

CZU: 332.6:658.8

CONCEPTUL CONTEMPORAN DE MARKETING AL PIEȚEI IMOBILIARE*Olesea ROTARU**Academia de Studii Economice a Moldovei*

În acest articol autorul își propune să definească aspectele teoretice ale conceptului contemporan de marketing al pieței imobiliare, fiind prezentate și etapele evoluției acestui concept. Piața locuințelor se referă la oferta și cererea de case, de obicei, într-o anumită țară sau regiune. Piața de locuințe include construcția, vânzarea și revânzarea tuturor proprietăților rezidențiale din întreaga țară. Imobilul este un termen care se referă în general la pământ, inclusiv la toate atributele naturale aferente, precum și la alte îmbunătățiri făcute de om referitor la pământ. Conceptul modern de piață imobiliară se referă, de asemenea, la aspectul pieței imobiliare ce vizează implicarea mai multor agenții imobiliare, care au transformat această piață în una cu concepte moderne, foarte atractivă pentru punerea în aplicare a diferitelor activități specifice de marketing.

Cuvinte-cheie: *concept modern de piață imobiliară, cerere de imobile, ofertă de imobile, particularitățile pieței imobiliare, funcțiile pieței imobiliare.*

CONTEMPORARY CONCEPT OF REAL ESTATE MARKETING

The article aims to define the theoretical aspects of the contemporary concept of housing market, also we want to give definitions and evolution of the concept. Housing Market refers to the supply and demand for houses, usually in a particular country or region. Housing market includes the construction, sale, and resale, of all residential properties across the country. Real estate is term that generally refers to the land, including all inherent natural attributes and other man-made improvements permanently attached to the land. Modern concept of housing market, also refers to real estate issues, namely the involvement of more and more real estate agencies which have turned the market into a very attractive modern concepts for implementation of various marketing activities.

Keywords: *contemporary concept of housing market, real estate, housing demand, housing supply, housing market particularities, housing market functions.*

Introducere

Imobilul ca produs sau marfă reprezintă obiectul tranzacțiilor, care satisface diverse nevoi reale sau potențiale și dispune de anumite caracteristici calitative și cantitative. Produsul imobiliar diferă substanțial de produsele standard, deoarece produsul imobiliar include în sine utilizări foarte diferite. Punctul de plecare poate fi considerat permisiunea de a privatiza apartamentele și ulterior apariția posibilității de a vinde și a cumpăra bunuri imobiliare. Anume atunci a apărut un număr mare de oameni de afaceri și oameni înstăriți, care au dorit să-și îmbunătățească condițiile de trai pe o nouă cale, adică nu așteptând un spațiu locativ gratuit de la autoritățile publice, ci pur și simplu cumpărând un apartament. Privatizarea apartamentelor în acea perioadă nu era des practică, apartamente puse în vânzare erau puține, însă cumpărători erau deja foarte mulți.

Reieșind din cele relatate, piața imobiliară poate fi definită ca „un complex de mecanisme și relații prin intermediul cărora sunt transmise drepturile asupra unei proprietăți și interesele legate de ea, sunt stabilite prețurile și este delimitat spațiul pentru diferite variante de utilizare a acestor terenuri”.

Scopul. Studiarea teoriei și practicii în domeniul pieței imobiliare. Piața imobiliară, atât cea primară, cât și cea secundară, este acel domeniu care furnizează informații cu privire la loturile de pământ și toate elementele aferente acestora, poziționându-le drept elemente definitorii ale unuia dintre cele mai mari domenii de implementare a teoriei și practicii de marketing.

Obiectul de studiu. Piața imobiliară, tipologia pieței imobiliare, funcțiile ei, etapele de dezvoltare, precum și caracteristicile acesteia.

Piața imobiliară și nivelul ei de dezvoltare caracterizează în mare măsură nivelul de dezvoltare a economiei naționale. În dezvoltarea pieței imobiliare ca domeniu cunoaștem mai multe etape. Deci, prima perioadă, una turbulentă în dezvoltarea pieței imobiliare, s-a conturat la începutul anilor 90. Descoperirea și dezvoltarea unor întreprinderi a avut loc aproape într-un vid juridic, cererea depășea cu mult oferta și nemijlocit veniturile rezultate erau simțitoare.

La etapa a doua apar primele acte normative care reglementează activitatea cu privire la comercializarea de bunuri imobiliare. Încep să crească prețurile la locuințe, apartamentele au început să se vândă mai greu, iar cumpărătorul a devenit mai pretențios, mai greu de mulțumit. A apărut și s-a răspândit pe larg vânzarea apartamentelor cu achitarea în rate, acordarea creditelor lăsând drept gaj imobilul respectiv. Unele firme au început să lucreze în bază de contracte exclusive, asumându-și obligațiunea de a da în exploatare imobilul într-un termen stabilit sau într-o anumită perioadă de timp.

A treia etapă se caracterizează prin dominarea cererii, adică depășirea cu mult a ofertei, o bază legislativă mai strictă, concurență acerbă în cadrul pieței, ceea ce a dus nemijlocit la micșorarea veniturilor. Întreprinderile mici dau faliment, cele mijlocii și chiar cele mari luptă pentru supraviețuire. Această situație se menține până în anul 1996, după care se observă o cădere lentă a prețurilor, în medie cu 2-3% lunar. Numărul apartamentelor puse în vânzare continuă să crească, însă numărul cumpărătorilor potențiali este în continuă scădere.

Începând cu a doua jumătate a anului 1999, piața imobiliară a intrat într-o nouă etapă de dezvoltare – etapa încetării scăderilor încontinuu a prețurilor, începutul stabilității pe piața imobiliară și începutul unei perioade de recesiune sau chiar creștere.

Prin urmare, piața imobiliară, așa cum rezultă din teoria economiei de piață, a trecut de etapa declinului, de cea de stabilizare, și ar trebui să urmeze (nu obligatoriu imediat) o nouă creștere, inclusiv creșterea ușoară a prețurilor. Însă, ceea ce observăm la moment este o nouă perioadă de stagnare pe piața imobiliară și, respectiv, o scădere chiar, deși ușoară, a prețurilor la imobile.

Piața imobiliară ca concept a fost definită de mai mulți autori. O definiție a pieței imobiliare este dată de A.V. Tatarova în lucrarea sa „Оценка недвижимости и управление собственностью”: „Piața imobiliară reprezintă un set de relații în jurul operațiunilor cu bunuri imobiliare: vânzarea de bunuri imobiliare, ipotecare, contractele de leasing privind bunurile imobiliare etc.” [1].

Alte două definiții sunt propuse de S.V. Grinenko în lucrarea „Экономика недвижимости”: *„piața imobiliară este un mecanism ce combină interesele, drepturile aferente imobilului și se stabilesc prețurile la bunurile imobiliare; piața imobiliară este un grup de persoane și firme (cumpărători, chiriași, proprietari, creditori, antreprenori, constructori, administratori, investitori și intermediari) aflate în permanentă interacțiune, cu scopul efectuării de tranzacții imobiliare”* [2].

Același autor propune și următoarea definiție a pieței imobiliare: „piața imobiliară reprezintă orice proprietate, care constă din pământ, clădiri și orice structură aferentă acesteia” [2].

Piața imobiliară definește totalitatea bunurilor imobile și a drepturilor asupra acestora, care fac obiectul actului de vânzare-cumpărare. Noțiunea de piață imobiliară înglobează și un ansamblu de instituții și proceduri care au drept scop să-i adune la un loc pe cumpărătorii și vânzătorii unei mărfi speciale – diferite drepturi asupra bunurilor imobiliare. Pe piața imobiliară se realizează interrelația dintre cererea și oferta tuturor cumpărătorilor și vânzătorilor, prezenți momentan în același spațiu, și pe ea se derulează tranzacții cu bunuri imobiliare.

Tipologia pieței imobiliare. Piața imobiliară poate fi clasificată în funcție de mai multe criterii. Una dintre aceste clasificări este realizată de S.V. Grinenko, fiind prezentată în Tabelul 1.

Tabelul 1

Tipologia pieței imobiliare

Criteriu de clasificare	Tipuri de piețe imobiliare
Tipul obiectului	Terenuri, clădiri, structuri, întreprinderi, încăperi, plantații perene (multianuale), drepturile de proprietate, alte facilități
Criteriul geografic (teritorial)	Local, municipal, regional, național, mondial
Destinația	Încăperi industriale, rezidențiale, clădiri și încăperi din sfera neproductivă
Gradul de finisare și pregătire pentru exploatare	Clădiri existente, în construcție, clădiri noi
Tipul participanților	Vânzători și cumpărători individuali, vânzători intermediari, municipalități și organizații comerciale
Tipul tranzacțiilor	Vânzare – cumpărare, leasing, ipotecă
Ramura la care aparține (pentru care e destinată)	Instalații industriale, instalații agricole, clădiri publice etc.
Forma de proprietate	Obiecte de stat, municipale și private
Modalitatea de încheiere a tranzacțiilor	Primar și secundar, organizat și neorganizat, tradițional și computerizat etc.

Sursa: [2, p.12]

O altă clasificare divizează piața imobiliară în următoarele categorii:

- rezidențială (case, vile, blocuri de apartamente având destinația de locuință);
- comercială (centre comerciale, hoteluri / moteluri, magazine, clădiri administrative etc.);
- industrială (fabrici, depozite, clădiri – institute de cercetare);
- agricolă (pășuni, livezi, păduri, ferme etc.);
- specială (parcuri, clădiri publice, școli etc.).

Alte categorii de piețe imobiliare sunt prezentate în următoarea clasificare:

1) După destinație/ caracterul utilizării deosebite:

- imobile pentru locuit: case, apartamente, vile;
- imobil comercial: hotelurile, 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 etc.)

2) După scopul deținerii:

- pentru desfășurarea afacerilor;
- pentru trai;
- în calitate de investiții;
- în calitate de bunuri stocate;
- pentru deținere și dezvoltare;

3) După nivelul de specializare:

• specializate (datorită caracterului specializat foarte rar; mai corect, în general nu se dă în arendă persoanelor terțe și nici nu se comercializează în cadrul pieței pentru utilizarea ulterioară): uzine de prelucrare a petrolului și a produselor chimice, stații electrice, muzee, biblioteci și încăperi asemănătoare acestora, care aparțin sectorului public;

• nespecializate (toate celelalte imobile, pentru care există cerere pe piață pentru investiții și utilizare ulterioară);

4) După gradul de finisare și pregătire pentru exploatare:

- puse în circulație (în exploatare);
- care necesită reconstrucții sau reparații capitale;
- construcții nefinisate;

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

- nereproductibile (epuizabile, care nu revin la forma inițială): loturi de pământ, zăcăminte minerale;
- care pot să capete forma inițială: clădiri, construcții, plantații multianuale [2, p.7].

Pentru descrierea structurii pieței imobiliare pot fi utilizate trei abordări:

- 1) abordarea instituțională;
- 2) abordarea obiectivă;
- 3) abordarea reproductivă.

Abordarea instituțională presupune descrierea tipurilor de activități în cadrul pieței imobiliare din punctul de vedere al normelor de drept, în strictă conformitate cu regulile și standardele. Conform abordării instituționale, piața imobiliară constă din 4 componente de bază:

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

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

- vânzătorii sau arendatorii;
- cumpărătorii sau arendașii;
- profesioniștii.

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);

- agențiile independente de evaluare a imobilului;
- antreprenorii;

- băncile și alte instituții care utilizează în activitatea lor mecanisme de creditare;
- agențiile imobiliare;
- birourile notariale publice și private;
- firmele de construcții;
- vânzătorii de bunuri imobiliare;
- arendatorii (în mare parte sunt acei proprietari de imobile care dau bunurile în chirie);
- asociațiile socioprofesionale și de autoreglare ale participanților în cadrul pieței imobiliare.

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).

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

- Relații reale de dezvoltare a imobilului – un set de relații care apar în procesul de reconstrucție sau creare de proprietate, presupunând totodată toate activitățile cu privire la crearea și modificarea caracteristicilor fizice ale proprietății;

- Relațiile de consum – un set de relații care apar în timpul funcționării, întreținerii și gestionării imobilului. Anume aceste tipuri de relații și asigură o bună funcționare și un management eficient;

- Relațiile care apar în timpul tranzacțiilor cu imobile, trecerii dreptului de proprietate asupra obiectului, în timpul înregistrării acestora etc.

Bunul imobiliar locativ sau rezidențial include casele particulare, casele cu multe apartamente care sunt destinate pentru traiul permanent al familiilor sau al indivizilor aparte. Acest tip de imobil este legat cu arenda, construcția și exploatarea fondului locativ. Potrivit autorilor O.Buzu și A.Matcov, bunurile imobiliare nelocative se împart în:

- bunuri imobiliare comerciale,
- bunuri imobiliare industriale,
- bunuri imobiliare instituționale și
- bunuri imobiliare recreaționale [3, p.55-57].

Imobilul comercial include construcțiile destinate pentru comerț, oficiile pentru afaceri, parcurile pentru automobile, obiectele ramurilor de deservire destinate pentru obținerea veniturilor.

Imobilul industrial reprezintă construcțiile industriale și infrastructura, uzinele, spațiile destinate pentru impozitare, oficiile specializate ale personalului de conducere. Pentru acest tip de imobil este foarte importantă amplasarea lui, distanța până la arterele principale de transport.

Imobilul instituțional include clădirile organelor de conducere, clădirile destinate pentru învățământ, speciale, precum și alte imobile cu destinație specială.

Imobilul recreațional este destinat pentru odihnă, adică include complexe sportive și complexe destinate pentru distracție și agrement.

Piața imobiliară, fiind o structură complexă, poate fi segmentată în funcție de diverse criterii:

1. *În funcție de modul de realizare a 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. Luând în considerare că populația are nevoie de locuințe, iar antreprenorii – de imobil comercial, putem vorbi despre existența și dezvoltarea pieței imobiliare primare doar în cazul construcțiilor de imobil nou.

- *În cadrul pieței secundare*, ca marfă servește imobilul care a mai fost în folosință și care aparține unui anumit proprietar (persoană fizică sau juridică).

Atât piața imobiliară primară, cât și cea secundară sunt strâns legate între ele. În cazul în care, indiferent de motive (de exemplu, conflictul interetnic din regiune, insultele de mediu etc.), va crește oferta pentru bunurile imobiliare de pe piața secundară, aceasta va duce neapărat la deprecierea proprietăților 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 determina o creștere certă a prețului imobilului de pe piața secundară.

Piața formală (organizată) asigură claritatea juridică a tranzacțiilor și protecția drepturilor participanților, pe când în cadrul unei piețe neformale sau așa-numite „stradale” (mai puțin specifică tranzacțiilor cu bunuri imobiliare) nu se garantează întotdeauna fiabilitatea tranzacțiilor.

1. *În funcție de tipul produsului*, deosebim: piața funciară, piața clădirilor, piața încăperilor industriale, plantații multianuale, drepturi de proprietate etc.

2. În funcție de factorul geografic, fiecare regiune sau raion poate fi o piață separată; în diverse părți ale unui singur oraș pot exista condiții diferite.

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

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

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

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

7. 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.

Funcțiile pieței imobiliare. Piața imobiliară are o influență foarte mare asupra tuturor aspectelor vieții umane și a activității omului, îndeplinind un șir de funcții generale și specifice: de stabilire a prețului, de ajustare/direcționare, comerciale, de informare, de stimulare, investițională, sociale etc. [2, p.13].

Una dintre principalele funcții ale pieței imobiliare este de a *stabili prețurile de echilibru*, în condițiile în care cererea efectivă corespunde cu volumul ofertei. În cazul prețurilor mai mici decât prețurile de echilibru există un exces al cererii, iar în cazul prețurilor mai mari – supraofertă. Prețul oferă o cantitate mare de informații referitor la gradul de saturație a pieței cu bunuri imobiliare, preferințele clienților, cheltuielile pentru construcții, politica economică și socială din regiunea dată. Oscilațiile cererii și ale 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.

Factorii principali care influențează cererea și oferta de bunuri imobiliare:

- economici: nivelul veniturilor populației, accesibilitatea resurselor financiare, costul materiilor prime, costul lucrărilor de construcție-montaj, tarifele la serviciile comunale etc.;
- sociali: densitatea populației, nivel de educație, nivel de instruire, rolul și statutul social;
- administrativi: ratele impozitelor și restricțiile zonale;
- ecologici: predispunerea zonei unde e amplasat imobilul la secetă și inundații, deteriorare sau ameliorare a situației ecologice etc.

Funcția de *direcționare* constă în aceea că piața, funcționând autonom (definită de A.Smith „mână invizibilă”), redistribuie resursele pe sfere de activitate și direcționează participanții spre scopuri și obiective care nici pe departe nu au fost de ei stabilite – spre formarea de structuri economice eficiente și satisfacerea intereselor publice.

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

Funcția de *informare* – mod unic de colectare rapidă în cadrul pieței și de difuzare a unor informații generalizate și obiective, care permit vânzătorilor și cumpărătorilor de imobil să decidă, în mod liber, 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 de întâlnire 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 profesionali: agenți imobiliari, evaluatori, brokeri, asiguratori, creditorii 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* – piața imobiliară este un mod atractiv de păstrare și creștere a capitalului. Aceasta 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 însuși servește ca 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 lor.

Stările principale în care se poate afla piața imobiliară:

- *Piața activă* – piața caracterizată prin cerere în creștere, ofertă în descreștere și prețuri în creștere este numită și piața vânzătorului, deoarece acesta profită de cererea înaltă pentru a obține profituri mari de la comercializarea proprietăților disponibile;
- *Piața în cădere* – piața în care scăderea cererii este însoțită de o supraofertă relativă și o scădere a prețurilor mai poate fi numită piața cumpărătorului, deoarece acesta dispune de avantaje majore în cazul dat;
- *Piața de echilibru* – piața în care cererea este egală cu oferta, condiție ideală, însă mai puțin realizabilă pe piața imobiliară pentru o perioadă mai lungă de timp.

Deci, făcând o concluzie la cele expuse anterior și reieșind din specificul ei, **pieța imobiliară** poate fi definită ca „un complex de mecanisme și relații prin intermediul cărora sunt transmise drepturile asupra unei proprietăți și interesele legate de ea, sunt stabilite prețurile și este delimitat spațiul pentru diferite variante de utilizare a acestor terenuri”.

Activitatea pieței imobiliare este ciclică, fiind caracterizată prin perioade succesive de expansiune, apogeuri, restrângeri și epuizare.

Piața imobiliară, ca și cea financiară sau a activelor, se caracterizează prin repetarea permanentă în timp a unor anumite etape de dezvoltare. În ansamblu, acestea constituie cicluri vitale ale pieței. După cum am menționat la începutul acestui articol, piața imobiliară, ca oricare alt produs, poate să treacă prin diferite etape ale ciclului de viață. Deci, ne propunem în continuare caracterizarea succintă a fiecărei etape din ciclul de viață al pieței imobiliare.

Este vorba despre etapele decăderii, absorbției, construcțiilor noi și saturației, care permanent se repetă, caracterizându-se prin schimbarea raportului dintre cerere și ofertă, comportamentului cumpărătorului și vânzătorului, prețurilor și plăților de arendă a proprietăților imobiliare, nivelului de dezvoltare a complexului de construcție, cheltuielilor la materialele de construcție și a costului lucrărilor de construcție-montaj.

Etapa lansării se caracterizează prin predominarea ofertei asupra cererii. În această perioadă fiecărui potențial cumpărător îi revin câteva obiecte imobiliare scoase la vânzare, el având posibilitatea să aleagă, să găsească cele mai convenabile variante de finanțare, să obțină reducerea prețului. Crește perioada vânzării imobilelor și, corespunzător, cheltuielile de reclamă, precum și reducerile pentru cumpărător. Pe parcursul acestei etape nu este convenabil să construiești obiecte noi, deoarece investițiile făcute în construcție nu se vor recupera curând din contul veniturilor de la vânzarea lor. Firmele de construcție mici încep să falimenteze, iar mai apoi în ramură apare criza de supraproducție. În aceste condiții cad prețurile la imobile, crește numărul obiectelor scoase la vânzare, se reduc cotele plăților de arendă.

Etapa absorbției apare în perioada când timp îndelungat nu s-au construit obiecte noi, iar cererea permanentă (fie și neînsemnată) duce la micșorarea numărului de obiecte scoase la vânzare. Oferta se micșorează, se egalează cu cererea, iar mai apoi chiar devine mai mică. La această etapă prețurile rămân stabile la un nivel jos, iar la finele ei acestea încep să crească nesemnificativ. De asemenea, se observă o mică înviorare a activității investiționale, constructorii încep să selecteze terenuri pentru viitoarele lucrări.

Etapa construcțiilor noi începe atunci când cererea depășește oferta. În această perioadă se observă un deficit de imobile, deoarece pe parcursul etapei precedente aproape că nu s-a construit nimic, iar din cauza timpului îndelungat necesar pentru construcția obiectelor la moment nu pot fi scoase de vânzare proprietăți imobiliare. Totodată, prețurile de vânzare și de arendă a lor cresc în ritmuri accelerate. Construcțiile iau amploare, pe motivul că profiturile mari atrag în ramură noi și noi companii, investitori străini. Apare un deficit al sectoarelor de teren, iar prețurile la ele ating apogeul. Toate acestea duc la creșterea prețurilor la construcții, precum și la proprietățile imobiliare de pe piața secundară.

Etapa saturației vine odată cu stabilizarea prețurilor. Din cauza nivelului înalt al prețurilor numărul doritorilor de a procura imobile scade. Firmele de profil, din inerție, iar cele care cunosc mai bine tainele economiei de piață – în speranța unor vremuri mai bune, continuă să construiască și să majoreze numărul obiectelor și așa foarte mare. La această etapă oferta este maximală, iar cererea începe să scadă. Prețurile se stabilizează la nivelul lor maximal. De obicei, urmează etapa decăderii și ... totul se repetă, iar și iar, atâta timp cât va exista economia de piață și proprietățile imobiliare vor rămâne marfă.

În concluzie, putem menționa patru etape care ne vorbesc despre *ciclicitatea pieței imobiliare*:

1. *Expansiunea*, care se caracterizează prin:
 - creșterea gradului de ocupare și a ratei de absorbție,
 - creșterea prețurilor,
 - intensificarea activității de construcții și a dezvoltării;

2. *Încetinirea creșterii:*

- rata de absorbție pozitivă, dar în declin,
- stabilizarea ratei de ocupare la un nivel ridicat,
- stoparea activității de construcții,
- creșterea în continuare a prețurilor;

3. *Contractia pieței:*

- declinul ratei de ocupare și absorbție,
- un nivel redus al activității din construcții;

4. *Relaxarea contractiei, reechilibrarea:*

- atingerea minimumului în construcții;
- stabilizarea ratei de absorbție și ocupare la nivelul minim și începerea creșterii.

Caracteristica pieței imobiliare. Piața imobiliară are unele particularități specifice în comparație cu alte categorii de piețe. Particularitățile pieței imobiliare în funcție de anumite criterii sunt prezentate în Tabelul 2.

Tabelul 2

Particularitățile pieței imobiliare

Criteriu	Caracteristica
Localizarea	- imobilitate absolută - dependență mare între preț și locul amplasării/localizare
Tipul concurenței	- imperfectă, oligopol - număr mic de vânzători și cumpărători - unicitatea fiecărui obiect - controlul prețurilor limitat - intrarea pe piață necesită capital substanțial/ semnificativ
Elasticitatea ofertei	- joasă, în cazul creșterii cererii și a prețurilor, oferta crește nesemnificativ - cererea poate fi foarte volatilă/schimbătoare
Gradul de transparență	- tranzacțiile poartă un caracter privat - informația publicată este deseori incompletă și inexactă
Competitivitatea produselor	- în mare măsură este determinată de influența factorilor de mediu extern, influența vecinilor - specificitatea preferințelor individuale ale clienților
Condițiile teritoriale	- reglementată de legislația în domeniul dreptului civil și de cea în domeniul imobilității și cadastru, avându-se în vedere apă, păduri, mediu și alte drepturi speciale - interdependența mare dintre forma privată și alte forme de proprietate
Încheierea tranzacțiilor	- dificultăți de ordin juridic, condiții și restricții
Valoarea/ costul	- include valoarea sau costul obiectului și a drepturilor conexe

Sursa: [2, p.11]

După cum susțin mulți specialiști contemporani, marketingul are ca principală misiune armonizarea intereselor consumatorilor de produse cu obiectivele de piață ale întreprinderilor creatoare de produse respective și cu interesele societății în ansamblul său. Astfel, demersurile de marketing ale organizațiilor economice au drept scop satisfacerea simultană a cerințelor, preferințelor și așteptărilor consumatorilor, a necesităților de dezvoltare pe termen scurt, mediu și lung ale întreprinderilor în cauză, precum și a cerințelor și așteptărilor întregii societăți.

Concluzii

Activitatea în construcții se caracterizează în primul rând prin modul de realizare, natura și specificul produselor, prin sistemul contractual ce stă la baza încheierii tranzacțiilor în domeniu, prin modul aparte de distribuire a produselor către consumatorii finali sau intermediari, prin importanța rolului pe care personalul propriu al întreprinderilor îl joacă în cadrul activității de piață a acestora, precum și prin puternica dependență de politicile economice, sociale, de mediu etc. ale autorităților publice. O asemenea particularizare a determinat apariția, în cadrul conceptelor și practicilor de marketing, a unui domeniu distinct de activitate – marketingul

construcțiilor – ce se referă la cercetările, instrumentarul, sistemul de organizare etc., specifice marketingului, promovate de întreprinderile realizatoare de bunuri și servicii de construcții, destinate atât întreprinzătorilor organizaționali, cât și utilizatorilor individuali.

Referitor la aspectele specifice ale implementării activităților de marketing în cadrul pieței imobiliare, ne permitem abordarea conceptului de marketing al pieței imobiliare nu ca pe un domeniu bine determinat al științei, ci ca pe un mod de gândire și acțiune distinct ce trebuie aplicat de către întreprinderi în activitatea lor pe piață.

Referințe:

1. ГРИНЕНКО, С.В. *Экономика недвижимости. Конспект лекций*. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2004.
2. ТАТАРОВА, А.В. *Оценка недвижимости и управление собственностью. Учебное пособие*. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2003.
3. BUZU, O., MATCOV, A. *Evaluarea bunurilor imobiliare*. Chișinău, 2003.

Prezentat la 02.09.2016