeniul construcției de imobil locativ în opinia agenților economici

Sursa: elaborată de autor în baza rezultatelor cercetării

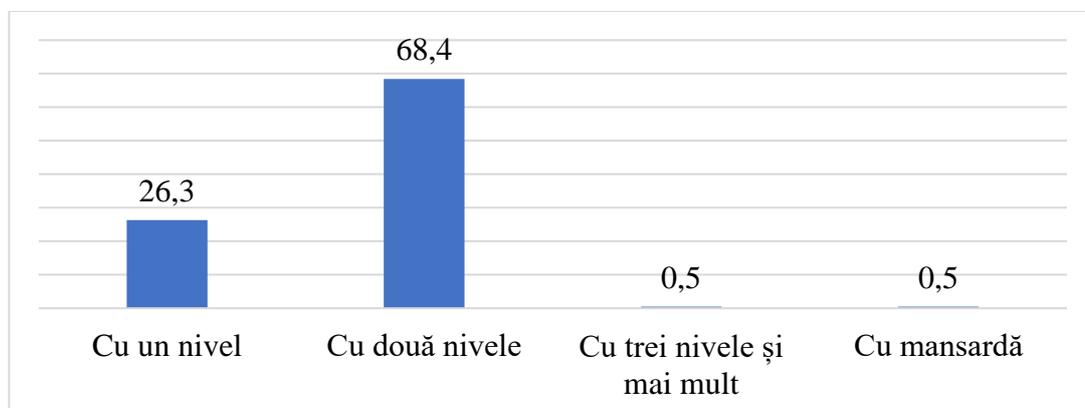


Figura A.21. Opinia respondenților/agenți economici cu privire la preferințele cumpărătorilor în raport cu numărul de nivele al imobilului/casă individuală de locuit, în %
Sursa: elaborată de autor în baza rezultatelor cercetării

Tabelul A.22. Ierarhizarea caracteristicilor imobilului în funcție de importanța acestora în luarea deciziei de cumpărare

N/O	Denumire caracteristică:	Nota obținută	Locul
18.	Prețul materiei prime	9,58	2
19.	Prețul terenului pentru construcție	10,00	1
20.	Particularitățile imobilului	8,68	7
21.	Alte costuri ale construcției (inclusiv al utilizării utilajelor și mașinilor, în cazul în care compania nu dispune)	8,32	9
22.	Costurile pentru serviciile aferente construcției	8,89	5
23.	Amplasarea imobilului	9,32	3
24.	Prezența în apropiere a școlilor, grădinițelor	8,00	12
25.	Prezența parcarii	9,26	4
26.	Prezența terenului de joacă	8,26	10
27.	Centre de agrement pentru copii și întreaga familie	8,11	11
28.	Prezența în imediata apropiere a centrelor comerciale (hypermarket, supermarket)	8,37	8
29.	Zone pentru odihnă și agrement	7,63	14
30.	Prezența în apropiere a spațiilor verzi / parcuri	9,58	2
31.	Raportul dintre cerere și ofertă	8,84	6
32.	Alte aspecte și caracteristici care sporesc valoarea imobilului pentru client	7,74	13

Sursa: elaborată de autor în baza rezultatelor cercetării

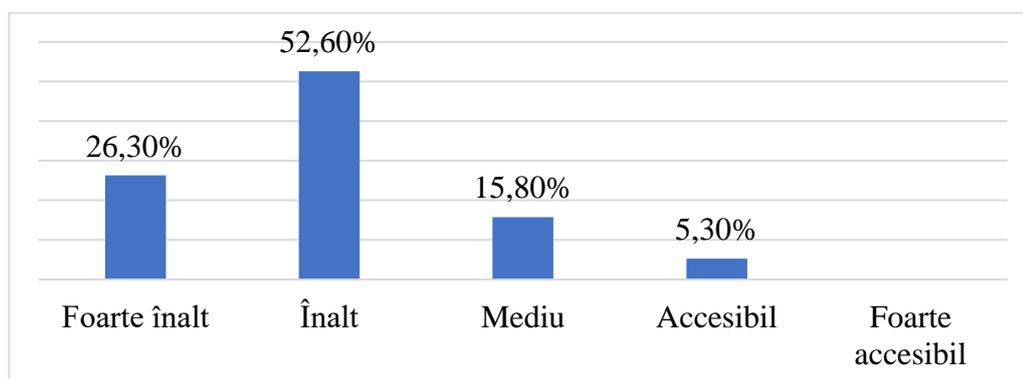


Figura A.23.1. Opinia agenților economici în raport cu nivelul prețurilor pentru bunurile imobiliare locative

Sursa: elaborată de autor în baza rezultatelor cercetării

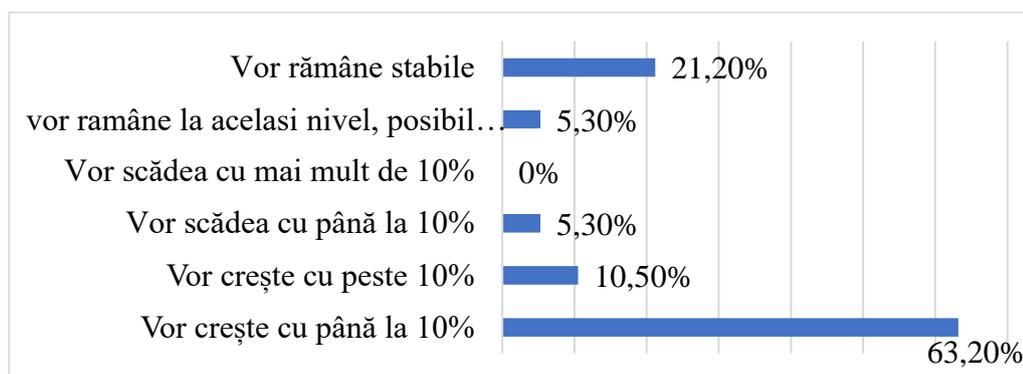


Figura A.23.2. Opinia agenților economici în raport cu evoluția prețurilor pentru bunurile imobiliare locative în viitor

Sursa: elaborată de autor în baza rezultatelor cercetării

Tabelul A.24.1. Oferta băncilor comerciale din Republica Moldova privind creditele imobiliare

Banca	Credit	Termeni, luni	Rata dobanzii
	<u>BCR Acasa</u>	12 - 300	8.5% - 8.9%
	<u>Imobiliar</u>	1 - 300	8.9% - 11.12%
	<u>Imobiliar</u>	6 - 360	9% - 9.5%
	<u>Ipoteca locativă</u>	120 - 240	10.99%
	<u>Credit imobiliar de achiziție</u>	1 - 360	11.5% - 12%
	<u>Casa Mea</u>	12 - 240	12%
	<u>Pentru reparație și mobilă</u>	12 - 24	16.5%

Sursa: elaborat și sistematizat de autor în baza informațiilor de pe site-urile web ale băncilor comerciale și a sursei [<https://bancamea.md/loans>, accesat: 11.06.2023].

Tabel A.24.2. Structura portofoliului de credite pe sectorul bancar al RM (pe ramuri), prezentat în dinamică, perioada: 2018-2022, moneda națională (lei), anual

Anul:	Denumirea băncii comerciale	Portofoliul de credite, sold la sfârșitul perioadei de gestiune (lei)	
		Credite acordate în domeniul construcțiilor	Credite acordate pentru procurarea/construcția imobilului
2022	BC „MOLDOVA - AGROINDBANK” S.A.	373,517,244	3,258,777,386
	B.C. „COMERTBANK” S.A.	37,450,514	188,576,840
	BC „EuroCreditBank” S.A.	15,532,957	97,682,413
	B.C. „ENERGBANK” S.A.	9,095,000	143,362,103
	B.C. „EXIMBANK” S.A.	1,115,464	1,007,282,744
	„FinComBank” S.A.	6,837,218	110,524,533
	OTP Bank S.A.	24,831,490	2,130,308,845
	BC „Moldindconbank” S.A.	196,281,488	3,451,740,128
	B.C. „ProCredit Bank” S.A.	0	174,626,817
	BCR Chisinau S.A.	0	166,707,565
	B.C. „VICTORIABANK” S.A.	76,416,541	1,380,700,481
2021	BC „MOLDOVA - AGROINDBANK” S.A.	350,180,881	2,968,839,440
	B.C. „COMERTBANK” S.A.	29,451,005	187,024,398
	BC „EuroCreditBank” S.A.	11,988,620	106,795,318
	B.C. „ENERGBANK” S.A.	11,948,087	118,559,628
	B.C. „EXIMBANK” S.A.	526,400	905,562,587
	„FinComBank” S.A.	7,770,642	76,252,341
	OTP Bank S.A.	27,244,714	2,299,219,380
	BC „Moldindconbank” S.A.	202,236,602	3,157,346,324
	B.C. „ProCredit Bank” S.A.	0	83,459,119
	BCR Chisinau S.A.	0	157,277,490
	B.C. „VICTORIABANK” S.A.	50,075,949	1,366,455,329
2020	BC „MOLDOVA - AGROINDBANK” S.A.	135,511,096	1,935,751,593
	B.C. „COMERTBANK” S.A.	16,566,411	122,249,483
	BC „EuroCreditBank” S.A.	14,705,833	86,238,838
	B.C. „ENERGBANK” S.A.	5,631,841	54,561,154
	B.C. „EXIMBANK” S.A.	337,904	747,757,279
	„FinComBank” S.A.	11,075,584	68,659,457
	OTP Bank S.A.	35,266,467	1,767,960,534
	BC „Moldindconbank” S.A.	159,653,499	1,704,495,862
	B.C. „ProCredit Bank” S.A.	210,368	30,811,932
	BCR Chisinau S.A.	0	130,637,852
	B.C. „VICTORIABANK” S.A.	46,278,037	1,222,203,373
2019	BC „MOLDOVA - AGROINDBANK” S.A.	102,563,394	2,020,303,456
	B.C. „COMERTBANK” S.A.	20,905,168	40,291,208
	BC „EuroCreditBank” S.A.	7,058,383	88,560,348
	B.C. „ENERGBANK” S.A.	13,809,031	60,371,493
	B.C. „EXIMBANK” S.A.	1,024,586	554,234,771

Continuare TABEL A.24.2.			
	„FinComBank” S.A.	13,120,074	75,318,392
	OTP Bank S.A.	19,649,471	1,162,481,074
	BC „Moldindconbank” S.A.	166,115,115	1,384,384,591
	B.C. „ProCredit Bank” S.A.	339,303	11,618,245
	BCR Chisinau S.A.	0	84,583,950
	B.C. „VICTORIABANK” S.A.	71,364,224	743,195,410
2018	BC „MOLDOVA - AGROINDBANK” S.A.	125,285,195	1,363,559,659
	B.C. „COMERTBANK” S.A.	3,003,907	16,017,609
	BC „EuroCreditBank” S.A.	8,747,335	87,133,152
	B.C. „ENERGBANK” S.A.	27,603,430	62,818,185
	B.C. „EXIMBANK” S.A.	4,058,200	286,448,590
	„FinComBank” S.A.	16,387,361	76,579,792
	OTP Bank S.A.	12,829,363	809,624,064
	BC „Moldindconbank” S.A.	98,051,332	853,031,333
	B.C. „ProCredit Bank” S.A.	650,966	2,274,838
	BCR Chisinau S.A.	0	85,006,699
	B.C. „VICTORIABANK” S.A.	74,579,632	295,174,091

Sursa: <https://www.bnm.md/bdi/pages/reports/drsb/DRSB7.xhtml?id=0&lang=ro>

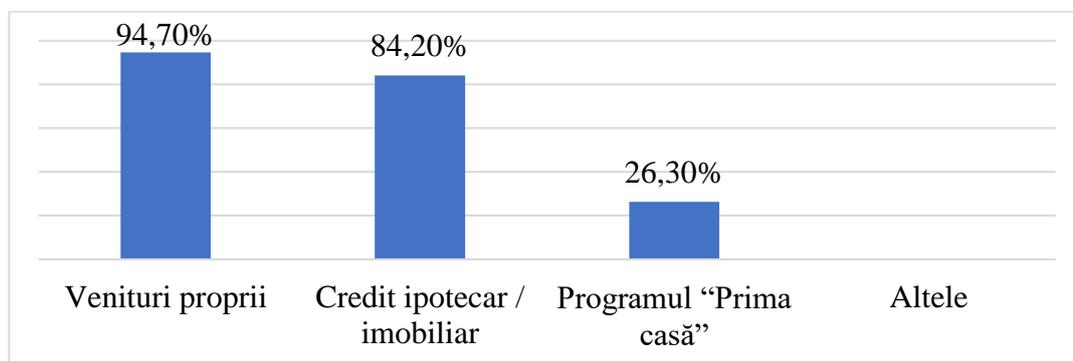


Figura A.25.1. Opinia respondenților/agenți economici cu privire la sursele de finanțare la care au apelat pentru tranzacțiile imobiliare clienții acestora în ultimii ani
Sursa: elaborată de autor în baza rezultatelor cercetării

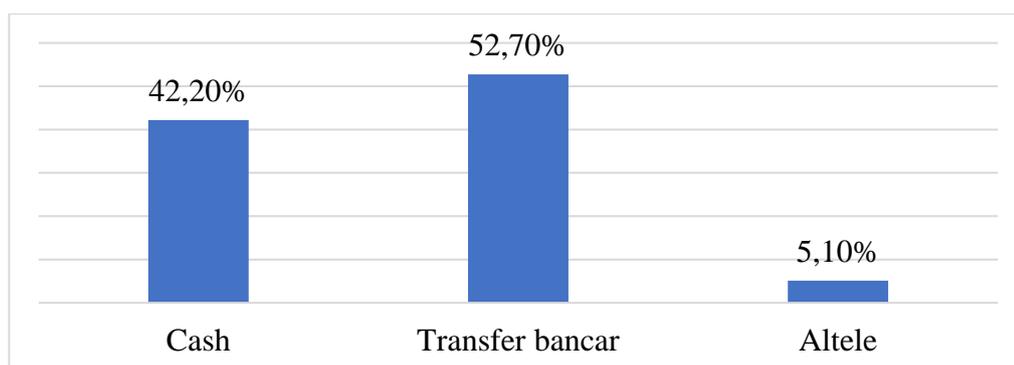


Figura A.25.2. Opinia respondenților/agenți economici cu privire la modalitatea de plată preferată de clienții acestora în ultimii ani
Sursa: elaborată de autor în baza rezultatelor cercetării

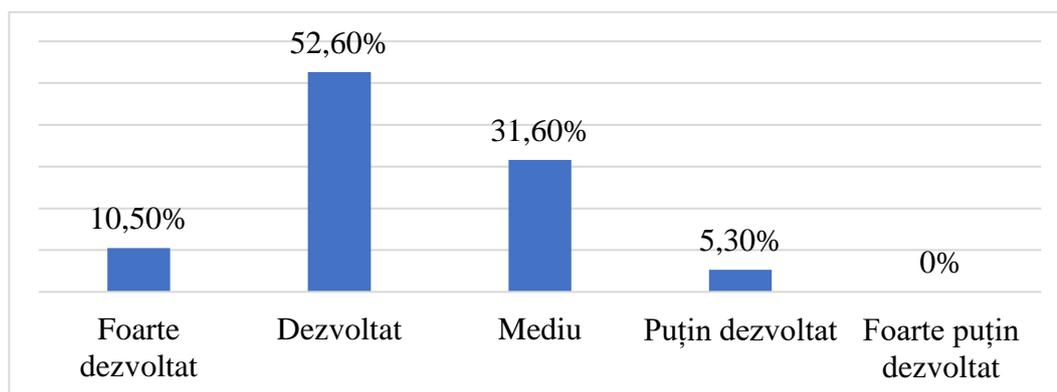


Figura A.26.1. Aprecierea nivelului de dezvoltare al pieței imobiliare din Republica Moldova

Sursa: elaborată de autor în baza rezultatelor cercetării

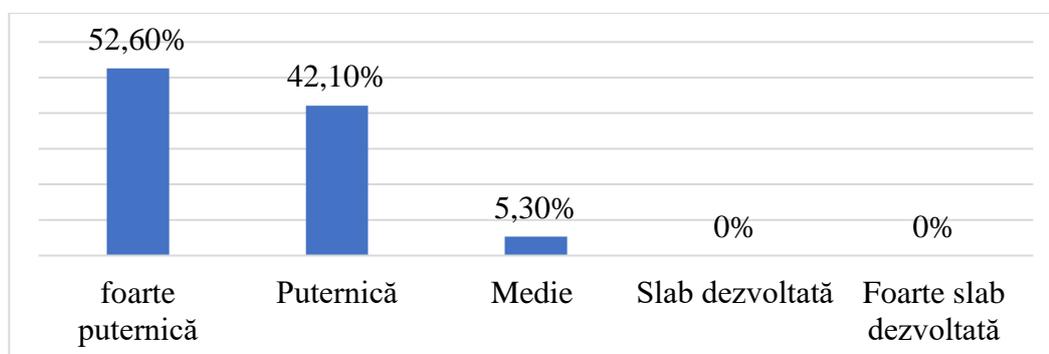


Figura A.26.2. Aprecierea nivelului concurenței în cadrul pieței imobiliare din Republica Moldova

Sursa: elaborată de autor în baza rezultatelor cercetării

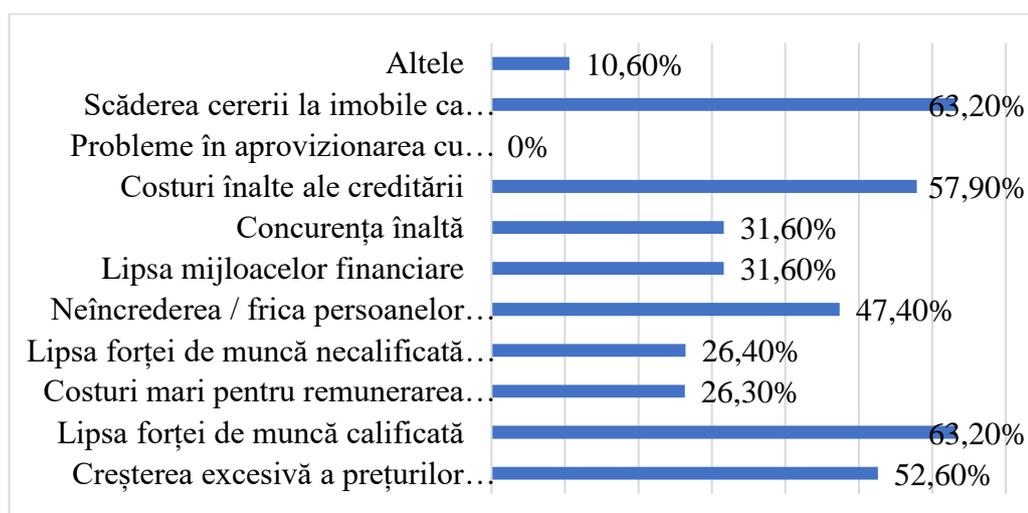
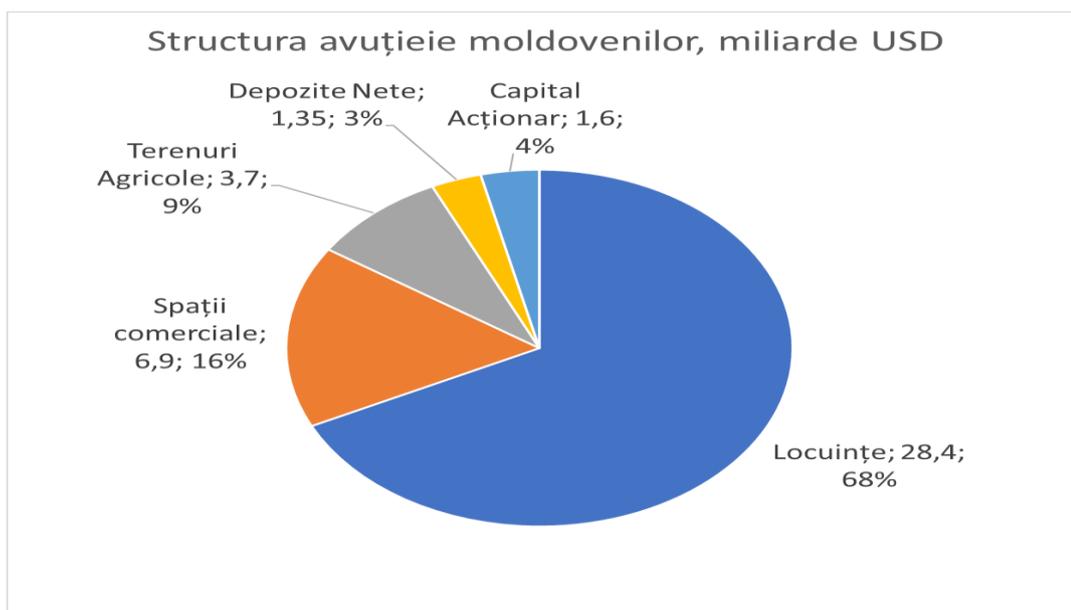


Figura A.26.3. Principalele problemele cu care se confruntă companiile din cadrul pieței imobiliare din Republica Moldova

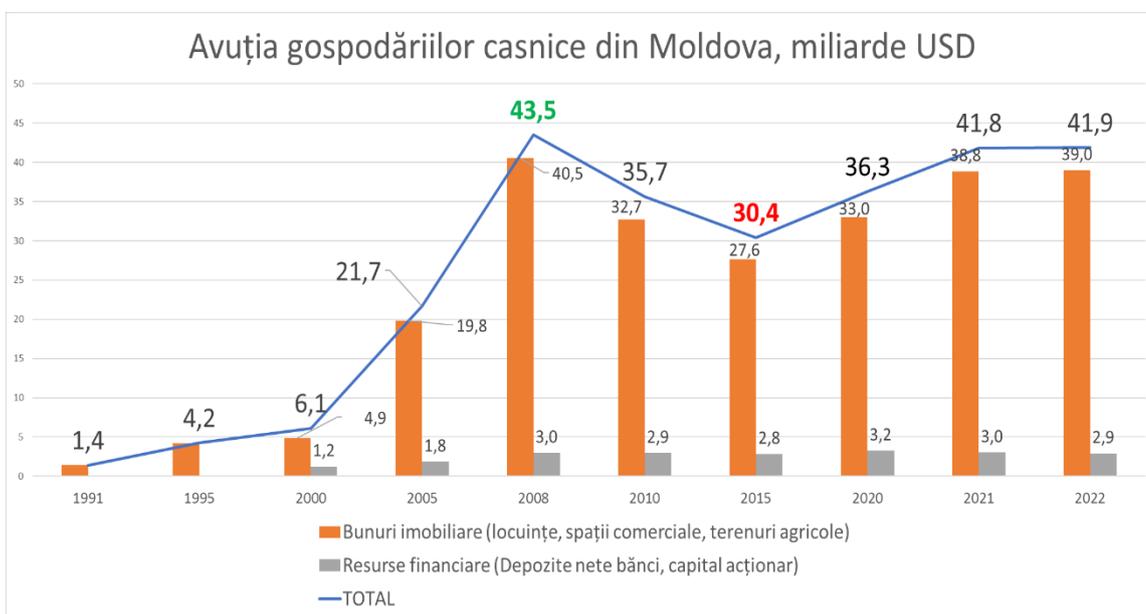
Sursa: elaborată de autor în baza rezultatelor cercetării



Sursa: Estimări proprii în baza datelor Biroului Național de Statistică, Agenției Imobiliare Lara, Nika Imobil, Bancii Naționale a Moldovei, Agenției Serviciilor Publice, Comisiei Naționale a Pieții Financiare

Figura A.27.1. Structura averii moldovenilor, mldr. USD

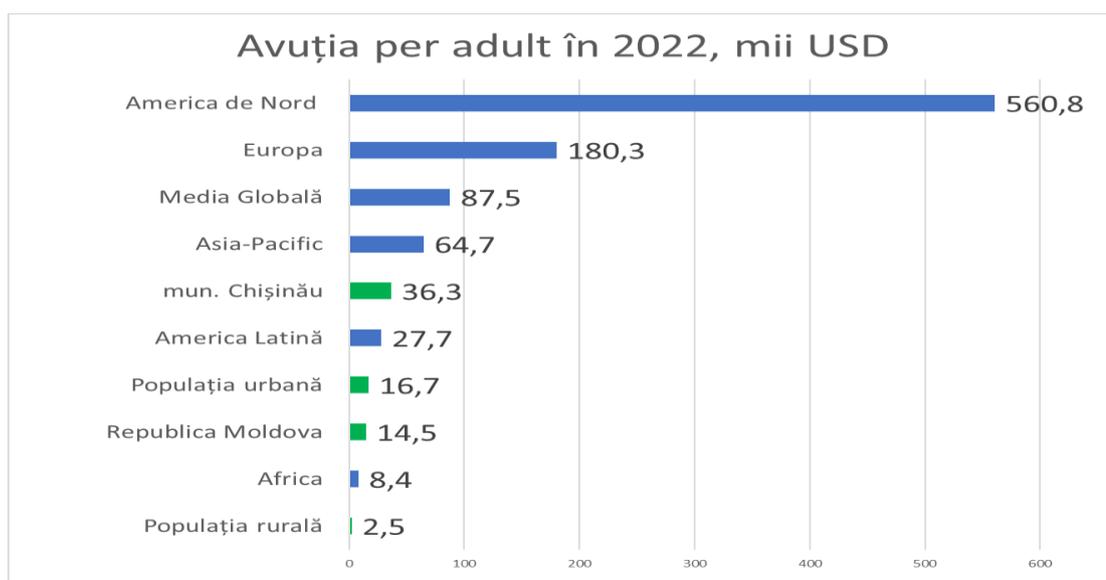
Sursa: materialele oferite de expertul în probleme economice Veaceslav Ioniță în cadrul interviului



Sursa: Estimări proprii în baza datelor Biroului Național de Statistică, Agențiilor imobiliare, Bancii Naționale a Moldovei, Agenției Serviciilor Publice, Comisiei Naționale a Pieții Financiare

Figura A.27.2. Averea gospodăriilor casnice din Moldova, mldr. USD

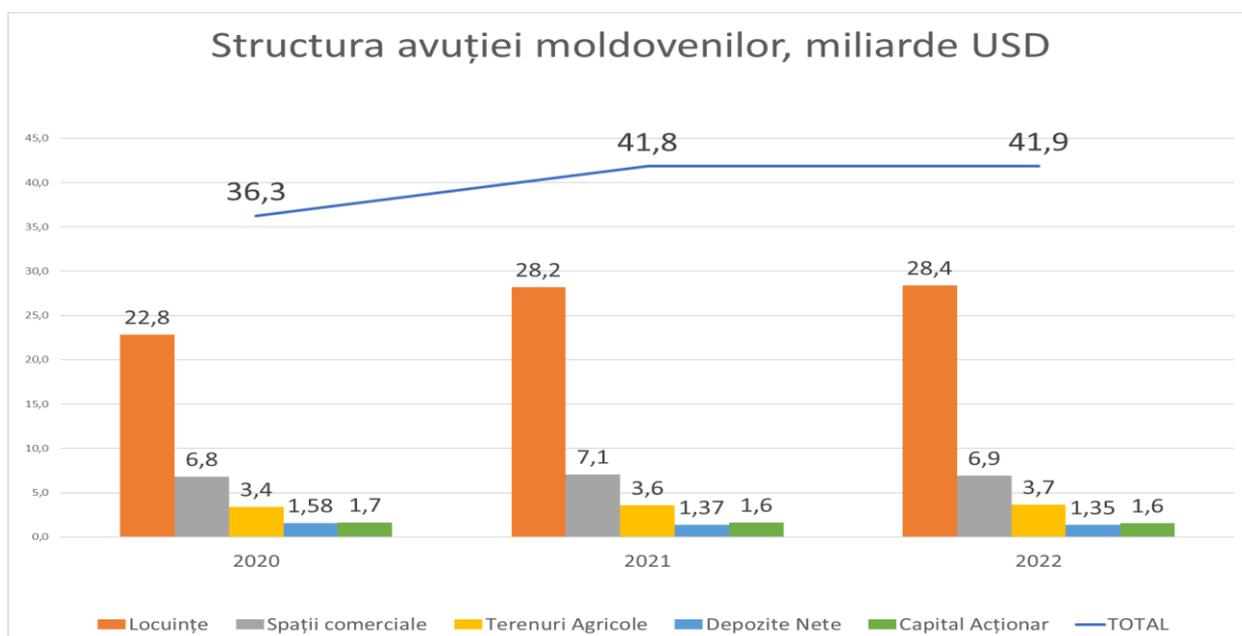
Sursa: materialele oferite de expertul în probleme economice Veaceslav Ioniță în cadrul interviului



Sursa: Credit Suisse, Research Institute, Global Wealth Report 2022
 Pentru Moldova estimări proprii în baza datelor Biroului Național de Statistică,
 Agenției Imobiliare Lara, Nika Imobil, Bancii Naționale a Moldovei, Agenției Serviciilor
 Publice, Comisiei Naționale a Pieții Financiare

Figura A.27.3. Avuția per adult în 2022, mii USD

Sursa: materialele oferite de expertul în probleme economice Veaceslav Ioniță în cadrul interviului



Sursa: Estimări proprii în baza datelor Biroului Național de Statistică, Agenției Imobiliare
 Lara, Nika Imobil, Bancii Naționale a Moldovei, Agenției Serviciilor Publice, Comisiei Naționale
 a Pieții Financiare

Figura A.27.4. Structura avuției moldovenilor, mlrd. USD

Sursa: materialele oferite de expertul în probleme economice Veaceslav Ioniță în cadrul interviului

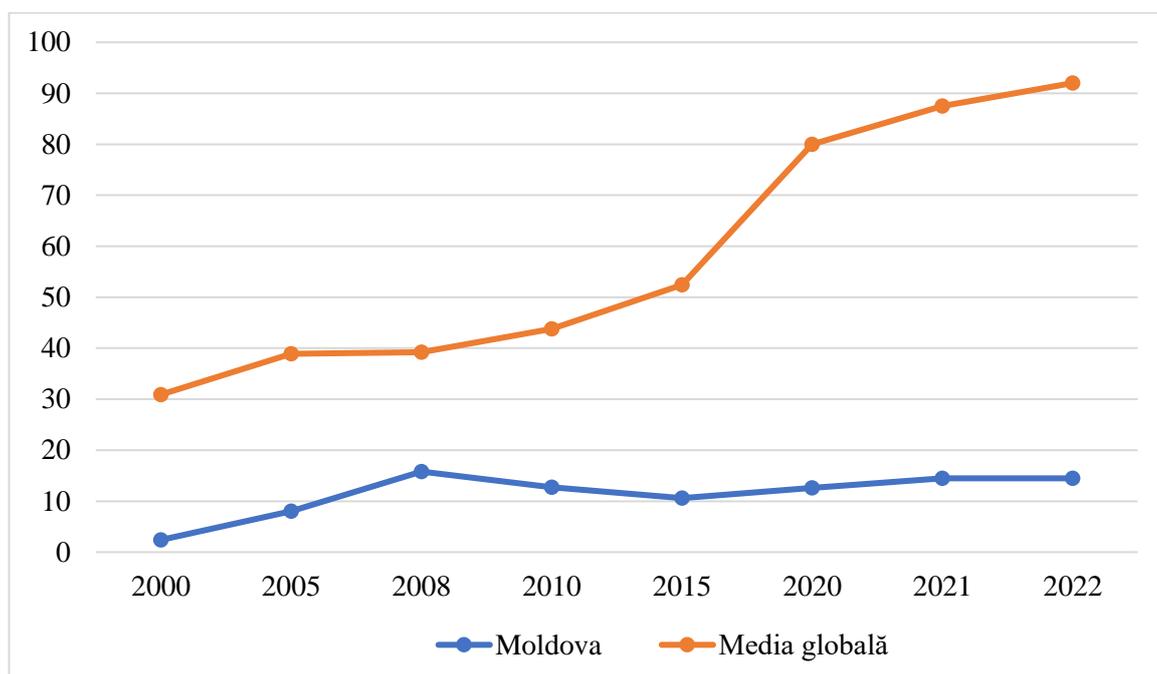
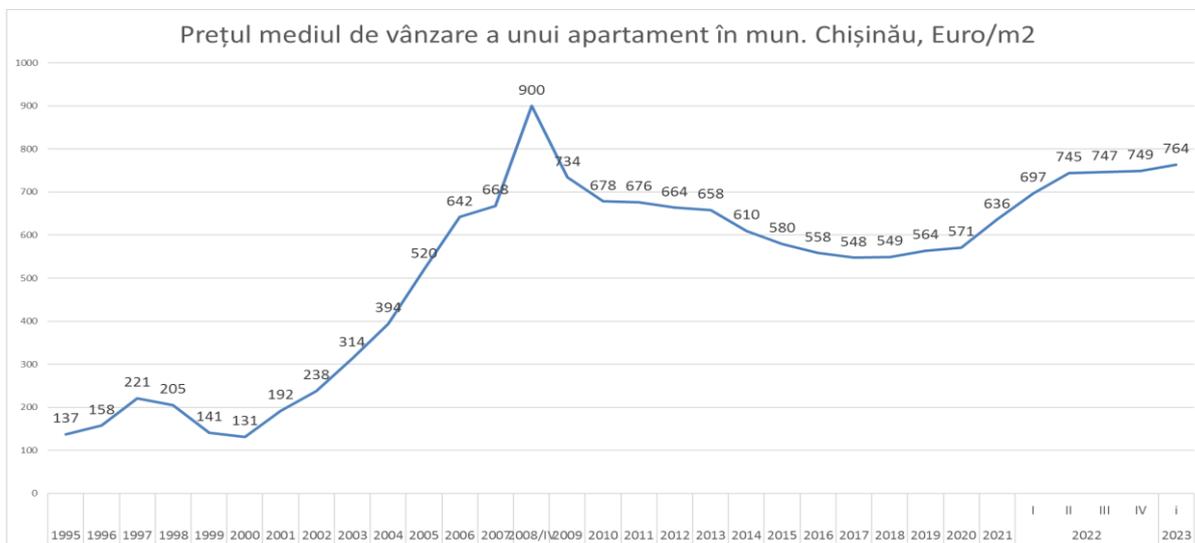


Figura A.27.5. Avuția per capita în lume și Moldova, mii USD

Sursa: materialele oferite de expertul în probleme economice Veaceslav Ioniță în cadrul interviului

Prețul și accesibilitatea locuințelor în municipiul Chișinău



Estimări proprii în baza datelor oferite de Banca Națională a Moldovei, www.bnm.md Indicele prețului bunurilor imobile rezidențiale (RPPI) și a informațiilor oferite public de Bursa Lara, www.lara.md, Nika Imobil, www.nikaimobil.md alte agenții imobiliare
Notă: EURO/M2, până în 1999 ECU/M2

Figura A.28.1. Prețul mediu de vânzare al unui apartament în mun. Chișinău, €/m²
Sursa: materialele oferite de expertul în probleme economice Veaceslav Ioniță în cadrul interviului

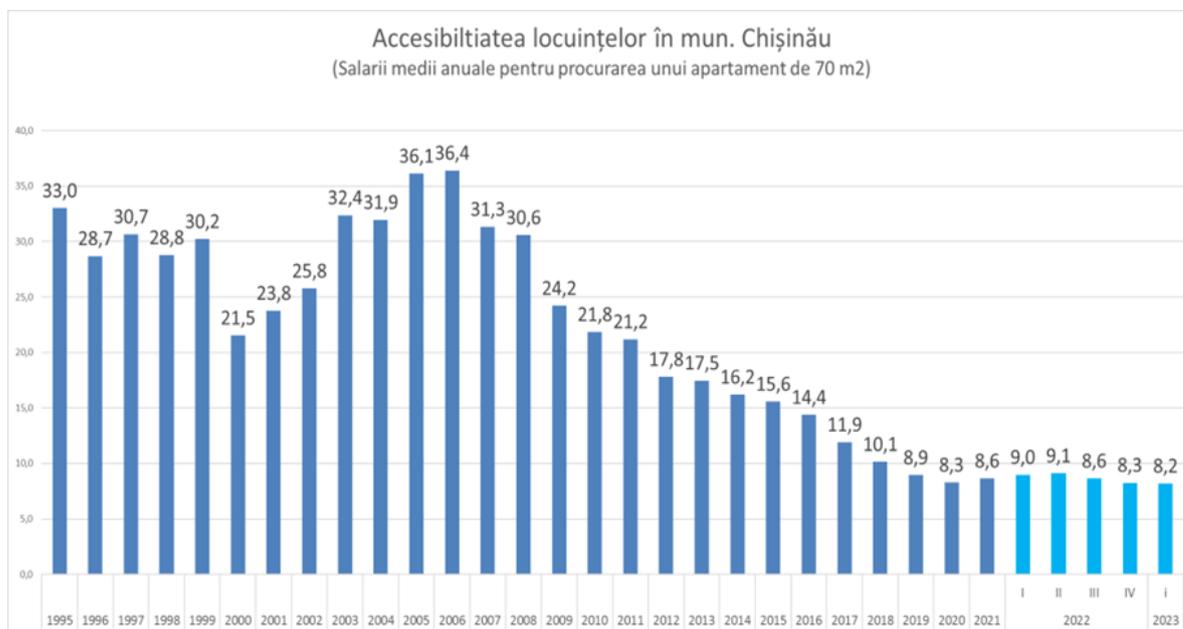


Figura A.28.2. Accesibilitatea locuințelor în mun. Chișinău, salarii medii
Sursa: materialele oferite de expertul în probleme economice Veaceslav Ioniță în cadrul interviului

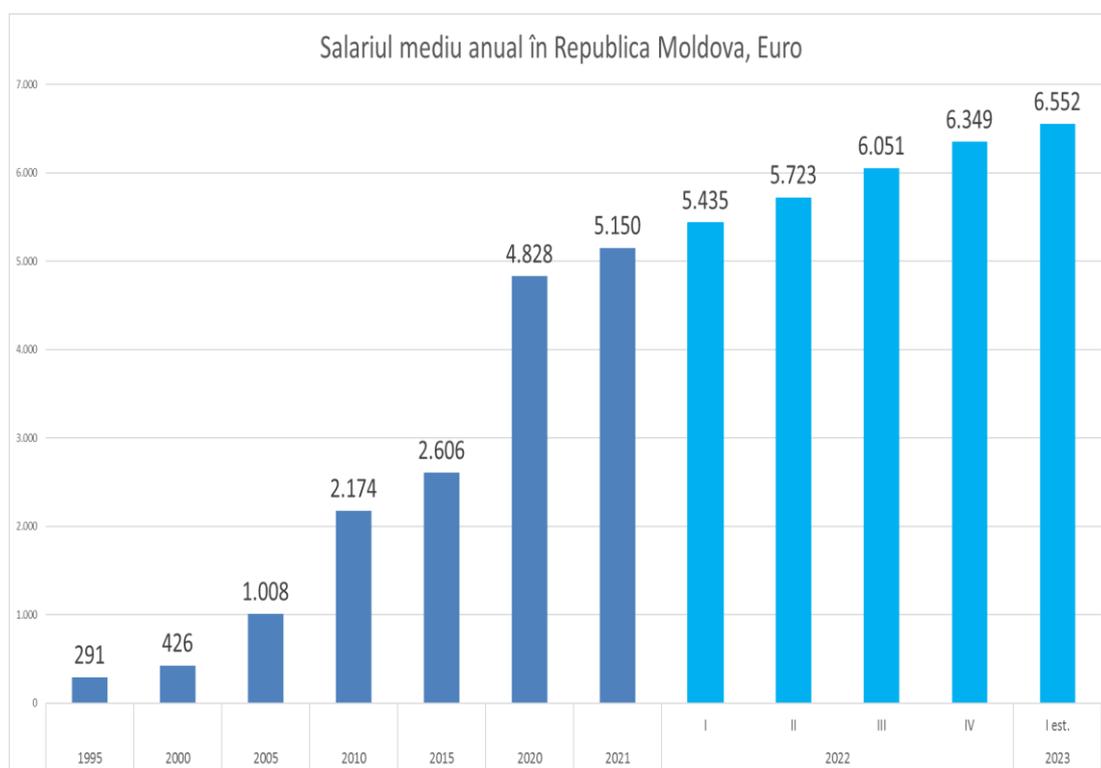
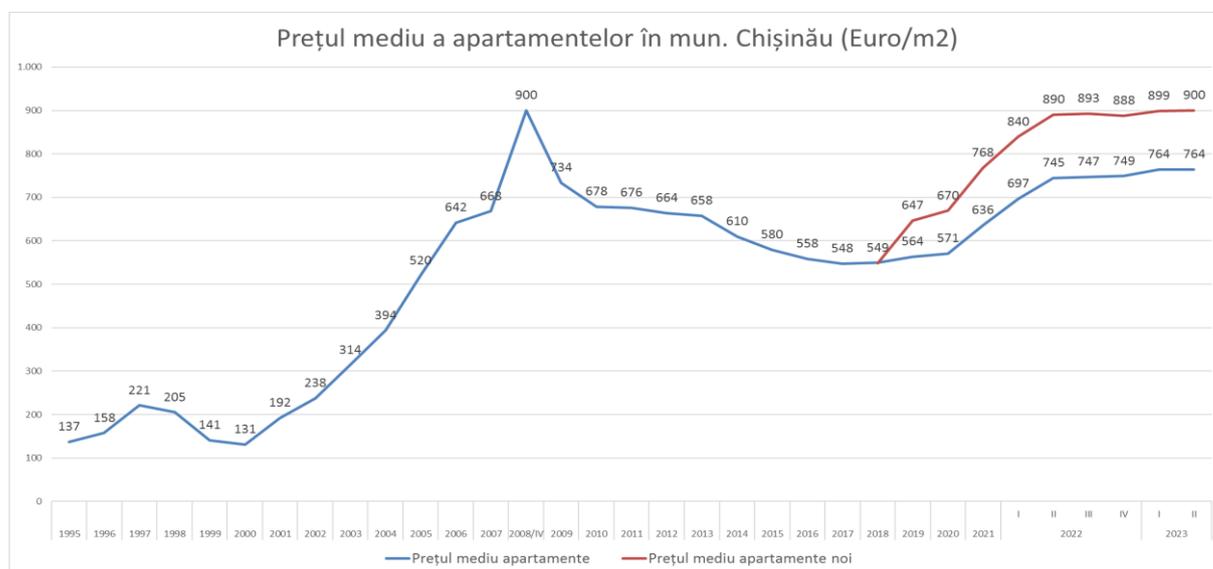


Figura A.28.3. Salariul mediu anual în Republica Moldova, €
Sursa: materialele oferite de expertul în probleme economice Veaceslav Ioniță în cadrul interviului



Estimări proprii în baza datelor oferite de Banca Națională a Moldovei, www.bnm.md Indicele prețului bunurilor imobiliare rezidențiale (RPPI) și a informațiilor oferite public de Bursa Lara, www.lara.md, Nika Imobil, www.nikaimobil.md alte agenții imobiliare

Figura A.28.4. Prețul mediu al apartamentelor în mun. Chișinău, €/m²
Sursa: materialele oferite de expertul în probleme economice Veaceslav Ioniță în cadrul interviului

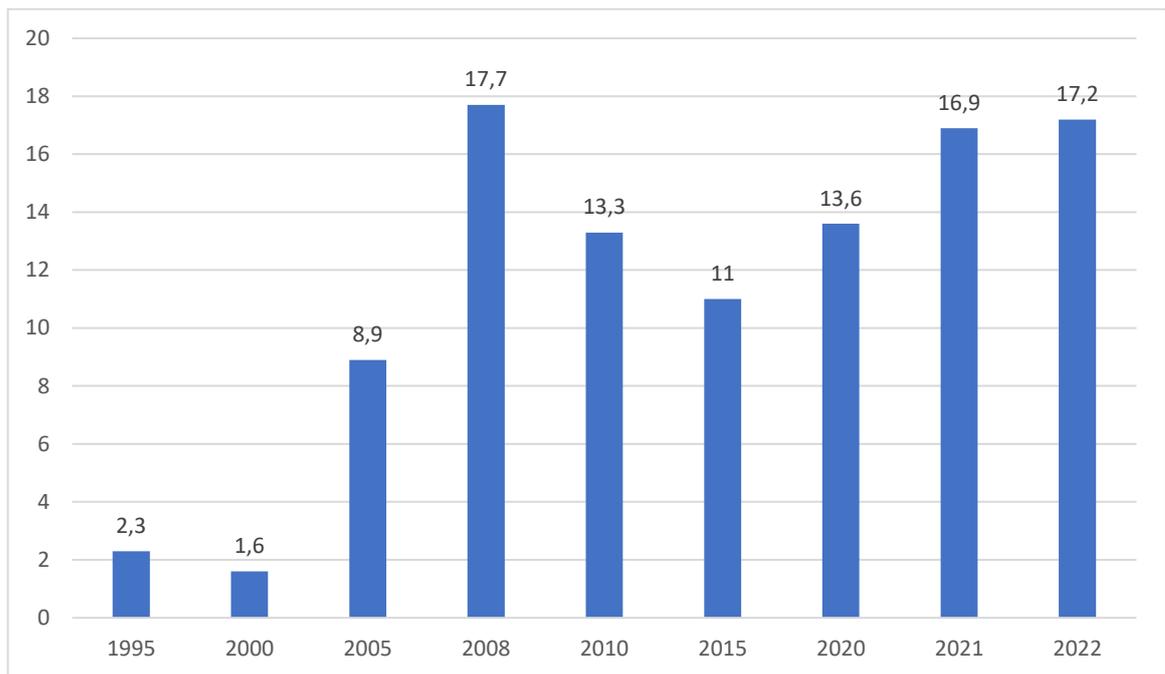


Figura A.28.5. Valoarea de piață a locuințelor din mun. Chișinău, mlrd. USD
Sursa: materialele oferite de expertul în probleme economice Veaceslav Ioniță în cadrul interviului

Articolul 2 al Legii nr. 128 din 11.07.2014, cu privire la performanța energetică a clădirilor

Prezenta lege stabilește cerințe cu privire la:

- a) ...
- b) "aplicarea *cerințelor minime de performanță energetică* pentru:
 - *clădirile noi și noile unități ale clădirilor existente;*
 - *clădirile existente și unitățile acestora atunci când acestea sânt supuse unor renovări majore;*
 - *elementele care fac parte din anvelopa clădirii și care au un impact semnificativ asupra performanței energetice a anvelopei clădirii atunci când sânt modernizate sau înlocuite;*
 - *sistemele tehnice ale clădirilor, ori de câte ori acestea sânt instalate, modernizate sau înlocuite;*
- c) *certificarea performanței energetice a clădirilor și a unităților de clădiri;*
- d) *inspecția periodică a sistemului de încălzire și a sistemului de climatizare din clădiri;*
- e) *sistemele de control independent al certificatelor de performanță energetică și al rapoartelor de inspecție periodică a sistemelor de încălzire și a sistemelor de climatizare din clădiri;*
- f) *planul național pentru creșterea numărului de clădiri al căror consum de energie este aproape egal cu zero".*

Sursa: https://lege.md/privind_performanta_energetica_a_cladirilor/art-2

Programul PRIMA CASĂ

Programul „Prima Casă” a fost lansat în 2018. Până în prezent, în cadrul acestuia au fost depuse 8553 de cereri.

Suma creditelor acordate: 4,43 miliarde lei

Valoarea garanțiilor active: **2,21** miliarde lei

Beneficiază de programe din bugetul de stat **8102** persoane, dintre care:

- 5561 sunt familii,
- 2541 - tineri necăsătoriți.
- Vârsta medie a solicitanților este de 31 de ani.

Suprafața medie a locuințelor procurate prin intermediul programului constituie 60,91 m.p., iar valoarea acestora - 640,51 de mii de lei (32 de mii de euro). Din numărul total al locuințelor procurate, 7557 sunt situate în zonele urbane, iar 545 - în cele rurale. 7338 locuințe procurate sunt apartamente, iar 764 - case de locuit individuale.

Condițiile care trebuie îndeplinite:

- Vârsta până la 45 ani
- Achitarea primei rate de cel puțin 10 % din costul locuinței
- Cetățean al Republicii Moldova, angajat în Republica Moldova cu venit oficial
- Rata lunară, dobânda calculată și comisionul să nu depășească 50 % din venitul oficial net al familiei, inclusiv al rudelor de gradul întâi
- Să nu aibă credite ipotecare pentru locuințe
- Să nu dețină dreptul de proprietate deplină sau cote părți pentru ultimele 12 luni.

Acte necesare:

- Raportul de evaluare a bunului imobiliar
- Extras din registrul bunurilor imobiliare
- Actele care atestă veniturile lunare
- Actele de identitate ale participanților la tranzacție
- Documente aferente imobilului.

Sursa: elaborat de autor în baza analizei sursei [1, disponibil:

<https://accesimobil.md/blog/6563-locuinte-achizitionate-credit-prima-casa>]

ACTE DE IMPLEMENTARE

**Ministerul Educației și Cercetării
al Republicii Moldova**
MD-2033, Republica Moldova, mun. Chișinău,
Piața Marii Adunări Naționale 1,
tel.: +373 (0) 22 25 01 34
email: cancelaria@mec.gov.md



**Instituția Publică
Centrul de Excelență în Construcții**
MD-2028, Republica Moldova, mun. Chișinău,
str. Gh. Asachi 71,
tel.: +373 (0)2 2721234; fax: +373 (0)22731005
email: colegiul2028@yahoo.com

ACT DE IMPLEMENTARE

a rezultatelor obținute de dna **ROTARU OLESEA**
în cadrul tezei de doctor în economie cu tema: **PIAȚA IMOBILIARĂ: EVOLUȚII ȘI
TENDINȚE DE DEZVOLTARE ÎN CONDIȚIILE REPUBLICII MOLDOVA.**

Prezentul act confirmă că rezultatele cercetărilor științifice efectuate de dna Rotaru Olesea, în cadrul realizării tezei de doctor, prezintă interes deosebit pentru *IP Centrul de Excelență în Construcții* și vor fi utilizate în cadrul procesului de instruire.

Pentru cadrele didactice și elevii de la specialitatea "Evaluarea imobilului" și "Cadastru și Organizarea Teritoriului", rezultatele cercetărilor pot fi utilizate ca bază teoretică în cadrul disciplinelor în care se studiază *piața imobiliară*. Luând în considerație, că la baza tezei de doctorat sunt și opiniile experților din domeniu în raport cu situația actuală a pieții imobiliare și tendințele acesteia, lucrarea poate servi și ca sursă bibliografică la elaborarea lucrărilor/proiectelor de curs sau a lucrărilor de diplomă.

Ne exprimăm convingerea că rezultatele prezentate în teza de doctorat vor contribui la îmbunătățirea atât a sectorului academic cât și cel economic din domeniu.

Lucia ȚURCAN, director IPCEC



Giulietta RAILEAN, prof. de specialitate, Cadastru și Evaluarea imobilului

FLOREAN AND PARTNERS – Broker Imobiliar

ACT DE IMPLEMENTARE

a rezultatelor cercetărilor științifice

Compania „FLOREAN AND PARTNERS,, SRL, în persoana directorului Florean Iurie, confirmă relevanța cercetării efectuate de dna ROTARU Olesea în cadrul tezei de doctor în economie cu tema: *Piața imobiliară: evoluții și tendințe de dezvoltare în condițiile Republicii Moldova*, și își manifestă interesul pentru utilizarea acestora ca bază de informații actualizate, care vor fi utilizate de către companie în cercetările pe care le realizăm sistematic, iar rezultatele vor contribui la creșterea performanței și competitivității companiei în domeniul imobiliar.



Director / Administrator Nume Prenume

Florean Iurie

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke at the end, positioned above a horizontal line.

Semnătura

ACT DE IMPLEMENTARE

a rezultatelor cercetărilor științifice realizate de dna ROTARU Olesea în cadrul tezei de doctor în economie cu tema: ***Piața imobiliară: evoluții și tendințe de dezvoltare în condițiile Republicii Moldova.***

Prin prezentul, confirmăm că rezultatele cercetării aduc contribuții semnificative domeniului imobiliar per ansamblu și companiei SV IMOBI ONLINE SRL în mod special, inclusiv prin combinarea rezultatelor obținute în urma cercetării cantitative în scopul studierii comportamentului consumatorului de imobile, prin documentarea și analiza datelor secundare, prin evaluarea situației actuale ale pieței imobiliare și prin identificarea tendințelor de dezvoltare ale acesteia conform recomandărilor și estimările experților economici și imobiliari.

Astfel, aceste constatări științifice furnizează un cadru relevant și solid pentru companie, fiind un suport incontestabil în luarea deciziilor strategice, dezvoltarea produselor companiei adaptate nevoilor pieței și menținerea unei abordări inovatoare și eficiente în domeniul imobiliar.

Administrator: STAYER Viorel

L. Ș.



Semnătura

Declarația privind asumarea răspunderii

Subsemnata, Rotaru Olesea, declar pe răspundere personală că materialele prezentate în teza de doctorat sunt rezultatul propriilor cercetări și realizări științifice. Conștientizez că, în caz contrar, urmează să suport consecințele în conformitate cu legislația în vigoare.

Rotaru Olesea

Data 27.03.2024



CURRICULUM VITAE

 <p>Informații personale</p> <p>Nume / Prenume</p> <p>E-mail(uri)</p> <p>Sex</p> <p>Experiența profesională</p>	 <p>ROTARU Olesea</p> <p>olesea.ro@gmail.com, olesea.rotaru@ase.md</p> <p>feminin</p>
<p>Perioada</p> <p>Funcția sau postul ocupat</p> <p>Activități și responsabilități principale</p>	<p>Septembrie 2006-prezent</p> <p>Asistent univ., lector univ., lector superior universitar</p> <p>Departamentul „Marketing și Logistică”, ASEM</p> <p>Predarea cursurilor la <i>ciclul I (licență) și ciclul II (masterat)</i>;</p> <p>Discipline predate: Marketing, Marketingul general și business to business, Comportamentul cumpărătorului, Tehnici promoționale, Tehnici de vânzări, Reclama și Relații cu publicul .</p> <p>Coordonarea activității studenților în calitate de conducător științific al proiectelor de an, tezelor de licență/master;</p> <p>Coordonarea activității științifice a studenților;</p> <p>Activitate de cercetare științifică (publicare lucrări /articole științifice, participări la manifestări științifice naționale și internaționale).</p>
<p>Numele și adresa angajatorului</p>	<p>Academia de Studii Economice din Moldova, MD-2005, mun. Chișinău,</p> <p>str. Mitropolitul G. Bănulescu-Bodoni nr.59</p> <p>Facultatea ”Business si administrarea afacerilor”</p> <p>Catedra „Marketing și logistică”</p>
<p>Tipul activității sau sectorul de activitate</p>	<p>Învățământ superior și cercetare</p>
<p>Perioada</p> <p>Funcția sau postul ocupat</p>	<p>Februarie 2020 – iulie 2020</p> <p>Specialist în Marketing</p>
<p>Numele și adresa angajatorului</p>	<p>“Megagold” SRL</p> <p>Chișinău, str. Calea Orheiului 20/1 of 302, Republica Moldova</p>
<p>Perioada</p> <p>Funcția sau postul ocupat</p>	<p>Ianuarie 2007– iunie 2007</p> <p>Lector universitar</p>

Activități și responsabilități principale	Predare. <i>Ciclul I Licență</i> . Cursuri și seminarii susținute: Comportamentul cumpărătorului, Marketing Business to Business. Cercetare în domeniul științelor economice, marketing.
Numele și adresa angajatorului	Universitatea de Stat din Moldova, MD-2009, mun. Chișinău, Str. A. Mateevici, nr. 60 Facultatea ”Științe Economice” Catedra “Management”; “Marketing”
Tipul activității sau sectorul de activitate	Învățământ superior și cercetare
Perioada Funcția sau postul ocupat	Iunie 2005 – iunie 2006 Specialist în Marketing
Numele și adresa angajatorului	“Victacon Plus” SRL mun. Chisinau, sec. Botanica, str. Dacia bd., 29
Educație și formare	
Perioada Calificarea / diploma obținută	Decembrie 2021 – decembrie 2022 Certificat de recalificare la domeniul de formare profesională Științe ale educației, 0111.3/ PSIHOPEDAGOGIE. Modul psihopedagogic, nivelul 6.
Numărul, seria diplomei și anul eliberării	Nr. De înregistrare: 14234001262356, Seria: CR000000120
Numele și tipul instituției de învățământ / furnizorului de formare	Ministerul Educației și Cercetării Academia de Studii Economice din Moldova, MD-2005, mun. Chișinău, str. Mitropolitul G. Bănulescu-Bodoni nr.59
Perioada Calificarea / diploma obținută	Septembrie 2021 – mai 2023 <i>Școla Masterală de Excelență în Economie și Business,</i> ASEM
Numărul, seria diplomei și anul eliberării	Studii postuniversitare, program de master: Comerț exterior și activitate vamală MP Nr. 000027197, Eliberat la 20 iunie 2023
Numele și tipul instituției de învățământ / furnizorului de formare	Academia de Studii Economice din Moldova, MD-2005, mun. Chișinău, str. Mitropolitul G. Bănulescu-Bodoni nr.59

<p>Perioada</p> <p>Calificarea / diploma obținută</p> <p>Numărul, seria diplomei și anul eliberării</p> <p>Numele și tipul instituției de învățământ / furnizorului de formare</p>	<p>Noiembrie 2019 – mai 2020</p> <p>Evidența contabilă / Contabil</p> <p>Certificat nr. 25/20 din 01 iulie 2020</p> <p>Eurostudii SRL</p> <p>Bulevardul Decebal 80, Chișinău 2038</p>
<p>Perioada</p> <p>Calificarea / diploma obținută</p> <p>Numărul, seria diplomei și anul eliberării</p> <p>Numele și tipul instituției de învățământ / furnizorului de formare</p>	<p>Martie 2008</p> <p>Cursuri de psihopedagogie</p> <p>Certificat nr. 0115 din 22 martie 2008</p> <p>Academia de Studii Economice din Moldova, MD-2005, mun. Chișinău,</p> <p>str. Mitropolitul G. Bănulescu-Bodoni nr.59</p>
<p>Perioada</p> <p>Competențe profesionale dobândite</p> <p>Numele și tipul instituției de învățământ / furnizorului de formare</p>	<p>2008 – 2012 Studii de doctorat: „Marketing; logistică”, Academia de Studii Economice din Moldova</p> <p>Aprobat noul conducător științific în decembrie 2021, cu prelungirea termenului de susținere a tezei de doctor până la 30 iunie 2024.</p> <p>Abilitați: de cercetare-documentare, sinteză, culegere și prelucrare de date folosite în cercetare, interpretare rezultate obținute în cercetare.</p> <p>Academia de Studii Economice din Moldova, MD-2005, mun. Chișinău,</p> <p>str. Mitropolitul G. Bănulescu-Bodoni nr.59</p> <p>Facultatea ”<u>Business si administrarea afacerilor</u>”</p> <p>Catedra „Marketing și logistică”</p>
<p>Perioada</p> <p>Calificarea / diploma obținută</p> <p>Numărul, seria diplomei și anul eliberării</p> <p>Competențe profesionale dobândite</p> <p>Numele și tipul instituției de învățământ / furnizorului de formare</p>	<p>2005 – 2006</p> <p>Masterat, Specialitatea “Administrare afacerilor”</p> <p>AM Nr. 008442, Eliberat la 12 septembrie 2006</p> <p>Studii postuniversitare, masterat</p> <p>Academia de Studii Economice din Moldova, MD-2005, mun. Chișinău,</p> <p>str. Mitropolitul G. Bănulescu-Bodoni nr.59</p>
<p>Perioada</p> <p>Calificarea / diploma obținută</p> <p>Numărul, seria diplomei și anul eliberării</p> <p>Competențe profesionale dobândite</p> <p>Numele și tipul instituției de învățământ / furnizorului de formare</p>	<p>2001 – 2005</p> <p>Învățământ superior universitar / Diplomă de Licență</p> <p>AL Nr. 0090922, Eliberată la 06 iunie 2005</p> <p>Facultatea “Marketing”,</p> <p>Specialitatea “Marketing”</p> <p>Academia de Studii Economice din Moldova, MD-2005, mun. Chișinău,</p> <p>str. Mitropolitul G. Bănulescu-Bodoni nr.59</p>
Aptitudini și competențe	

Limba(i) maternă(e)	Româna
Limba(i) străină(e) cunoscută(e)	Engleza (înțelegere, scriere, vorbire), rusa (fluent), spaniola (începător)
Competențe și abilități sociale	Spirit de echipă Abilități de comunicare Onestitate, confidențialitate, altruism Capacitate de adaptare rapidă la un mediu nou de lucru sau de viață
Competențe și aptitudini	Capacitate de analiză și sinteză Capacitate de abordare multi și interdisciplinare Capacitate de adaptare la domenii noi
Competențe și aptitudini de utilizare a calculatorului	Utilizator experimentat cu majoritatea programelor Microsoft Office
Permis(e) de conducere	Categoria A, B

Cursuri/traininguri de formare/dezvoltare profesională, dintre care cele mai reprezentative:

- 10 - 12 ianuarie 2023. Cursul de formare continuă: social media – instrument de comunicare în mediul universitar.
- 28 - 30 decembrie 2022. Cursul de formare continuă: APLICAȚII OFFICE (EXCEL, WORD, ONEDRIVE)
- 26 – 27 decembrie 2022. Curs de formare continuă: Platforme Educaționale.
- Ianuarie 2021-decembrie 2022: Modul psihopedagogic, 900 ore.
- 17-20 ianuarie 2022, programul de instruire: "Dezvoltarea competențelor TIC –utilizarea programei EXCEL".
- 21-23 decembrie 2020, programul de instruire: "*Inovații* pedagogice în studiile economice și adaptarea la noile condiții a învățământului online" (22 de ore academice). Chisinau, ASEM.
- 25-29 ianuarie 2021, program de instruire: "Tehnologii informaționale de comunicare pentru procesul de instruire" (40 ore), Chisinau, ASEM.
- 02.10.2020 – training de formare profesională: „Organizarea mediului educational al profesorului în G Suite”, Chisinau, Institutul de Formare Continuă.
- 11.09.2020 - training de formare profesională: „Cum incepem lucrul în G Suite pentru educatie”. Chisinau, Institutul de Formare Continuă.
- 25.09.2020 - training de formare profesională: „Secretele increderii în sine a cadrului didactic”. Chisinau, Institutul de Formare Continuă.

Stagii de perfecționare la întreprinderi:

1. Stagiul de perfecționare în cadrul **SRL "VAMMES TRADE"**, c/f: 1014600034500, în perioada 21 noiembrie 2022 - 17 decembrie 2022.
2. Stagiul de perfecționare în cadrul **SRL "BISCOPANE"**, c/f: 1013606003192, în perioada 08 noiembrie 2021- 22 noiembrie 2021.
3. Activitate în calitate de specialist marketing în cadrul **MEGAGOLD SRL**, în perioada februarie 2020– iulie 2020.

Participarea la conferințele interdepartamentale, seminarele metodice, mese rotunde ș.a. activități organizate la nivel instituțional:

- 11 noiembrie 2022. Seminarul tematic cu genericul „Rolul Învățării pe tot Parcursul Vieții: perspective de dezvoltare în ASEM”. In contextul finalizării proiectului ERASMUS+, Towards European University LLL Model in Moldova (COMPASS), Nr.597889-EPP-1-2018-1-MD-EPPKA2-CBHE-SP, implementat în Moldova, perioada 2018-2022, coordonat de ASEM și co-finanțat de UE.
- 10 noiembrie 2022. Simpozionul științifico - practic dedicat Zilei mondiale a calității - 2022 cu genericul „Conștiința calității: A face ceea ce trebuie”, ed. a 8-a, Chișinău, ASEM.
- 28 -29 octombrie.2022. Workshop-ului „Metodologia cercetării. Instrumente de cercetare folosite pentru a analiza diverse tematici legate de Uniunea Europeana”, "Research tools used to analyze various topics related to the European Union"
- 27-28 octombrie 2022. Conferința Științifică Națională „Știința Deschisă în Republica Moldova”, ed. a II, organizată în cadrul proiectului „Stimularea angajamentului Republicii Moldova în Știința Deschisă: suport metodologic și aplicativ”, Chișinău, USM..
- 26 octombrie 2022. Masa rotundă „Politici active pe piața muncii: Realități, provocări și perspective pentru Republica Moldova”, Chișinău, ASEM.
- 12 octombrie 2022. Conferința de finalizare a Proiectului COMPASS, organizată în cadrul proiectului ERASMUS+ „Towards European University Lifelong Learning Model In Moldova”, Chișinău, USM, Clasa Viitorului.
- 23 – 24 septembrie 2022. Conferința Științifică Internațională „Competitivitate și inovare în economia cunoașterii”, Chișinău, ASEM.
- 20 septembrie 2022. Seminarul practico-științific „Marketingul în era digitală: tendințe, probleme, oportunități” ediția a III-a, Chișinău, ASEM.
- 5 iulie 2022. Conferința internațională „Educație online fără hotare”.
- 13-16 iunie 2022. Școala de vară „ Uniunea Europeana: Migrație și Cetățenie,, Jean Monnet Chair in EU studies and Migration / EUMIGRA.
- 9-10 iunie 2022, Conferința internațională cu genericul: “Strategii și politici de management în economia contemporană” (ediția a VII-a) - ICSPM 2022.
- 10 mai 2022. Workshopul: Vectorul European al migrației din Republica Moldova: impactul socio – economic si demografic. Jean Monnet Chair in EU studies and Migration / EUMIGRA.
- 3-5, 2022 May, 3rd COMPASS Country Workshop, organized within the ERASMUS+ project, COMPASS, (hybrid).
- 31 Martie 2022, Jean Monnet Conference: “Protecția Proprietății Intelectuale în Era Digitală” Chișinău.
- 17 decembrie 2021, 11:00, Masa rotundă: „Rolul migrației transfrontaliere în reducerea disparităților socio-economice”.
- 17.12.21, Chisinau, Moldova.International Conference, "Economic Security in the context of sustainable development", organized by theDepartment "Theory and Economic Policy", ASEM.
- 26 noiembrie 2021, ora 11:00. Masa Rotundă „Conturarea businessului inovațional în condițiile provocărilor tehnologice și societale actuale”.
- 18 noiembrie 2021, 13:00. IPR Workshops for Business and Policy Makers: „Dezvoltarea afacerilor inovaționale și protecția proprietății intelectuale în era digitală”,
(https://us02web.zoom.us/meeting/register/tZEvfugqgTwsG9AJ3SgAarMTymXR6pU4_T5e).

- 11 noiembrie 2021. Simpozionul științifico–practic on-line dedicat Zilei mondiale a calității – 2021, cu genericul: „Sustenabilitatea: îmbunătățirea produselor destinate cumpărătorilor și planetei”, ed. a 7-a.
- 24-25 septembrie 2021, Conferința Științifică Internațională „30 de ani de reformă economică în Republica Moldova: prin inovare și competitivitate spre progres economic”. Eveniment dedicat aniversării de 30 de ani de la fondarea Academiei de Studii Economice a Moldovei, desfășurat în perioada.
- 18 februarie 2021, Seminar practico-științific interdepartamental «Experiențe de activitate în companii mixte și cu capital străin: studii de caz», Chișinău, ASEM, Republica Moldova.
- 25 martie 2021, Seminar practico-științific «Marketingul în era digitală: tendințe, probleme, oportunități», Chișinău, ASEM, Republica Moldova.
- 27 noiembrie 2020, Conferința Științifico-practică cu participare internațională: „Inovatii pedagogice in era digitala”, Chișinău, Republica Moldova, Chișinău, Institutul de Formare Continuă. (8 ore)
- 25 – 27 noiembrie 2020, The 8th MOLDOVA CYBER WEEK 2020, online Conference & Webinars: „Building a strong cybersecurity infrastructure in the new normal”,
- 18 decembrie 2020, Masa rotunda: „ Economia circulara ca model de perspectiva a economiei mondiale si oportunități pentru Republica Moldova”, Chișinău, ASEM, Republica Moldova.
- 23 aprilie 2021: Masa rotunda „ Digitalizarea procesului didactic: avantaje, provocări, perspective”. Chișinău, ASEM, Republica Moldova.
- 22 aprilie 2021: Webinar dedicat Zilei Mondiale a Proprietatii Intelectuale:” Fenomenul contrafacerii in Republica Moldova”, Chișinău, ASEM, Republica Moldova.
- 6 noiembrie 2021: Atelier:„ Rolul proprietatii intelectuale in dezvoltarea unei afaceri de succes”, Chișinău, ASEM, Republica Moldova.
- 15 Martie 2021 Mesa Rotunda Jean Monnet dedicată “Zilei Mondiale a Cumpărătorului:”Combaterea poluării cu plastic”, Proiectul EU4CONS. Chișinău, ASEM, Republica Moldova.

Publicații în diferite reviste științifice:

In reviste din Registrul Național al revistelor de profil, cu indicarea categoriei

1. **ROTARU, O.** *Conceptul contemporan al „marketingului pieței imobiliare”*. In: *Studia Universitatis Moldaviae (Seria Științe Exacte și Economice)*. Chisinau 2016, nr. 7(97), pp. 135-142. ISSN 1857-2073. ISSN online 2345-1033, Categoria B.
2. **ROTARU, O., CHIRIAC, L.** *Conținutul și importanța studierii micromediului de marketing al întreprinderii pe piața imobilului locativ*. În: *Studia Universitatis Moldaviae (Seria Științe Exacte și Economice)*, Chișinău, 2014, nr. 7(77), pp. 156-165, 0,9 c.a., ISSN 1857-2073, Categoria B.
3. **CHIRIAC, L., ROTARU, O.** *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"*, Chișinău, 2014, Ediția II, volumul 2, pp. 64-72, 0,7 c.a., ISSN 1857 – 4858, Categoria C.
4. **ROTARU, O.** *Comportamentul cumpărătorului și etapele procesului decizional de cumpărare pe piața imobilului cu destinație locativă*. În: *Analele Științifice. Universitatea de Studii Politice și Economice Europene” Constantin Stere”*, Chișinău, 2014, Ediția a II-a, volumul 2, pp. 89-96, 0,7 c.a., ISSN 1857 – 4858, Categoria C.

5. **ROTARU, O., CHIRIAC, L.** *Conținutul și importanța studierii macromediului de marketing al întreprinderii din sfera construcțiilor de imobil locativ.* În: *Studia Universitatis Moldaviae (Seria Științe Exacte și Economice)*, Chișinău, 2013, nr. 2(62), pp.152 -158, 0,7 c.a., ISSN 1857-2073, Categoria B.

6. **ROTARU, O., CAUN, V.** *Analiza pieței imobiliare din Republica Moldova și perspectivele de dezvoltare a acesteia.* În: *Analele Științifice. Universitatea de Studii Politice și Economice Europene "Constantin Stere"*, Chișinău, 2012, Ediția I, volumul 1, pp. 95-99, 0,4 c.a., ISSN 1857 – 4858, Categoria C.

7. **ROTARU, O.** *Aspecte teoretice privind piața imobiliară și importanța acesteia în structura economico - socială a țării.* În: *Studia Universitatis Moldaviae (Seria științe Exacte și Economice)*, Chișinău, 2011, nr. 2(42), pp. 210-214, 0,5 c.a., ISSN 1857-2073, Categoria B.

Articole în culegeri științifice: Culegeri de lucrări ale conferințelor internaționale:

8. **ROTARU, O.** *Oportunități și riscuri în procesul decizional de cumpărare în cadrul pieței imobiliare.* În: Conferința Științifică Internațională „30 de ani de reformă economică în Republica Moldova: prin inovare și competitivitate spre progres economic”. Eveniment dedicat aniversării de 30 de ani de la fondarea Academiei de Studii Economice a Moldovei, desfășurat în perioada 24-25 septembrie 2021, Ch.: ASEM 2021, volumul 1, pp. 262-270, 0,71 c.a., ISBN 978-9975-155-61-8 (PDF). DOI: <https://doi.org/10.53486/9789975155618.34>. CZU: [330.131.7:332.7]:366.1

9. **ROTARU, O.** *Calitatea imobilului – un element important în luarea deciziei de cumpărare.* În: Simpozionul științifico – practic on-line dedicat Zilei mondiale a calității – 2021, cu genericul: „Sustenabilitatea: îmbunătățirea produselor destinate cumpărătorilor și planetei”, ed. a 7-a, 11 noiembrie 2021, pp. 145-151, ISBN 978-9975-155-58-8. DOI 10.5281/zenodo.5808562.

10. **ROTARU, O.** *Metode și tehnici de convingere utilizate de companiile constructoare de imobil locativ în scopul stimulării spre acțiune a potențialilor cumpărători //* Conferința Științifică Internațională "Competitivitate și Inovare în Economia Cunoașterii", Ediția a 22-a, 25-26 septembrie 2020: Culegere de articole științifice. Chișinău : ASEM, 2020. – 804 p. pp.182-189, 0,5 c.a. ISBN 978-9975-75-985-4.

11. **ROTARU, O.** *Piața imobiliară - fundament pentru implementarea deciziilor de marketing.* În: *25 de ani de reformă economică în Republica Moldova: prin inovare și competitivitate spre progres economic:* conf. șt. intern. consacrată celei de-a XXV-a aniversări a ASEM, 23-24 sept. 2016. Chișinău: ASEM, 2016, vol. 2, pp. 252-258 ISBN 978-9975-75-835-2.

12. **ROTARU, O.** *Procesul decizional de cumpărare prin prisma creditării ipotecare a bunurilor imobiliare.* În: „Marketing, Comerț, Merceologie: Evoluții și tendințe în condițiile globalizării economice”. Culegere de lucrări a Conferinței naționale cu participare internațională. Ediția I, 27-28 noiembrie 2014. Chișinău: ASEM, 2015, pp. 161-176. ISBN 978-9975-75-737-9.

13. **ROTARU, O.** *Conceptul și necesitatea planificării activității de marketing în cadrul companiei constructoare de imobil locativ.* În: *Competitivitatea și inovarea în economia cunoașterii:* Conferința Științifică Internațională, din 25 – 26 septembrie 2015, Chișinău, ASEM, 2015, Vol. 1, pp. 123-129, 0,5 c.a. ISBN 978-9975-75-771-3.

14. CAUN, V., **ROTARU, O.** *Perspectivele dezvoltării pieței construcțiilor de imobil locativ în condițiile actuale ale Republicii Moldova.* În: *Competitivitatea și inovarea în economia cunoașterii:* conferința științifică internațională, 26-27 septembrie 2014, Ch.: ASEM, volumul 1,

pp. 119-124, 0,6 c.a., ISBN 978-9975-75-715-7.

15. **ROTARU, O., CHIRIAC, L.** *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, Ch.: ASEM, 2013, volumul 1, pp. 144-146, 0,3 c.a., ISBN 978-9975-75-668-6.

16. **CAUN, V., ROTARU, O.** *Segmentarea pieței imobilului cu destinație locativă și principiile de evaluare a acestuia.* În: Republica Moldova: 20 de ani de reforme economice: conferința științifică internațională, 23-24 septembrie 2011, Ch.: ASEM, volumul 1, pp. 61-64, 0,4 a., ISBN 978-9975-75-587-0.

17. **ROTARU, O.** *Caracteristicile și particularitățile imobilului ca produs.* În: Simpozionul Internațional al Tinerilor Cercetători, 28-29 aprilie 2010, Ch. : ASEM, ediția a VIII-a, pp. 97-99, 0,25 c.a., ISBN 978-9975-75-543-6.

18. **ROTARU, O.** *Produsele pieței imobiliare. Esența și tipurile imobilului ca produs.* În: Dezvoltarea economiei bazată pe cunoaștere: conferința științifico - practică internațională a tinerilor cercetători, 12 iunie 2010, Ch.: Institutul Internațional de Management „IMI-NOVA” , pp. 110-113, 0,2 c.a., ISBN 978-9975-9987-9-6.

19. **ROTARU, O.** *Studiul cererii efective și potențiale în cadrul pieței imobiliare.* În: Competitivitatea și inovarea în economia cunoașterii: conferința științifică internațională, 24-25 sept. 2010, Ch.: ASEM, volumul 1, pp. 50-53, 0,4 c.a., ISBN 978-9975-75-549-8.

20. **ROTARU, O.** *Criza pe piața imobiliară din Republica Moldova.* Simpozionul Internațional al Tinerilor Cercetători, 10-11 aprilie 2009, Ch. : ASEM, volumul 1, ediția a VII-a, pp. 82-84, 0,2 c.a., ISBN 978-9975-75-472-9.

21. **CAUN, V., ROTARU, O.** *Concurența pe piața imobiliară din Republica Moldova.* În: Competitivitatea și inovarea în economia cunoașterii: conferința științifică internațională, 25-26 sept. 2009, Ch.: ASEM, volumul 1, pp. 220-224, 0,4 c.a., ISBN 978-9975-75-490-3.

22. **ROTARU, O.** *Caracteristica procesului auditului de marketing în cadrul întreprinderii.* În: Creșterea competitivității și dezvoltării economiei bazate pe cunoaștere: conferința științifică internațională, 28-29 septembrie 2007, Ch.: ASEM, 2008, volumul 1, pp. 251-254, 0,4 c.a., ISBN 978-9975-75-400-2.

23. **ROTARU, O.** *Procesul de segmentare al pieței. Algoritm, criterii și modele de segmentare.* În: Analele ATIC, 2007-2008, Ch.: ATIC, 2009, vol. II (XIII), pp. 112-117, 0,3 c.a., ISBN 978-9975-941-40-2.

24. **ROTARU, O.** *Practici internaționale în domeniul pieței imobilului cu destinație locativă.* În: Simpozionul Științific al Tinerilor Cercetători, 28-29 aprilie 2012, Ch.: ASEM, ediția a X-a, pp. 208-210, 0,3 c.a., ISBN 978-9975-75-618-1.

25. **ROTARU, O.** *Măsuri de atenuare a efectelor crizei financiare asupra pieței imobilului cu destinație locativă.* În: Simpozionul Științific al Tinerilor Cercetători, 14-15 aprilie 2011, Ch.: ASEM, ediția IX-a, pp. 24-26, 0,3 c.a., ISBN 978-9975-75-577-1.

26. **COTELEA, E., ROTARU, O.** *Celebritățile și influencerii: instrument important în creșterea notorietății și vânzărilor companiei.* În: Lucrări științifice ale Simpozionului Științific Internațional al Tinerilor Cercetători, 16-17 aprilie 2021, ediția a XIX-a, pp. 111-113, 0,3 c.a., e-ISBN 978-9975-155-43-4. DOI 10.5281/zenodo.5669933.

LUCRĂRI METODICO-DIDACTICE

Îndrumar metodic (aprobat la consiliul metodic, consiliul facultății)

27. CRISTAFOVICI, P., MITNIȚCAIA, L., CHIRIAC, L., **ROTARU, O.**,
RAILEAN, E. *Comportamentul cumpărătorului*. Îndrumar metodic. Ch., Editura ASEM, 2012,
pp. 44, 1,9 c.a., ISBN 978-9975-75-595-5.