

STUDIU DE MARKETING AL OPORTUNITĂȚILOR INVESTIȚIONALE A TINERILOR DIN RMOLDOVA

Autorii: Croitor Irina, Racoviță Lilia
Conf. Univer.: Viorelia Moldovanu-Bătrînac

“ Trebuie să pui inimă în business
și businessul în inima ta . “
(Thomas J. Watson, Sr.)

Un studiu de marketing se axează pe analiza modului în care abordăm piața țintă:

- Cît de dezvoltat este spiritul antreprenorial în RM?
- Cît de informați sunt tinerii pentru a începe propria afacerea?
- Care sunt oportunitățile investiționale pentru tinerii din RM care ar stopa migrația?

Obiectivul unui studiu de marketing este de a oferi ajutor în calificarea oricărei situații , de a pune la dispoziție toate elementele necesare pentru adoptarea unor strategii adecvate.

Astăzi trăim într-o lume plină de oportunități și foarte des auzim așa nume ca Bill Gates, Gabriel Stati, Vladimir Lisin, Larry Page, Sergey Brin, George Becali . Toți ei sunt din diferite țări însă ceea ce îi unește pe dînșii este faptul că au făcut **afaceri din inimă** și nu au ratat **oportunitatea** de a-și dezvolta calitățile manageriale de tineri și în așa mod ei au devenit antreprenori cu renume mondial. Chiar dacă ei sunt așa de populari în rîndul noii generații foarte puțini încearcă să le urmeze exemplul.

Aceasta în lume se explică prin numeroasele **probleme** cu care se confruntă tinerii.

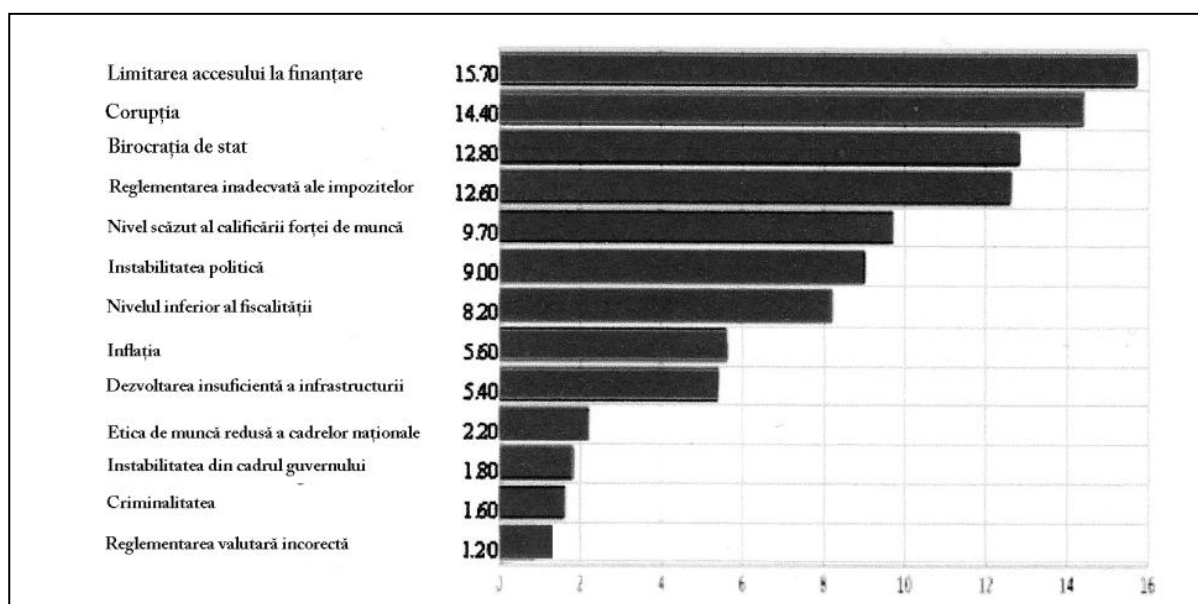


Figura 1. Factorii care împiedică administrarea businessului in RMoldova

În Moldova din cauza crizei financiare și celei politice , tinerilor le este foarte dificil să lanseze o afacere și aceasta **inițiativă e distrusă** chiar de la început, astfel ideea antreprenorială nu are posibilitate să se dezvolte în imaginația viitorilor oameni de afaceri . Nu mai sunt finanțate programele educaționale, astfel există lipsa cunoștințelor despre modul cum trebuie lansată și gestionată o afacere și deasemenea **nu există** o disciplină în învățămîntul preuniversitar care ar stimula **imaginația , inovația și cultivarea calităților manageriale** în elevi.

Tinerii care au reușit totuși să pășească peste acest **bariere** întâmpină altele cum ar fi: **corupția**, **lipsa transparenței**, **protecționismul** și problema care constă în **găsirea și atragerea resurselor financiare** pentru activitatea firmei.

La momentul de față în Republica Moldova exista doar o entitate statală care face câteva tentative de a ajuta tinerii în acest sens și anume PNAET, SMEDRA, ODIMM, PASET, USAID ...

Datorită acestor organizații tinerii sunt motivați de a nu pleca peste hotare și de a-și începe propria afacere având anumite avantaje și oportunități:

- Scutirea de plata la impozit pe venit (2-5 ani)
- Scutirea plății TVA
- Acordarea anumitor granturi
- Susținerea din partea statului (Credite, Burse etc.)

Cu toate acestea, în urma unui sondaj realizat pe un eșantion de 50 de cetățeni, arată că doar 13% dintre moldovenii plecați la muncă peste hotare, ar investi în RM.

Bibliografia:

- [www. Marketing.md](http://www.Marketing.md)
- www.statistica.md
- [www. Odimm.md](http://www.Odimm.md)
- Chestionare, anchete efectuate de catre autori