

ASPECTE TEORETICE PRIVIND PIAȚA IMOBILIARĂ ȘI IMPORTANȚA ACESTEIA ÎN STRUCTURA ECONOMICO-SOCIALĂ A ȚĂRII

Olesea ROTARU

Academia de Studii Economice a Moldovei

This article aims to define the theoretical aspects of the housing market, including definitions and evolution of the housing market, also the types of the property and highlight the main categories of real estate. 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 a term that generally refers to the land, including all inherent natural attributes and other man-made improvements permanently attached to the land.

În perioada contemporană, domeniul construcțiilor a devenit unul dintre cele mai complexe sectoare de activitate ale economiei. Dezvoltarea, atât la nivel macro, cât și la nivel microeconomic, este de neconceput fără programe de investiții bine fundamentate și puse în practică în mod corespunzător și, în acest sens – în vederea obținerii unei eficiențe economice înalte – investițiile în construcții trebuie să dețină o pondere însemnată în cadrul programelor investiționale. Rezolvarea problemelor privind dezvoltarea durabilă, punerea la dispoziția economiei a infrastructurii necesare, asigurarea populației cu locuințe, protejarea și conservarea mediului natural, realizarea echilibrului dintre funcționalismul rațional și individualism preocupă permanent atât specialiștii din domeniu, cât și oamenii politici și reprezentanții societății civile. Omul modern a încercat și încearcă permanent rezolvarea acestor priorități ale momentului, printr-o dezvoltare rațională și eficiență a activității în domeniul construcțiilor.

Trecerea treptată de la societatea industrială la cea informațională – de la preponderența activităților industriale la cea a activităților din sectorul serviciilor și apoi la cel al informaticii – impune transformări majore în toate domeniile, inclusiv în cel al construcțiilor, chemat să se adapteze schimbărilor cerute de noul tip de activități. Progresul societății a determinat apariția altor necesități legate de creșterea nevoilor de trai, care se referă la creșterea cerințelor de confort (spații, dimensiuni, dotare, echipare, posibilități de reparare etc.), la creșterea cerințelor pentru noi tipuri de dotări sociale, educaționale, culturale, comerciale, de sănătate, de agrement etc. Și în Republica Moldova domeniul construcțiilor cunoaște la acest început de mileniu o nouă orientare – către materializarea activităților specifice în produse capabile să răspundă exigențelor societății contemporane, indiferent că se referă la cerințe de natură economică, socială ori de protecție sau conservare a mediului natural. Atât aplicarea reformelor macroeconomice, care a avut drept scop asigurarea unui cadru de afaceri cât mai apropiat de cerințele economiei de piață, cât și eforturile conceptuale ale specialiștilor, care au încercat să pună la dispoziția întreprinzătorilor autohtoni metode și tehnici moderne ale științei manageriale și de marketing, au creat premisa apariției și dezvoltării unor unități economice moderne și profitabile, orientate spre producerea de bunuri sau servicii cerute și căutate pe piață. Și organizațiile din domeniul construcțiilor, pentru a se menține și a se dezvolta în cadrul pieței actuale, caracterizată de o concurență acerbă, trebuie să fie deosebit de performante, din toate punctele de vedere. În construcții, nivelul de competitivitate este sinonim cu dezvoltarea progresivă și rentabilitatea, care sunt benefice atât pentru întreprinzător, cât și pentru potențialii clienți ai acestuia, având în vedere calitatea și continuitatea asigurate pentru produsele oferite. Asemenea obiective pot fi atinse numai prin asigurarea unei flexibilități adecvate pentru structura organizatorică a întreprinderii de construcții, precum și printr-o politică managerială adecvată, fundamentată pe metode și tehnici de marketing specifice zonelor de piață și diferitelor segmente de beneficiari.

Sectorul construcțiilor este puternic influențat, posibil mai mult decât majoritatea domeniilor economice, de către politicile administrației publice ce vizează obiective de dezvoltare economică sau în plan social, cultural, regional, de formare, de cercetare, de protecție și conservare a mediului natural, de protecție a consumatorilor, precum și alte obiective tangente. Aceste politici pot afecta mai mult sau mai puțin activitatea în construcții, chiar și în mod involuntar. De aceea, se impune ca unitățile economice de profil să urmărească în permanență conjunctura cadrului legislativ și normativ care reglementează sau poate influența activitatea din domeniul construcțiilor și, totodată, prin reprezentanții lor – fie ai patronatelor, fie cei ai sindicatelor – să dialogheze în mod continuu cu reprezentanții autorităților publice centrale sau locale, în vederea susținerii punctelor de vedere proprii, pentru dezvoltarea armonioasă și stabilă a sectorului construcțiilor în Moldova.

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 demersului de marketing în domeniul construcțiilor, ne permitem abordarea conceptului de marketing al construcțiilor 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 de piață.

Scopul. Studiarea teoriei și practicii funcționării pieței imobiliare, ca activitate de mare importanță în domeniul afacerilor. Anume piața imobiliară furnizează, în cele din urmă, informații cu privire la loturile de pământ și la toate elementele aferente acestora (și tot ceea ce are legătură directă cu ele), trecându-le în mâinile unor proprietari eficienți, astfel jucând un rol decisiv în formarea și consolidarea clasei sociale mijlocii și superioare a societății moldovenești.

Obiectul de studiu. Piața imobiliară, tipurile ei, particularitățile acesteia comparativ cu alte piețe, evoluția pieței imobiliare și tendințele de dezvoltare în condițiile Republicii Moldova.

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”.

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, unde se derulează tranzacții cu bunuri imobiliare.

Tipologia pieței imobiliare. Piața imobiliară poate fi clasificată în funcție de mai multe criterii. Una dintre clasificări este dată de autorul S.V. Grinenko în lucrarea „*Экономика недвижимости*”, și este 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: Adaptată de autor conform sursei: С.В. Гриненко. *Экономика недвижимости*. – Таганрог: изд-во ТРТУ, 2004.

O altă clasificare divizează piața în următoarele categorii:

- rezidențiale (case, vile, blocuri de apartamente având destinația de locuință);
- comerciale (centre comerciale, hoteluri / moteluri, magazine, clădiri administrative etc.);
- industriale (fabrici, depozite, clădiri – institute de cercetare);
- agricole (pășuni, livezi, păduri, ferme etc.);
- speciale (parcuri, clădiri publice, școli etc.).

Alte categorii de piețe imobiliare se obțin în baza următoarei clasificări [6]:

1) După destinație / caracterul utilizării, deosebim:

- imobile pentru locuit: case, apartamente, vile;

- imobilul comercial: hotelurile, încăperi pentru birouri, magazine, restaurante, puncte de deservire;
- imobilul industrial: fabrici, uzine, depozite;
- agricole: pășuni, livezi, păduri, ferme;
- speciale: 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 dau 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 finalizare 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.

Funcțiile și particularitățile pieței imobiliare. Piața imobiliară exercită 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.

Una dintre principalele funcții ale pieței imobiliare este cea de **stabilire a prețurilor 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, nivelul de educație, nivelul 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, definită de A.Smith „mână invizibilă”, funcționând autonom, 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, asiguratorii, creditorii ipotecari și alte persoane care prestează servicii părților participante.

Funcția de **stimulare** se prezintă sub formă de încurajări de natură economică, de utilizare 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 eficientă 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, prin creșterea intensității muncii cetățenilor care doresc să devină proprietari de apartamente, terenuri, capital și de 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 trec, în cele din urmă, în posesia investitorilor strategici efectivi, care oferă productivitate înaltă și eficiență în utilizarea lor.

Piața imobiliară poate să se afle în mai multe ipostaze. Stările principale ale pieței imobiliare sunt:

- Piața activă – piața caracterizată prin cerere în creștere, ofertă în descreștere și prețuri în creștere, este numită și *pieța vânzătorului*, deoarece aceștia 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 *pieța cumpărătorului*, deoarece în cazul dat ei dispun de avantaje majore;
- 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.

Particularitățile 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

Criteriul	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 semnificativ
Elasticitatea ofertei	- joasă, în cazul creșterii cererii și a prețurilor, oferta crește ne semnificativ - cererea poate să fie foarte volatilă
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, privind imobilul și cadastrul, având în vedere apa, pădurile, mediul și alte drepturi speciale - interdependență mare între 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: С.В. Гриненко. Экономика недвижимости. - Таганрог: изд-во ТРТУ, 2004, p.11.

Piața imobiliară nu este o componentă aparte, ci reprezintă un mecanism complex la care participă mai multe părți. În cadrul pieței imobiliare își desfășoară activitatea mai mulți actori (participanți).

Principalii participanți care asigură o activitate viabilă și continuă a pieței imobiliare sunt:

- **Proprietarul/Utilizatorul.** Aceste persoane sunt proprietari și chiriași. Ei achiziționează case sau proprietăți comerciale ca făcând niște investiții și, de asemenea, pentru a trăi în ele sau pentru a le utiliza în scop de afaceri;

- *Proprietarii*. Aceștia sunt pur investitori. Ei nu beneficiază de imobilul pe care îl cumpără. De obicei, ei îl dau în chirie sau în arendă;
- *Moșierii*. Aceștia sunt pur utilizatori;
- *Dezvoltatorii*. Aceștia pregătesc terenul brut pentru construcție. Ca rezultat final pe piață apar noi produse;
- *Renovatorii*. Aceștia aprovizionează clădirile renovate pe piață;
- *Facilitatorii*. Aceștia includ bănci, brokeri imobiliari, avocați și alții care ar facilita cumpărarea și vânzarea de bunuri imobiliare.

Proprietarul/utilizatorul, proprietarul și chiriașul reprezintă latura cererii de pe piață, în timp ce dezvoltatorii și renovatorii se referă la ofertă.

Deci, analizând cele relatate anterior, putem lesne concluziona că piața imobiliară reprezintă un mecanism complex, în cadrul căruia activează mai mulți participanți. Ea este unul dintre cele mai atractive domenii de investiții și, nu în ultimul rând, o componentă de o importanță deosebită pentru economia națională și pentru marea majoritate a consumatorilor. Importanța deosebită a pieței imobiliare mai este demonstrată și prin faptul că anume bunurile imobiliare reprezintă între jumătate și două treimi din averea totală a majorității economiilor europene, ceea ce clasează întreaga activitate în cadrul pieței imobiliare în topul tuturor tranzacțiilor realizate la nivel mondial. În plus, potrivit Consiliului Concurenței din România, cea mai importantă tranzacție financiară pe care un consumator obișnuit o va efectua în decursul vieții sale o reprezintă vânzarea sau cumpărarea unui imobil.

Paul Pryor, profesionist cu experiență în industria construcțiilor capitale, spunea că „*lumea ar trebui să perceapă două mesaje: primul constă în a înțelege că industria construcțiilor se schimbă foarte repede, iar cel de-al doilea – că trebuie să recunoaștem ceea ce nu știm*”. În cadrul pieței de astăzi, în care modul de a face afaceri se schimbă încontinuu, cheia succesului constă în a îmbina competența de strictă specialitate tehnică cu un bagaj solid de competențe și abilități în domeniul managementului și marketingului. Dezvoltatorii având cunoștințe în domeniul marketingului vor putea lesne transforma „*imobilul*” din *produs* în *marfă*, făcându-l să se bucure de o cerere înaltă în cadrul pieței, vor cunoaște cele mai eficiente căi de promovare a acestor categorii de bunuri și tehnicile promoționale cele mai eficiente. Deci, simpla prezență a bunurilor imobiliare nu vorbește încă despre certitudinea existenței pieței imobiliare dacă aceasta există separat de alte domenii. Numai îmbinarea cunoștințelor cu cele din domeniile amintite anterior va contibui la evoluția continuă a pieței imobiliare, ajungându-se la rezultatele scontate. Doar conștientizând ce anume le lipsește și ce nu știu încă, firmele de construcții își vor putea dezvolta arsenalul de competențe și strategii necesare pentru a supraviețui în următorii ani, chiar și în condițiile de concurență acerbă.

Bibliografie:

1. Regulament privind stabilirea categoriei de importanță a construcțiilor, din 21/11/1997 // Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 1997, nr.352, Partea I.
2. Regulament privind stabilirea categoriei de importanță a construcțiilor // Infosrl.ro, 8 August 2007.
3. Kotler Ph. Marketing lateral. - Codex, 2007.
4. Pryor P. Marketingul serviciilor de construcții. - Codex, 2007.
5. Асаул А.Н., Денисова И.В. Индивидуальное жилищное строительство – перспективное направление развития сельских поселений, 2002.
6. Асаул А.Н. Феномен инвестиционно-строительного комплекса или сохраняется строительный комплекс страны в рыночной экономике: Монография, с.7, 13.
7. Бронникова Т.С., Чернявский А.Г. Маркетинг: Учебное пособие. - Москва: ПРИОР, 2001 (<http://www.aup.ru/books/m49/>).
8. Гриненко С.В. Экономика недвижимости: Конспект лекций. - Таганрог: изд-во ТРТУ, 2004.
9. Оксфордский толковый словарь по бизнесу, 1995, с.543.
10. Кулагин М. Предпринимательство и право: опыт Запада / Под ред. проф. Е.А. Суханова, 1992, с.110-115.
11. Татарова А.В. Оценка недвижимости и управление собственностью: Учебное пособие. - Таганрог: ТРТУ, 2003.
12. Розенберг Д. Инвестиции: Терминологический словарь. - Университет Рутджерс (США), 1992, с.268.
13. Свод Законов Российской Империи. Т. 10. Ч. 1. Свод законов гражданских. - Петроград, 1914, с.71.
14. <http://apartamente.md/?mod=prices&lang=ru>
15. <http://www.lara.md/main/analytics/>
16. <http://prian.eu/pub/16762.html>

Prezentat la 21.01.2011