



Universitatea Tehnică a Moldovei

**Eficientizarea afacerilor pe piața imobiliară în  
baza strategiilor performante de marketing  
(în baza „Orange Moldova” S.A.)**

**Masterand:**

**Țînpeu Ion**

**Conducător:**

**Conf. univ., Dr.**

**Țurcan Iuliu**

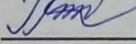
**Chișinău - 2019**

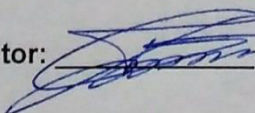
Ministerul Educației, Culturii și Cercetării al Republicii Moldova  
Universitatea Tehnică a Moldovei  
Programul de master "Economia afacerilor imobiliare" 120 cr

Admis la susținere Șef DEM:  
Conf. univ., Dr. Țurcan Iuliu  
"\_\_\_\_" \_\_\_\_\_ 2019

**Eficientizarea afacerilor pe piața imobiliară în  
baza strategiilor performante de marketing  
(în baza „Orange Moldova” S.A.)**

Teză de master

Masterand:  st. gr. EAI-173 Țînpeu Ion

Conducător:  Conf. univ., Dr. Țurcan Iuliu

Chișinău - 2019

## REZUMAT

**Țînpeu Ion, „Eficientizarea afacerilor pe piața imobiliară în baza strategiilor performante de marketing”, teză de master, Chișinău, 2019.**

**Structura tezei:** Introducere, 3 capitole, concluzii, bibliografie și anexe.

**Cuvinte-cheie:** bun imobiliar, piața imobiliară, proprietate, strategie de marketing, gestiune imobiliară, preț, valoarea imobilului, ciclul de viață al imobilului.

### **Problematika studiului:**

Din moment ce companiile tind să-și îmbunătățească performanțele financiare, se consideră oportun ca acestea să apeleze la un marketing bine-definit pentru a-și valorifica potențialul. Practica aplicării activității de marketing vizează un spectru larg de aspecte ce pot fi îmbunătățite și eficientizate prin intermediul unor strategii compatibile, inclusiv cele ce țin de gestiunea imobilului.

Orișice companie are în posesia sa bunuri imobile în care se desfășoară activități comerciale sau administrative, pe baza cărora compania are ocazia de a căpăta venituri sau optimiza cheltuielile. În acest sens strategiile de marketing privind imobilul alese cu perspicacitate pot avea un impact major în asigurarea rentabilității organizației.

### **Obiectivele tezei:**

- identificarea trăsăturilor pieței imobiliare;
- evidențierea strategiilor de marketing imobiliar
- justificarea gestiunii bunurilor imobiliare
- investigarea pieței imobiliare autohtone
- analiza forțelor ce influențează piața imobilului comercial
- argumentarea importanței și rolului marketingului pe piața imobiliară și în gestiunea imobilului;
- examinarea imobilului companiei „Orange Moldova” și impactului său asupra activității
- formularea strategiilor de marketing privind imobilul în scopul optimizării afacerii

**Metodologia cercetării** constă în analiza teoretică a trăsăturilor pieței imobiliare și evidențierea în particular a situației de pe piața imobiliară din Republica Moldova, în raport cu investigarea factorilor ce influențează valoarea bunurilor – propunând soluții practice de eficientizare utilizând așa metode: compararea, utilizarea tabelelor și graficelor, analiza cantitativă și calitativă, inducția și deducția logică.

**Rezultatele** obținute în urma elaborării tezei de master pot fi implementate cu succes pentru perfecționarea și optimizarea activității companiei „Orange Moldova”. Au fost elaborate și recomandate strategii ce pot reduce considerabil cheltuielile generale ale entității totodată cu extinderea pieței de desfacere, îmbunătățirea mediului de lucru și consolidarea imaginii pe piață.

## SUMMARY

Țîmpeu Ion, "Improving real estate business on the basis of relevant marketing strategies", Master Thesis, Chisinau, 2018.

**Thesis structure:** Introduction, 3 chapters, conclusions, bibliography and annexes.

**Keywords:** real estate goods, real estate market, property, marketing strategy, real estate management, price, value of real estate, life cycle of real estate.

**Study issues.** Since companies tend to improve their financial performance, it is considered appropriate that they turn to well-defined marketing to realize their potential. The practice of applying marketing activity targets a broad spectrum of issues that can be improved and streamlined through compatible strategies, including those related to real estate management.

Any company owns real estate in which commercial or administrative activities take place, on the basis of which the company has the opportunity to earn income or optimize its expenses. In this sense, the marketing strategies regarding the property being chosen with prudence can have a major impact in ensuring the profitability of the organization.

### **Thesis objectives:**

- identifying the features of the real estate market;
- highlighting real estate marketing strategies
- investigating the domestic real estate market
- underlining the role of marketing in the real estate market and in the management of real estate;
- examining the real estate of "Orange Moldova" and its impact on the activity
- developing marketing strategies on the real estate to optimize the business

The **research methodology** consists in the theoretical analysis of the features of the real estate market and the highlighting in particular of the situation on the real estate market in the Republic of Moldova in relation to the investigation of the factors that influence the value of the goods - proposing practical solutions for efficiency using such methods as: comparison, use of tables and graphs, quantitative and qualitative analysis, logical induction and deduction.

The results obtained from the elaboration of the thesis can be successfully implemented to improve and optimize the activity of "Orange Moldova" company. Strategies that have been developed and recommended can substantially reduce the entity's overall costs while expanding the sales market, improving the work environment, and enhancing market image.

## CUPRINS :

|  |    |
|--|----|
| <b>INTRODUCERE</b> .....   | 8  |
| <b>1. DELIMITĂRI CONCEPTUALE PRIVIND PIAȚA IMOBILIARĂ</b>  |    |
| 1.1. Definierea pieței imobiliare și trăsăturile sale relevante.....   | 10 |
| 1.2. Strategii de marketing aferente piețelor imobiliare.....  | 17 |
| 1.3. Particularitățile gestiunii bunului imobiliar.....  | 23 |
| <b>2. ANALIZA PIEȚEI IMOBILIARE DIN R.M. DIN SFERA BUSINESS-ULUI</b>   |    |
| 2.1. Analiza pieței imobiliare cu destinație locativă și nelocativă din Republica Moldova.....                         | 29 |
| 2.2. Caracteristica generală a activității companiei “Orange Moldova”.....   | 47 |
| 2.3. Evoluția pieței Telco în anul 2018.....   | 54 |
| 2.4. Examinarea principalilor factori ce determină valoarea bunurilor imobiliare comerciale din Republica Moldova..... | 57 |
| <b>3. ARGUMENTAREA STRATEGIILOR PERFORMANTE DE MARKETING ÎN VEDEREA EFICIENTIZĂRII AFACERILOR</b>                      |    |
| 3.1. Studiul imobilului companiei Orange prin prisma impactului său asupra rezultatelor activității.....               | 64 |
| 3.2. Optimizarea afacerii companiei Orange prin intermediul strategiilor de marketing privind imobilul.....            | 70 |
| <b>CONCLUZII</b> .....   | 78 |
| <b>BIBLIOGRAFIE</b> .....  | 80 |

## INTRODUCERE

Abordarea schimbărilor economice constituie una dintre provocările majore ale secolului al XXI-lea. În toate domeniile de activitate au loc evoluții economice și sociale, nemijlocit legate de impactul revoluției tehnico-științifice, tranzițiilor energetice și al globalizării.

În condițiile actuale ale progresului, omenirea își manifestă exigențele cât mai mari față de politica economică a statului, ce necesită a fi atât eficace, cât și eficientă și sustenabilă, pentru a favoriza astfel creșterea nivelului calității vieții sub toate formele posibile. Pentru aceasta, inovarea, investițiile și formarea profesională sunt esențiale în abordarea oportunităților sau riscurilor care se ivesc.

În acest context, piața imobiliară fiind una mai sensibilă la fenomenele macro-economice și interdependentă de celelalte pieți, și totodată având un rol strategic și/sau vital în structura economiei unei țări, se situează într-o poziție în care solicită atenție sporită prin felul în care se manifestă.

Oscilațiile pe piața imobiliară privind toate mecanismele ei pun în prim-plan necesitatea studierii cauzelor ce induc la perturbațiile acestea și determină identificarea soluțiilor pentru entitățile implicate pentru a face față unei concurențe sănătoase. Luând în considerare și tendințele de dezvoltare a pieții, momentan piața imobiliară devine suprasaturată ceea ce impune agenții economici din această ramură să întreprindă acțiuni ce să le asigure viabilitatea, la fel și profitabilitatea, păstrându-le interesul în acest segment.

În prealabil, realizarea acestor acțiuni este posibilă preponderent prin dirijarea factorilor interni ai întreprinderii, din moment în care companiile au conștientizat că succesul pe termen lung și eficientizarea afacerii pot fi obținute doar prin elaborarea și implementarea unor strategii pertinente.

Un rol important în acest sens îi revine marketingului, care în abordarea sa contemporană, cuprinde toate aspectele întreprinderii și vizează înlesnirea activității acesteia în același plan cu sporirea eficienței mijloacelor ce participă la procese, toate culminând cu creșterea valorii indicatorilor financiari.

În aceeași ordine de idei, motivarea alegerii temei lucrării rezidă în interesul accentuat față de cunoașterea specificului pieții imobiliare din Republica Moldova, împreună cu modalitățile de eficientizare a unei afaceri prin perfecționarea activității ce ține de gestiunea imobilului în contextul pieței acesteia.

Prin urmare, lucrarea de față are scopul de a prezenta mai desfășurat principalele aspecte ale pieții imobiliare, în special ale segmentului comercial, precum și a explica administrarea eficientă a imobilului din posesia unei întreprinderi în virtutea aplicării unor strategii performante, urmărind creșterea performanțelor financiare ale entității.

Obiectul de studiu care a fost examinat în cadrul cercetării este reprezentat de compania SA “Orange Moldova”. Deși activitatea de bază a companiei este prestarea serviciilor de internet, telefonie mobilă și fixă, specificul ei comercial, dar ca și în general al oricărei activități de antreprenariat presupune existența unui portofoliu imobiliar, deci implică și o oarecare prezență a acesteia în operațiunile de pe piața imobiliară.

Conținutul lucrării este structurat în trei capitole complexe, din care derivă desfășurarea inteligibilă a fiecărui aspect abordat. Primul capitol **„DELIMITĂRI CONCEPTUALE PRIVIND PIAȚA IMOBILIARĂ”** familiarizează cu noțiunile esențiale ce caracterizează piața imobiliară, relevând interdependența dintre însușirile specifice ciclului de viață a bunului imobil și al pieței imobiliare, și particularitățile gestiunii imobilului. De asemenea sunt expuse strategii de marketing care sunt sau pot fi lansate de către firmele de pe piața imobiliară pentru a-și propaga oferta mai eficace.

În capitolul al-II-lea - **„ANALIZA PIEȚEI IMOBILIARE DIN R.M. DIN SFERA BUSINESS-ULUI”** are loc o descriere amplă a pieței imobiliare, fiind trecută sub microscop în dinamica modificărilor din ultimii zece ani. Deopotrivă cu piața imobiliară nelocativă, este analizată piața rezidențială, întrucât reprezintă segmentul și indicele principal al stării pieței per general, iar pe de altă parte destinația bunurilor acesteia poate fi schimbată, îndeosebi în cea comercială, ceea ce ar putea prezenta interes eventual pentru companie în vederea lărgirii rețelei de magazine. În plus, sunt evidențiate forțele ce impactează valoarea imobilului comercial, deoarece acesta deține ponderea majoritară din activele companiei și are rolul de a genera vânzări. Tot aici este descrisă activitatea entității și poziția ei în cadrul pieței telecomunicațiilor.

Capitolul al-III-lea, intitulat - **„ARGUMENTAREA STRATEGIILOR PERFORMANTE DE MARKETING ÎN VEDEREA EFICIENTIZĂRII AFACERILOR”** cuprinde, în prealabil, investigarea imobilului companiei “Orange Moldova” și a modului în care acesta influențează rezultatele activității. După care, cu referință la această analiză sunt trecute în revistă strategiile, modalitățile, și sugestiile de optimizare a afacerii printr-o gestiune coerentă a imobilului, precum și o operare inteligentă pe piața imobiliară în vederea asigurării rentabilității investiționale.

## BIBLIOGRAFIE

### *Acte normative:*

1. Legea Nr. 390 din 15.03.1995, cu privire la Programul de privatizare pentru anii 1995-1996. Publicat în: *Monitorul Oficial Nr. 24* din 05.05.1995.
2. Legea Nr. 861 din 14.01.1992 cu privire la arendă. Publicat în: *Monitorul Oficial Nr. 1* din 30.01.1992

### *Monografii, manuale:*

3. Фридман Дж., Ордуэй Н. *Анализ и оценка приносящей доход недвижимости*, Londra, ed. Olympia, 1998, p.5
4. Buzu O., Matcov A., *Evaluarea Bunurilor Imobiliare*, Chișinău, 2003, p. 32
5. Bulat Irina, *Influența ciclului de viață a bunurilor imobile asupra exploatării sale corecte*, Chișinău, 2015, p.1
6. Bulat Irina, *Componentele gestiunii bunurilor imobile*, Chișinău, 2016, p.6
7. Scriva F., *Gestione immobiliare, facility management e contratti di global service*, Milan, 2013, p. 8
8. Kaganova Olga, *Guidebook on real property asset management for local governments*, Washington, 2012, p.144
9. Gaburici Chiril, *Piața telecomunicațiilor din Republica Moldova: dinamica dezvoltării, probleme, perspective*, Chișinău, 2013, p. 6
10. Bejenaru M., *Analiza pieței imobiliare*, Chișinău, ed. Tehnica-Info, 2009, p. 146
11. Albu S., Albu I., *Piața imobiliară*, Chișinău, ed. Tehnica-UTM, 2014, p. 143

### *Surse Internet:*

12. <http://www.preferatele.com/economie/Ciclul-de-viata-al-pietei-imb534.php> (accesat 27.03.2019)
13. [https://en.wikipedia.org/wiki/Property\\_cycle](https://en.wikipedia.org/wiki/Property_cycle) (accesat 30.03.2019)
14. <https://www.biggerpockets.com/member-blogs/10401/69798-4-phases-of-a-real-estate-cycle> (accesat 31.03.2019)
15. <https://www.carealtytraining.com/real-estate-market-life-cycle/> (accesat 06.04.2019)
16. <https://www.crowdstreet.com/four-phases-real-estate-cycle/> (accesat 10.04.2019)
17. <http://nikaimobil.md/md/analitic.php?year=2010> (accesat 13.04.2019)
18. <http://arfc.gov.md> (accesat 20.04.2019)
19. <http://lara.md/ro/blog/15> (accesat 21.04.2019)



20. <https://agora.md/stiri/54868/record-pe-piata-imobiliara-circa-40-din-apartamentele-cumparate-in-r--moldova-sunt-procurate-prin-ipoteca> (accesat 23.04.2019)
21. <http://primacasa.gov.md> (accesat 25.04.2019)
22. [https://noi.md/md/news\\_id/64792](https://noi.md/md/news_id/64792) (accesat 25.04.2019)
23. <https://sputnik.md/opinie/20180708/20398731/piata-imobiliara-apartamente-chisinau.html> (accesat 28.04.2019)
24. <https://sputnik.md/economics/20190206/24532551/Statistici-alarmante-Emigrarea-masiva-moldovenilor-provoaca-soc-piaa-imobiliara.html> (accesat 29.04.2019)
25. <https://cpi.imobiliare.ro/marketing-si-vanzari-cum-te-diferentiezi-de-competitorii-din-piata-atunci-cand-esti-dezvoltator-imobiliar-sfaturile-lui-valentin-pintilescu-manager-impact-team-marketing> (accesat 30.04.2019)
26. <https://cpi.imobiliare.ro/marketing-si-vanzari/trei-lucruri-pe-care-orice-dezvoltator-imobiliar-trebuie-sa-le-inteleaga-inainte-de-a-demara-o-campanie-de-marketing> (accesat 30.04.2019)
27. <https://www.costainvest.org/ro/marketingul-imobiliar-facebook/> (accesat 04.05.2019)
28. <https://www.costainvest.org/ro/youtube-imobiliare/> (accesat 06.05.2019)
29. <https://www.costainvest.org/ro/marketing-imobiliar-cu-drone/> (accesat 06.05.2019)
30. <https://www.orange.md> (accesat 11.05.2019)
31. <https://anrceti.md> (accesat 14.05.2019)
32. <http://bnm.md> (accesat 14.05.2019)
33. <http://statistica.gov.md> (accesat 20.05.2019)