



**UNIVERSITATEA TRANSILVANIA DIN BRAŞOV**

**ŞCOALA DOCTORALĂ INTERDISCIPLINARĂ**

**Facultatea de Ştiinţe Economice şi Administrarea Afacerilor**

**Ec. Munteanu George Marius**

# **Strategii de marketing pe piaţa imobiliară din România**

## **Marketing strategies on the real estate market in Romania**

**REZUMAT / ABSTRACT**

**Conducător ştiinţific**

**Prof.dr.ec. Gheorghe EPURAN**

**BRAŞOV, 2021**

D-lui (D-nei) .....

## **COMPONENȚA**

### **Comisiei de doctorat**

Numită prin ordinul Rectorului Universității Transilvania din Braşov

Nr. .... din .....

PREȘEDINTE:	Conf. dr. Chițu Ioana Bianca Universitatea Transilvania din Braşov
CONDUCĂTOR ȘTIINȚIFIC:	Prof. dr. Epuran Gheorghe Universitatea Transilvania din Braşov
REFERENȚI:	Prof. dr. Cetină Iuliana Academia de Studii Economice din București Prof. dr. Vrânceanu Diana Maria Academia de Studii Economice din București Prof. dr. Brătucu Gabriel Universitatea Transilvania din Braşov

Data, ora și locul susținerii publice a tezei de doctorat: 30.09.2021, ora 12:30, sala A III 1

Eventualele aprecieri sau observații asupra conținutului lucrării vor fi transmise electronic, în timp util, pe adresa [munteanu.george.marius@unitbv.ro](mailto:munteanu.george.marius@unitbv.ro)

Totodată, vă invităm să luați parte la ședința publică de susținere a tezei de doctorat.

Vă mulțumim.

## CUPRINS

	Pg.	Pg.
	teza	rezumat
INTRODUCERE .....	6	7
CAPITOLUL 1. ASPECTE CONCEPTUALE ŞI METODOLOGICE PRIVIND MARKETINGUL ÎN DOMENIUL IMOBILIAR .....	10	9
1.1. Noţiuni introcutive .....	10	9
1.2. Scurt istoric al pieţei imobiliare la nivel internaţional .....	11	9
1.3. Scurt istoric al pieţei imobiliare la nivelul României .....	15	10
1.4. Particularităţile pieţelor imobiliare .....	17	12
1.5. Factori care influenţează piaţa imobiliară .....	25	15
1.6. Strategii, tehnici şi tactici specifice industriei imobiliare .....	29	16
CAPITOLUL 2. STUDIUL COMPORTAMENTULUI CONSUMATORULUI ÎN PROCESUL DE ALEGERE A BUNURILOR IMOBILIARE .....	<b>35</b>	<b>21</b>
2.1. PROCESUL DE ALEGERE ŞI STABILIREA DECIZIEI ÎN PROCESUL DE CUMPĂRARE .....	35	21
2.2 Determinanţii interni ai comportamentului consumatorului în raport cu bunurile imobiliare .....	39	21
2.3. Determinanţi externi ai comportamentului consumatorilor .....	42	21
CAPITOLUL 3. ANALIZA PIEŢEI IMOBILIARE LA NIVEL EUROPEAN .....	<b>46</b>	<b>22</b>
3.1. PRIVIRE DE ANSAMBLU ASUPRA PIEŢEI IMOBILIARE EUROPENE ÎN PERIOADA 2016-2021 .....	46	22
3.2. Factori de influenţă şi specificităţi pe piaţa imobiliară europeană .....	48	23
3.3. Piaţa imobiliară din Europa în anul 2020 .....	74	25
3.4. Piaţa imobiliară din România în anul 2021.....	78	26
3.5. Previziuni pentru piaţa imobiliară din Europa pentru anul 2021.....	81	26
3.6. Previziuni pentru piaţa imobiliară din România pentru anul 2021 .....	83	28
CAPITOLUL 4. CERCETARE CALITATIVĂ DE MARKETING PRIVIND PERCEPŢIA MANAGERILOR DE AGENŢII IMOBILIARE FAŢĂ DE FACTORII CARE INFLUENTEAZĂ PROCESUL DECIZIONAL DE CUMPĂRARE A UNUI APARTAMENT ÎNTR-UN COMPLEX REZIDENŢIAL NOU .....	<b>86</b>	29
CAPITOLUL 5. CERCETARE CANTITATIVĂ DE MARKETING PRIVIND FACTORII DECIZIONALI RELEVANŢI PENTRU COMPORTAMENTUL DE CUMPĂRARE A APARTAMENTELOR ÎN	94	30

ANSAMBLURI REZIDENȚIALE NOI .....		
5.1. METODOLOGIA DE CERCETARE .....	94	30
5.2. Populația cercetată și metoda de eșantionare.....	100	31
5.3.Rezultate și discuții .....	103	31
CAPITOLUL 6. STRATEGII ȘI TEHNICI DE MARKETING IMPLEMENTATE PE PIAȚA IMOBILIARĂ LA NIVEL GLOBAL ȘI ÎN ROMÂNIA .....	116	34
CONCLUZII GENERALE, CONTRIBUȚII PERSONALE, LIMITE ALE CERCETĂRII ȘI DIRECȚII VIITOARENDE		
CERCETARE .....		
BIBLIOGRAFIE .....	141	39
Scurt rezumat (Română/Engleză) ..	*	51

## CONTENT

	Pg.	Pg.
	thesis	summary
INTRODUCTION .....	6	7
CHAPTER 1. CONCEPTUAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS REGARDING REAL ESTATE MARKETING .....	10	9
1.1. Introductory notions .....	10	9
1.2. Brief history of the international real estate market .....	11	9
1.3. Brief history of the real estate market in Romania.....	15	10
1.4. Peculiarities of real estate markets .....	17	12
1.5. Factors influencing the real estate market .....	25	15
1.6. Strategies, techniques and tactics specific to the real estate industry .....	29	16
CHAPTER 2. STUDY OF CONSUMER BEHAVIOR IN THE PROCESS OF CHOOSING REAL ESTATE .....	<b>35</b>	<b>21</b>
2.1. THE SELECTION PROCESS AND THE DETERMINATION OF THE DECISION IN THE PURCHASING PROCESS .....	35	21
2.2 Internal determinants of consumer behavior in relation to real estate .....	39	21
2.3. External determinants of consumer behavior .....	42	21
CHAPTER 3. REAL ESTATE MARKET ANALYSIS AT EUROPEAN LEVEL .....	<b>46</b>	<b>22</b>
3.1. OVERVIEW OF THE EUROPEAN REAL ESTATE MARKET IN THE PERIOD 2016-2021 .....	46	22
3.2. Factors of influence and specificities on the European real estate market. ....	48	23
3.3. The real estate market in Europe in 2020 .....	74	25
3.4. The real estate market in Romania in 2020 .....	78	26
3.5. Forecasts for the real estate market in Europe for 2021 .....	81	26
3.6. Forecasts for the real estate market in Romania for 2021 .....	83	28
CHAPTER 4. QUALITATIVE MARKETING RESEARCH ON THE PERCEPTION OF REAL ESTATE MANAGERS AGAINST THE FACTORS INFLUENCING THE DECISION-MAKING PROCESS OF BUYING AN APARTMENT IN A NEW RESIDENTIAL COMPLEX. ....	<b>86</b>	<b>29</b>
CHAPTER 5. QUANTITATIVE MARKETING RESEARCH ON RELEVANT DECISION MAKERS FOR BUYING BEHAVIOR IN NEW RESIDENTIAL ENVIRONMENTS	94	30

5.1. RESEARCH METHODOLOGY .....	94	30
5.2. Research population and sampling method .....	100	31
5.3.Results and discutions.....	103	31
CHAPTER 6. MARKETING STRATEGIES AND TECHNIQUES IMPLEMENTED ON THE GLOBAL REAL ESTATE MARKET AND IN ROMANIA .....	116	34
CONCLUSIONS GENERAL, PERSONAL CONTRIBUTIONS, RESEARCH LIMITS AND FUTURE RESEARCH DIRECTION .....	135	35
BIBLIOGRAPHY .....	141	39
Short summary (Romanian / English) .....	*	51

## Introducere

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”<sup>1</sup>. În cadrul pieței de astăzi, în care modul de a face afaceri se schimbă încontinuu este foarte important să conștientizăm ce anume le lipsește și ce nu știi încă firmele care activează pe piața imobiliarelor pentru a-și putea dezvolta arsenalul de competențe și strategii necesare supraviețuirii în următorii ani, chiar și în condițiile de concurență acerbă.

Majoritatea persoanelor efectuează pe parcursul vieții foarte puține tranzacții imobiliare, iar acestea, pe lângă faptul că reprezintă cea mai importantă tranzacție financiară în care sunt implicate, au și un grad ridicat de complexitate din punct de vedere legal, financiar și fiscal<sup>2</sup>. Este important să cunoaștem provocările actuale ale pieței imobiliare tocmai pentru a putea stabili strategii coerente de dezvoltare atât pe plan personal dar și la nivel de țară.

Motivația alegerii acestei teme a rezultat dintr-o realitate incontestabilă, respectiv din faptul că piața imobiliară are un rol important în contextul economic național și global. Datorită numărului mare de participanți pe piață, de ordinul sutelor de mii pentru piața imobiliară și al zecilor de mii pentru prestatorii serviciilor conexe, este necesară investigarea acestei piețe. Domeniul pieței construcțiilor imobiliare este unul dintre cele mai complexe sectoare de activitate ale economiei. Traversăm o perioadă de timp în care 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. În acest sens, în vederea obținerii unei eficiențe economice înalte, investițiile în piața imobiliară trebuie să dețină o pondere însemnată în cadrul programelor investiționale. Specialiștii din domeniu, cât și oamenii politici și reprezentanții societății civile, au încercat și încearcă permanent să dezvolte rațional și eficient activitățile din acest domeniu.

Scopul acestei lucrări este de a aduce în prim plan, din perspectiva marketingului, problematica complexă a tranzacțiilor pe piața imobiliară. În concordanță cu importanța temei de cercetare, precizăm că obiectivul general al demersului științific constă în identificarea elementelor care contribuie la eficientizarea tranzacțiilor de pe piața imobiliară din România și a modului în care activitatea de zi cu zi a celor direct implicați poate contribui prin acțiuni specifice la atingerea țintelor de creștere ale unei firme care activează pe piața imobiliară. Obiectivele specifice sunt rezultate din

---

<sup>1</sup> Pryor Paul (2005), *Marketingul serviciilor de construcții*, Editura Codecs, București

<sup>2</sup> Consiliul Concurenței Direcția Servicii, octombrie 2009, RAPORT de investigație pentru analizarea pieței imobiliare și a serviciilor conexe tranzacțiilor imobiliare, Disponibil on-line la [http://www.consiliulconcurenței.ro/uploads/docs/items/bucket2/id2969/raport\\_piata\\_imobiliare\\_si\\_serv\\_conexe.pdf](http://www.consiliulconcurenței.ro/uploads/docs/items/bucket2/id2969/raport_piata_imobiliare_si_serv_conexe.pdf), Accesat în 14.02.2021

obiectivul general al cercetării și sunt delimitate la nivel teoretic și operațional. Pe plan teoretic, ne-am propus următoarele obiective:

- ◆ clarificarea unor concepte și abordări care vizează piața imobiliară;
- ◆ identificarea particularităților comportamentului consumatorului de pe piața imobiliară;
- ◆ analiza pieței imobiliare europene;
- ◆ analiza pieței imobiliare din România;
- ◆ identificarea particularităților pieței imobiliare din România în context european;
- ◆ identificarea principalelor variabile care influențează procesul de cumpărare pe piața imobiliarelor din România;
- ◆ La nivel operațional, obiectivele specifice urmărite sunt:
- ◆ analiza pieței imobiliare din Europa și din România;
- ◆ determinarea particularităților pieței imobiliare din România;
- ◆ stabilirea unui plan-cadru de implementare a program de marketing într-o firmă ce activează pe piața imobiliară din România.

Originalitatea și caracterul inovativ al acestei teze de doctorat rezultă tocmai din insuficienta abordare a strategiilor de marketing în domeniul imobiliar în cadrul literaturii de specialitate. Prin demersul nostru științific oferim o imagine de ansamblu atât cu privire la dimensiunea și particularitățile acestui domeniu cât și asupra consecințelor manageriale ale implementării unui plan de marketing puternic ancorat în realitatea dinamicii acestei piețe la nivel național și internațional.



## CAPITOLUL 1

### ASPECTE CONCEPTUALE ŞI METODOLOGICE PRIVIND MARKETINGUL ÎN DOMENIUL IMOBILIAR

Industria de construcţii se află pe primele locuri în ceea ce priveşte efectele directe, indirecte şi induse în toate sectoarele economiei. O creştere a cheltuielilor unitare din construcţii generează venituri de cinci ori, având un efect multiplicator în întreaga industrie. Cu legăturile sale în peste 250 de industriile auxiliare, efectele pozitive ale creşterii imobiliare se răspândesc în întreaga economie.

Sectorul imobiliar a fost un „sport-competiţie” care a adus averi şi bunăstare zecilor de mii de investitori din ţara noastră dar şi din întreaga lume în perioadele de creştere economică. Există şi astăzi investitori pentru care imobiliarele continuă să reprezinte o „mină de aur”. Ramura construcţiilor deţine un rol central în dezvoltarea economică a fiecărei ţări.

#### 1.1. Noţiuni introductive

În literatura de specialitate, dar şi în practică, deseori termenul de “real estate” se suprapune peste cel al bunurilor imobiliare, fiind asimilat în limbajul curent. Tradus din engleză, termenul de „real estate” presupune acel “imobil, proprietatea formată din terenuri şi clădirile de pe acesta, împreună cu resursele sale naturale, cum ar fi culturi, minerale sau apă; bunuri imobile de această natură; un interes atribuit acestui obiect al unui bun imobil, clădiri sau locuinţe în general.”<sup>3</sup>

„Real estate” este un termen legal (în unele ţări, cum ar fi Marea Britanie, Canada, Australia, SUA şi Bahamas), care cuprinde terenul, împreună cu îmbunătăţiri ale terenurilor, cum ar fi clădiri, garduri, fântâni şi alte îmbunătăţiri care sunt amplasate în locaţia/ imobilul respectiv. În drept, cuvântul înseamnă real cu privire la un lucru (res / REI, lucru, de la tambur O.Fr., de la realis LL "reale", din latină. Res, "materia, lucru"), spre deosebire de o persoană. Astfel, în linii mari legea distinge între "real" de proprietate (teren şi nimic construit pe el) şi "personal" de proprietate (orice altceva, de exemplu, îmbrăcăminte, mobilier, bani). Diferenţa conceptuală a fost folosită între proprietăţile imobiliare, care ar transfera titlul împreună cu pământul, şi bunurile mobile, pentru care o persoană ar păstra titlul. Cea mai veche utilizare a termenului "real estate", care a fost păstrat în înregistrările istorice a fost în anul 1666. Această utilizare de "real" reflectă, de asemenea, preferinţa antică şi feudală pentru terenuri şi dreptul de proprietate<sup>4</sup>.

#### 1.2. Scurt istoric al pieţei imobiliare la nivel internaţional

Dezvoltarea pieţei imobiliare şi durabilitatea acesteia sunt strâns asociate cu istoria şi dezvoltarea. De-a lungul anilor au existat numeroase probleme în societate, inclusiv probleme socio-economice. Dezvoltarea pieţei imobiliare este, de asemenea, strâns legată de dezvoltarea economică,

---

<sup>3</sup> Harkins P., Hollihan K., (2006), Toată lumea câştigă: Povestea şi Lecţiile din spatele Re/Max, Ed. Wiley, Denver

<sup>4</sup> idem

de problemele filozofice, iar analiza acestor probleme de-a lungul timpului face posibilă explorarea dezvoltării istorice a acestor probleme<sup>5</sup>.

Filozoful grec Xenophon (430-355 î.Hr.) a spus că pământul era averea principală, mama și asistenta medicală a tuturor ocupațiilor<sup>6</sup>. Piața era guvernată de mai multe legi și fiecare țară avea legi diferite, care afectau și piața imobiliară. Formarea primelor polisuri în Europa este strâns asociată cu istoria Greciei antice. Odată cu dezvoltarea polisurilor, s-au înființat satele din jur, dar centrul polisului se dezvoltă ca oraș - un centru administrativ și cultural, prin menținerea și consolidarea proprietăților sale defensive - în acest sens, polisul a avut un o gamă similară de funcții ca așezarea antică mai târziu în Europa Atlantică sau în cele baltice. Această așezare a fost numită acropolă doar în Grecia (din greaca antică - „orașul de sus”)<sup>7</sup>.

De-a lungul istoriei, o atenție specială a fost acordată și drepturilor de proprietate, deoarece, conform piramidei A. Maslow<sup>8</sup>, nevoia de locuință este o nevoie de bază a fiecărei persoane. Codul Hammurapi prevedea pedeapsa cu moartea pentru diferite tipuri de infracțiuni - de la însușirea bunurilor unui alt popor până la o conduită incorectă<sup>9</sup>. Formarea statului social a fost întotdeauna de mare însemnătate pentru dezvoltarea gândirii economice, deoarece avea o importanță socioeconomică. Înființarea primelor orașe a fost semnificativă și pentru dezvoltarea pieței imobiliare. Ca cele mai vechi orașe din diferite continente din lume pot fi menționate Ierusalim (Cisiordania, Israel), Ierihon (teritoriile palestiniene), Byblos (Liban), Aleppo (Siria), Damasc (Siria), Argos, Atena (Attica, Grecia), Susa (Iran), Faiyum (Egipt), Sidon (Liban), Plovdiv (Bulgaria), Luxor (Egiptul Antic, nume grec Thebes), Igdomigodo (Nigeria, Africa), Balkh (Afganistan), Samarqand (Uzbekistan), Ujjain (India), Xi'an (Shhaansi, China), Beijing (China), Chani (Crete, Grecia), Lamaka (Cipru), Kutaisi (Georgia), Ternate (Indonezia), Xingu Superior (Brazilia), Ierihon (Teritoriile Palestiniene), Gaziantep (Turcia), Beirut (Liban), cea mai veche din America de Nord este orașul Mexic (Mexic)<sup>10, 11, 12</sup>.

Și astăzi există mari aglomerări urbane în jurul acestor vechi orașe iar piața imobiliară este într-o continuă mișcare. Investițiile în imobiliare reprezintă o problemă de localizare, deoarece piața imobiliară este strâns legată de dezvoltarea economică, iar tendințele pe piața imobiliară sunt considerate a fi indicatoare ale tendințelor din întreaga economie a țării<sup>13</sup>.

### 1.3. Scurt istoric al pieței imobiliare la nivelul României

În termeni reali, piața imobiliară din România a început să se dezvolte după anul 1990. Inițial, au fost liberalizate destul de rapid prețurile, ceea ce a condus o creștere spectaculoasă a prețurilor,

---

<sup>5</sup> Kauškale, L., & Geipele, I. (2016). Economic and social sustainability of real estate market and problems of economic development—a historical overview. *Baltic Journal of Real Estate Economics and Construction Management*, 4(1), 6-31.

<sup>6</sup> Krilovs, L. (2014). *Ekonomiskās domas retrospekcija [Restospection of economic thought]*. Scientific Monograph. Riga: RTU Press.

<sup>7</sup> Kļaviņš, K. (2012). *Politikas un īpašuma filozofija [Philosophy of Politics and Property]*. Scientific Monograph. Riga: RTU Press.

<sup>8</sup> Maslow, A. H. (2021). *Motivație și personalitate*, Editura Trei, București.

<sup>9</sup> Kļaviņš, K. (2012). *Politikas un īpašuma filozofija [Philosophy of Politics and Property]*. Scientific Monograph. Riga: RTU Press.

<sup>10</sup> The Telegraph. (2016). What are the seven wonders of the world? Retrieved from <http://www.telegraph.co.uk/travel/advice/What-are-the-seven-wonders-of-the-world/>

<sup>11</sup> Khan, E. (2016). 10 Oldest Continuously Inhabited Cities. Retrieved from <http://www.wonderslist.com/10-oldest-continuously-inhabited-cities/>

<sup>12</sup> Mark, J. J. (2014). The Ancient City. In *Ancient History Encyclopedia*. Retrieved from <http://www.ancient.eu/city/>

<sup>13</sup> Erdogan, S. A., & Naumčik, A. (2019). Evaluation of investing in real estate in EU and non-EU countries based on MCDM.

producându-se un decalaj între puterea de cumpărare și nivelul prețurilor, decalaj care s-a accentuat în anii următori.

Începând cu anul 1997 s-a dezvoltat piața birourilor<sup>14</sup>, iar serviciile pe piața imobiliară s-au diversificat. În perioada 2000-2002 s-a înregistrat o dublare a suprafețelor existente, s-a echilibrat raportul calitate preț, iar marii investitori au început să opereze pe această piață<sup>15</sup>. Tot în această perioadă se face trecerea în online, apărând agențiile imobiliare virtuale.

Cu toate acestea, instabilitatea pe piața imobiliară se mențien și în anii 2003-2004, percepția riscului fiind la un nivel ridicat comparativ cu piețele stabile, dar se înregistrează profituri mari<sup>16</sup>. În această perioadă, oportunitățile oferite de piața imobiliară sunt mari, chiar pe fondul declinului economic și al frecvențelor modificări în domeniul fiscalității. La nivelul anului 2004, conform INS, cifra de afaceri realizată din tranzacțiile imobiliare din România a fost de 8.597 miliarde lei numai în primul semestru.

Ritmul construcțiilor a crescut în următorii ani, necesarul de locuințe fiind înă mare, iar în ceea ce privește locuințele finalizate, acestea s-au realizat preponderent din fonduri private. În ceea ce privește siguranța plasamentelor, terenurile pentru dezvoltări rezidențiale se situează pe primul loc, în timp ce terenurile agricole înregistrează fluctuații destul de pronunțate.

În anii următori asistăm la o reaşezare a cererii și, implicit, la o oarecare maturizare a pieței imobiliare. Până în anul 2008, având ca referință anul 2000, valoarea lucrărilor în construcții s-a triplat (în termeni reali), dar vulnerabilitatea la șocuri s-a menținut la nivel ridicat<sup>17</sup>. Boom-ul pieței de locuințe s-a datorat unui număr de factori. În perioada de boom economic, companiile financiare cu capital străin au atras resurse financiare foarte ieftine de pe piețele internaționale și au făcut investiții pe piața imobiliară din România cu randamente ridicate. Acest lucru nu este specific numai României, dar și altor țări din UE-27, cum ar fi Spania și Irlanda. În perioada de boom economic, oferta a fost insuficientă pentru a răspunde cererii mari de case noi și clădiri de birouri. Deși BNR a adoptat o politică monetară prudentă, păstrând rata dobânzii principale și cerințele minime de rezervă la niveluri ridicate, a existat o creștere semnificativă a creditării din cauza concurenței dintre bănci și a abundenței de lichidități în valută atrase de pe piețele externe. Recent, a existat o sincronizare a ciclurilor de boom și bust pe piețele imobiliare din multe țări dezvoltate și în curs de dezvoltare. Cu toate acestea, piața imobiliară din România are anumite elemente distincte. România nu are o piață de instrumente financiare sofisticate legate de piața imobiliară. O piață financiară fără valori mobiliare sofisticate ar putea fi un mare avantaj. Dacă băncile locale ar fi investit în instrumente financiare toxice, sistemul financiar românesc s-ar fi confruntat cu provocări mai mari din cauza deteriorării masive a bilanțurilor băncilor. Considerăm că există încă suficient spațiu pentru o nouă perioadă de boom în sectorul construcțiilor din România, deoarece infrastructura nu este suficient de dezvoltată.

În 2011, BNR a propus o abordare distinctă, cu restricții privind LTV în funcție de tipul debitorilor (acoperit sau nu la riscul de schimb) și credit valutar: 85% pentru împrumuturi imobiliare în monedă locală; 80% pentru împrumuturile imobiliare acordate în valută acordate debitorilor cu risc

<sup>14</sup> Anghel, I., Muler, O., (2003), Dezvoltarea imobiliară. Analiză și principii, Editura Economică, București

<sup>15</sup> Popa, A., (2013), Managementul proprietății imobiliare, pag. 90, Editura Economică, București,

<sup>16</sup> Bădescu G., Negescu D., (2009), Analiza investițiilor imobiliare, Editura Economică, București, pag 120

<sup>17</sup> Dedu, V., & Stoica, T. (2011). The Monetary Policy and the Real Estate Market. *Theoretical & Applied Economics*, 18(12), p. 5-14.

valutar; 75% pentru împrumuturile imobiliare în euro acordate debitorilor neacoperiți la riscul valutar și 60% pentru împrumuturile imobiliare exprimate în altă monedă acordată debitorilor neacoperiți la riscul valutar. Limita LTV stabilită prin Regulamentul BNR nr. 17/2012 a fost introdusă în cazul creditelor imobiliare recent acordate, cu excepția celor contractate în cadrul programului guvernamental „Prima Casă”, pentru care LTV poate fi de până la 95%.<sup>18</sup>

După anul 2014, piața imobiliară, privită prin prisma interesului investitorilor și al cumpărătorilor, a evoluat către case noi în zone bune, spații pentru magazine și terenuri agricole, în acest domeniu cea mai mare atracție fiind exercitată de terenurile cu preșuri cuprinse între 1000 și 1500 de euro pe hectar.

#### 1.4. Particularitățile piețelor imobiliare

Pentru a înțelege particularitățile pieței imobiliare este necesar să evidențiem care sunt principalii „actori” de pe această piață. Principalii *participanți de pe piețele imobiliare* sunt:

- a. Proprietarul/Utilizator – În această categorie sunt incluse atât persoane fizice cât și persoane juridice, care au calitatea de proprietar și/sau de chiriaș în raport cu o anumită proprietate imobiliară. Aceștia vor achiziționa imobile sau proprietăți comerciale sub forma unor investiții, sau cu scopul de a locui sau utiliza pentru o afacere.
- b. Proprietarul – În această categorie intră de obicei investitorii. Aceștia nu consumă bunul imobiliar pe care îl achiziționează, și de obicei, vor închiria proprietatea altcuiva.
- c. Clientul/ Locatorul – În această categorie intră doar consumatori de bunuri imobiliare.
- d. Dezvoltatorii – Reprezintă persoanele juridice care investesc și pregătesc terenul pentru construcții care se transformă într-un nou produs imobiliar pe piață.
- e. Facilitatorii - Această ramură include bănci, brokeri imobiliari, avocați, care au rolul de a facilita cumpărarea și vânzarea de bunuri imobiliare.<sup>19</sup>

În opinia lui Suárez (2009), din punct de vedere economic, proprietățile imobiliare urbane pot fi clasificate în:<sup>20</sup>

- Case ocupate de proprietari. Aceste active pot fi și, de fapt, fac obiectul tranzacțiilor de cumpărare și vânzare, dar pe piețele caracterizate de atomizare ridicată și transparență scăzută.
- Proprietate comercială. Aceste proprietăți sunt tranzacționate mai frecvent, în principal de companii sau alte entități profesionale. De obicei au piețe de investiții și închirieri bine stabilite.
- Active imobiliare speciale. Acestea includ toate celelalte tipuri - de obicei proprietăți cu o cifră de afaceri foarte scăzută sau inexistentă, cum ar fi bisericile, clădirile publice sau facilitățile, etc.

În același timp, potrivit lui Van Loon și Aalbers, investițiile imobiliare pot fi grupate în două mari categorii:<sup>21</sup>

<sup>18</sup> Banca Națională a României (2012), Regulamentul BNR nr. 17 din 12.12.2012 privind unele condiții de creditare, MONITORUL OFICIAL nr. 855 din 18 decembrie 2012, <http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/143876>

<sup>19</sup> Harkins P., Hollihan K., (2006) Toată lumea câștigă: Povestea și Lecțiile din spatele RE/Max, Ed. Wiley, Denver

<sup>20</sup> Suárez, J. L. (2009), *Commercial Real Estate. In European Real Estate Markets* (pp. 50-81). Palgrave Macmillan, London.

<sup>21</sup> Van Loon, J., & Aalbers, M. B. (2017). How real estate became ‘just another asset class’: The financialization of the investment strategies of Dutch institutional investors. *European Planning Studies*, 25(2), 221-240.

- *Investiții imobiliare directe* - De la mijlocul anilor '90, volumul investițiilor și prețurile pe piețele imobiliare europene au crescut semnificativ.<sup>22</sup> Randamentele pozitive ale industriei și corelația scăzută cu capitalurile proprii și investițiile cu venituri fixe, combinate cu o accesibilitate mai mare pe piață, au încurajat mulți investitori să crească ponderea activelor imobiliare în portofoliile de investiții, în încercarea de a atinge un echilibru mai confortabil între risc și rentabilitate.
- *Investiții imobiliare indirecte* -Există două vehicule principale pentru investiții indirecte în imobiliare: fonduri de investiții imobiliare și companii imobiliare. Cu aceste instrumente, investitorul nu numai că ocupă o poziție în domeniul pieței imobiliare ci dobândește, de asemenea, diferite structuri de risc / rentabilitate, care pot varia în funcție de instrumentul utilizat. Se presupune că investiția indirectă are multe avantaje în comparație cu investiția directă. Unele dintre aceste avantaje sunt legate de scară (investițiile indirecte permit investiții de dimensiuni mai mici); diversificare (o investiție într-un vehicul indirect ar putea duce la o parte din investiții în portofolii uriașe și diversificate); și management profesional care ajută investitorii să aleagă mize adecvate. Desigur, există și dezavantajele ale investițiilor indirecte; de exemplu, proprietățile imobiliare ale companiilor ar putea fi afectate de condițiile generale pe piețele bursiere, pe lângă situația cu activele imobiliare în sine; și faptul că fondurile imobiliare sunt adesea mai opace în funcționarea lor.<sup>23</sup>

#### Caracteristicile proprietății imobiliare, manifestările și consecințele acestora

Caracteristicile proprietății imobiliare	Manifestări	Exemple de consecințe care decurg din caracteristici
La nivel fizic		
Complexitate	pluralitate a părților componente (terenuri, clădiri, structuri, plantații)	probleme în ceea ce privește estimarea valorii de piață având în vedere diversitatea și complexitatea caracteristicilor elementelor de proprietate
Permanența	nicio posibilitate de dislocare a majorității părților componente ale proprietății	este posibil să se impoziteze proprietatea, proprietatea poate fi folosită drept garanție pentru datorii, caracterul local al piețelor imobiliare, valoarea proprietății este vulnerabilă la schimbările care se desfășoară în mediul înconjurător
Durabilitate	Perisabilitatea scăzută a	proprietățile reprezintă

<sup>22</sup> Andonov, A., Eichholtz, P., & Kok, N. (2015). Intermediated investment management in private markets: Evidence from pension fund investments in real estate. *Journal of Financial Markets*, 22, 73–103.

<sup>23</sup> Fernandez, R., & Aalbers, M. B. (2016). Financialization and housing: Between globalization and varieties of capitalism. *Competition & Change*, 20(2), 71–88.

	terenului, durată de viaţă utilă extinsă a clădirilor şi structurilor	investiţii bune de capital, este posibil să existe simultan diverse acţiuni legale în raport cu aceeaşi proprietate şi posibilitatea de a separa dreptul de uzufruct asupra proprietăţii de dreptul de proprietate
Diversitate	Nu există două proprietăţi identice, există un mare grad de diversitate al proprietăţilor pe piaţă	dificultatea de a compara proprietatea generează probleme cu evaluarea acesteia
Indivizibilitate	nu este posibilă separarea terenului de clădire, există părţi indivizibile în structura fizică a clădirilor	utilizarea modificabilă a proprietăţii (reconstrucţie, închiriere, vânzarea unei părţi sau a întregii proprietăţi)
La nivel economic		
Raritate	Numarul de proprietăţi nu acoperă cererea	fluctuaţia valorii proprietăţii, necesitatea modernizării clădirilor pentru a satisface cererea
Locaţie/localizare	amplasarea din punct de vedere fizic şi statutul economic al locaţiei (declarare sediu firme etc)	modul în care proprietatea este utilizată şi modul în care se schimbă depinde de locaţie, de mediul înconjurător şi de accesul la proprietate
Interdependenţă	funcţia unei zone şi realizarea funcţiei afectează alte proprietăţi	caracteristicile individuale ale unei anumite proprietăţi ar putea avea o relevanţă secundară, având în vedere impactul substanţial al mediului înconjurător
Caracterul intensiv al capitalului	cheltuieli mari necesare pentru achiziţionarea de terenuri şi construcţia unei clădiri	este necesară finanţarea externă, cum ar fi luarea unui împrumut în etapa de implementare, o perioadă lungă necesară pentru rambursarea fondurilor investite şi o perioadă relativ lungă de durabilitate economică
Lichiditate redusă	vânzarea proprietăţii nu este	dificultăţi în obţinerea unei

	nici sigură, nici ușoară	rentabilități rapide a capitalului
--	--------------------------	------------------------------------

Sursa: Piasecka, A. (2017). A characterization of the real estate market. *Central and Eastern European Journal of Management and Economics*, 5(4), 173.

O caracteristică fundamentală a pieței imobiliare este impactul major pe care factorul psihologic îl are asupra mișcării rapide și brutale a prețurilor. Într-unul dintre interviurile sale, Robert Shiller, profesor la Universitatea Yale, spunea că în domeniul imobiliar percepția proprietăților imobiliare ca investiție determină cicluri cu caracter speculativ<sup>24</sup>.

Investițiile imobiliare reprezintă o parte semnificativă a multor portofolii instituționale. Întrucât imobilul nu este tranzacționat direct pe un schimb centralizat, piața imobiliară fizică se caracterizează prin lipsa relativă de lichiditate, dimensiuni mari de lot și costuri ridicate de tranzacții cu proprietăți fixate local și eterogene<sup>25</sup>. Transparența scăzută a pieței imobiliare determină, de asemenea, potențiale informații asimetrice. Existența potențială a informațiilor asimetrice oferă, de asemenea, o sursă de risc relativ mare / rentabilități ajustate la acei indivizi pentru care pot obține informații de calitate „costisitoare”.

### 1.5. Factori care influențează piața imobiliară

Produsele pieței imobiliare sunt o marfă specială pe datorită eterogenității lor, a lichidității scăzute și a costurilor ridicate. Dezvoltarea și investițiile imobiliare sunt, prin urmare, considerate activități economice locale și sunt asociate cu o bună înțelegere a piețelor locale.

În Zona Euro, piața imobiliară a înregistrat o creștere puternică în multe țări în ultimele decenii. Modificarea prețurilor locuințelor a preocupat atât persoanele fizice, cât și guvernele, deoarece influențează condițiile socioeconomice și au un impact suplimentar asupra condițiilor economice naționale. Leung și colab.<sup>26</sup> a susținut că prețurile proprietăților sunt strâns legate de variabilele macroeconomice. Evoluția pieței locuințelor a devenit un element din ce în ce mai important în setul de informații monitorizate de băncile centrale. Una dintre lecțiile celei mai recente crizei globale a fost aceea că o creștere excesivă a prețurilor activelor, originară din sectoarele financiare și imobiliare, trebuie ținută sub control constant, din cauza impactului potențial perturbator asupra stabilității financiare<sup>27</sup>. Așteptările privind câștigurile de capital din investițiile în locuințe afectează prețurile locuințelor prin creșterea cererii de locuințe, ceea ce la rândul său provoacă volatilitate ridicată a prețurilor locuințelor<sup>28</sup>. Piața locuințelor poate fi influențată de variabile macroeconomice, diferențe spațiale, caracteristici ale structurii comunității și facilități de mediu<sup>29,30,31</sup>. Cirman și colaboratorii au

<sup>24</sup> Shiller, R. J. (2012). *The subprime solution: how today's global financial crisis happened, and what to do about it*. Princeton University Press.

<sup>25</sup> Georgiev, G., Gupta, B., & Kunkel, T. (2003). Benefits of real estate investment. *The journal of portfolio management*, 29(5), 28-33.

<sup>26</sup> Leung, Ch., Kan, K., Kwong, S., (2004) The dynamics and volatility of commercial and residential property prices: Theory and evidence, "Journal of Regional Science", 44 (1), pp. 95-123

<sup>27</sup> Rondinelli, C., & Veronese, G. (2011). Housing rent dynamics in Italy. *Economic Modelling*, 28(1-2), 540-548.

<sup>28</sup> Selim, H., (2009) Determinants of house prices in Turkey: hedonic regression versus artificial neural network, "Expert Systems with Applications", 36(2), pp. 2843-2852

<sup>29</sup> Brzezicka, J., Wiśniewski, R., Figurska, M., (2018) Disequilibrium of the real estate market: evidence from Poland, "Land Use Policy", 78, pp. 515-531

<sup>30</sup> Kim, K., Park, J., (2005), Segmentation of the housing market and its determinants: Seoul and its neighboring new towns in Korea, "Australian Geographer", 36(2), pp. 221-232

<sup>31</sup> Goodhart, C., (2005) Beyond current policy frameworks, Working Papers 189, BIS, 2005.

susţinut că durata de timp pe piaţa a proprietăţilor rezidenţiale în Slovenia depinde de modul în care a fost stabilit preţul iniţial de listă, de caracteristicile proprietăţii, precum şi de condiţiile economice şi financiare generale ale pieţelor<sup>32</sup>.

Într-o cercetare bazată pe chestionar privind selecţia pieţei pentru investiţiile imobiliare internaţionale în rândul investitorilor care operează în Europa, Falkenbach identifică factorii care afectează atractivitatea pieţei imobiliare. Aceştia sunt:

- Randamentul preconizat al investiţiilor imobiliare
- Creştere economică preconizată în ţară / zonă
- Siguranţa titlului / drepturilor de proprietate
- Disponibilitatea serviciilor profesionale în sectorul
- Fiscalitate
- Lichiditatea pieţelor imobiliare
- Mărimea pieţei
- Disponibilitatea informaţiilor de piaţă şi a reperelor de performanţă
- Existenţa investiţiilor indirecte posibilităţi
- Posibilităţi de diversificare prin corelarea scăzută a rentabilităţilor
- Apropierea geografică a pieţelor către alte pieţe ţintă
- Existenţa altor actori străini pe piaţă<sup>33</sup>.

Unul dintre cei mai importanţi factori determinanţi ai investiţiilor imobiliare este preţul care este puternic influenţat de cerere şi ofertă. Cercetările ştiinţifice corelate cu practica economică au încercat să creeze diferite modele care să încorporeze factorii ca influenţează preţul proprietăţilor.

### **1.6. Strategii, tehnici şi tactici specifice industriei imobiliare**

Generalul Clausewitz defineşte strategia ca fiind "arta de a nu lupta decât în poziţia de superioritate". Dicţionarul Larousse defineşte strategia ca fiind "arta de a dirija mijloacele în vederea victoriei.

Sintetizând, putem defini strategia firmei ca fiind reprezentată de căile şi mijloacele ce-i permit firmei să progreseze spre obiectivele esenţiale în condiţii mai bune, adică către o dezvoltare armonioasă şi având o legătură mai strânsă cu mediul actual şi viitor.

Pentru a răspunde la cerinţele clienţilor este nevoie de elaborarea unor strategii adecvate, de cele mai multe ori strategiile fiind un instrument puternic, care menţine diferenţe semnificative între servicii.<sup>34</sup>

Procesul de formulare a strategiei implică următoarele etape: intenţie, evaluare şi alegere.

---

<sup>32</sup> Cirman, A., Pahor, M., Verbic, M., (2015), Determinants of Time on the Market in a Thin Real Estate Market, "Engineering Economics", 26(1), pp. 4–11

<sup>33</sup> Falkenbach, H. (2009). Market selection for international real estate investments. *International Journal of Strategic Property Management*, 13(4), 299-308.

<sup>34</sup> Nănescu, A.G. (2013), Particularităţi ale aplicării marketingului în serviciile medicale, ECOSTUDENT - Revistă de cercetare ştiinţifică a studenţilor economişti, Nr. 2



Există patru tipuri de tactici antreprenoriale în domeniul imobiliar:

1. Aruncă în luptă toate resursele pe care le ai
2. Loveşte acolo unde nu este nimeni
3. Găsirea și ocuparea unei breşe ecologice
4. Schimbarea caracteristicilor economice ale unui produs, ale unei pieţe sau ale unei industrii.

Ac acestea se aplică în mod diferit de către marile agenții imobiliare, au valențe exclusiv practice, motiv pentru care nu sunt dezvoltate în teza de doctorat.

#### Strategii imobiliare generale

<i>Strategia imobiliară</i>	<i>Măsuri posibile</i>
Reducerea costurilor	<p>Costul de ocupare pe metru<sup>2</sup></p> <p>Costul de ocupare pe loc</p> <p>Costul de ocupare pe angajat</p> <p>Costul de ocupare pe unitate de venit</p> <p>Costul de ocupare ca procent din cheltuielile totale de exploatare</p> <p>Costul de ocupare ca procent din veniturile de exploatare pe unitatea de afaceri</p> <p>Costul ocupării ca procent din exploatare venituri pe construcții</p> <p>Costul ocupării pe unitatea de producție Costul ocupat ca procent din forța de muncă totală și cheltuielile generale pe unitatea de afaceri</p> <p>Costul ocupării prin construirea spațiului (metri pătrați sau metri) pe angajat</p> <p>Procent din spațiul ocupat</p> <p>Procent spațiu operațional față de non- spațiu operațional</p> <p>Spațiul total deținut și închiriat (metri pătrați/ metri)</p> <p>Persoane pe loc</p> <p>Numărul de mutări pe an</p> <p>Costul spațiului sub-utilizat</p> <p>Costul imobiliar pe angajat</p> <p>Cheltuieli totale de exploatare</p>
Creșterea flexibilității	Procentul spațiului închiriat în raport cu spațiul total

	<p>Lungimea termenilor de închiriere</p> <p>Utilizarea spațiilor de lucru virtuale și flexibile</p>
Creșterea productivității	<p>Opiniile angajaților cu privire la cât de bine le susține locul de muncă productivitatea Distanța dintre angajați</p> <p>Distanța dintre site-urile companiei și întreprinderi</p> <p>Timpul pierdut cu întreruperi (datorită dispunerii spațiului deschis)</p> <p>Procent servicii împărțite</p> <p>Fără pierdere de afaceri din cauza eșecului serviciilor imobiliare</p> <p>Cheltuielile imobiliare ca procent din marja brută</p> <p>Cheltuieli imobiliare ca procent din totalul cheltuielilor de exploatare</p> <p>Timp utilizat pentru proiecte imobiliare versus timp bugetat pentru proiecte</p> <p>Bani cheltuiți pentru proiecte imobiliare față de bani bugetați pentru proiecte</p> <p>Număr de furnizori de servicii / acorduri de nivel de servicii</p> <p>Număr de tranzacții / proiecte / închirieri per calificări ale angajaților</p> <p>Cifra de afaceri a angajaților</p> <p>Numărul de pași / timp pentru procesul de aprobare imobiliară</p> <p>Utilizarea de audituri pentru furnizorii de servicii</p>
Creșterea satisfacției angajaților / clienților interni	<p>Satisfacția angajaților referitoare la mediul de lucru</p> <p>Calitatea mediului interior (fulgere, temperatură, zgomot)</p> <p>Spațiul de lucru (dimensiunea, forma)</p> <p>Cantitatea de facilități din apropiere pentru angajați</p> <p>Gama de servicii oferite</p> <p>Satisfacția angajaților / clienților interni</p> <p>Competența personalului</p> <p>Investiții în formare pentru fiecare angajat</p>
Creșterea inovației	<p>Numărul de aranjamente de lucru în echipă</p> <p>Numărul de stații de lucru pe angajat</p>

<p>Marketingul și promovarea vânzărilor</p>	<p>Distanța până la modurile de transport necesare pentru clienți</p> <p>Distanța față de clienți</p> <p>Utilizarea logo-urilor și a culorilor companiei în proiectarea locului de muncă</p> <p>Evaluarea imaginilor în funcție de atributele clădirii</p> <p>Consumul de energie (conservare)</p> <p>Numărul de audituri energetice</p> <p>Durabilitatea mediului a clădirilor</p>
<p>Creșterea valorii activelor</p>	<p>Costul imobiliar al achizițiilor versus rentabilitate</p> <p>Comparații dintre leasing și construcție sau costuri de proprietate</p> <p>Rapoarte de îmbătrânire pentru închirieri</p> <p>Costuri de deținere a imobilelor pe an</p> <p>Numărul de audituri de calitate a clădirilor</p> <p>Randamentul imobiliar la investiții</p> <p>Randamentul imobiliar la capitaluri proprii</p> <p>Randamentul afacerilor asupra activelor imobiliare</p> <p>Vânzări sau venituri pe metru pătrat (metru)</p> <p>Spațiu (metri pătrați sau metri) pe unitate (dolar) de venituri</p> <p>Valoarea capitalului de piață față de valoarea contabilă prin clădire</p> <p>Procentul excedentelor active vândute</p> <p>Timpul de a dispune de proprietăți față de plan</p> <p>Costul de eliminare a proprietății versus economii</p> <p>Timpul de a curăța clădirile versus planul</p> <p>Numărul de proiecte de dezvoltare pentru proprietăți învechite</p> <p>Starea activității de gestionare a riscurilor (site-urile contaminate)</p>
<p>Eficiența în procesul strategic al companiilor</p>	<p>Procentul de angajați care indică o înțelegere puternică a modului în care lucrările lor își îndeplinesc obiectivele corporative</p> <p>Angajați implicați în planificarea strategică corporativă</p>

	<p>Angajaşi integraţi în alte strategii funcţionale (HR, IT etc.)</p> <p>Angajaţi care s-au implicat activ în iniţiative la nivel mondial, cum ar fi utilizarea resurselor speciale, consolidări sau oportunităţi de servicii comune</p> <p>Număr de întâlniri formale şi informale cu manageri de top</p> <p>Completarea obiectivelor strategice</p> <p>Timpul de comunicare folosit între angajaţi şi directorii de top</p> <p>Autoevaluarea cât de bine sprijină strategiile privind luarea deciziilor</p>
--	---

Sursa: Lindholm, A. L., & Leväinen, K. I. (2006). A framework for identifying and measuring value added by corporate real estate. *Journal of Corporate Real Estate*.

Elementul comun al tuturor strategiilor este „crearea clientului”, respectiv:

- crearea utilităţii pentru client;
- adaptarea la realitatea socială şi economică a clientului
- livrarea a ceea ce reprezintă valoare pentru client.

Strategiile antreprenoriale implementate în domeniul imobiliar formează inovaţia şi sistemul antreprenorial specific, fără a avea elemente prin care să se ridicela rangul de ştiinţă.

## CAPITOLUL 2

### STUDIUL COMPORTAMENTULUI CONSUMATORULUI ÎN PROCESUL DE ALEGERE A BUNURILOR IMOBILIARE

#### 2.1. Procesul de alegere și stabilirea deciziei în procesul de cumpărare

O mare parte din studiile comportamentului consumatorului se focusează pe procesul de alegere a consumatorului. Teoria utilității în economie și teoria atitudinii în psihologia socială sunt similare și constituie baza în procesul de decizie și procesul de alegere al cumpărătorului. Consumatorii achiziționează bunuri și servicii pentru beneficiile care derivă din folosința acestora.

Multe dintre achizițiile imobiliare sunt considerate bunuri care necesită un nivel înalt de implicare, implicat luarea unei decizii complexe. Studiul comportamentului consumatorului cercetează starea psihologică și comportamentul consumatorilor individuali din punctul în care aceștia percep o nevoie prin căutarea de informații, evaluarea alternativelor, achiziție și evaluarea finală a consecințelor<sup>35</sup>. Se consideră că achiziția unui produs sau serviciu este precedată de o serie de procesări mentale a informațiilor. Acest lucru implică o funcție cognitivă, în formarea convingerilor, o componentă emoțională în dezvoltarea atitudinilor negative sau pozitive și o reacție prin care consumatorii sunt motivați să aleagă produsul și să îl achiziționeze.

#### 2.2. Determinanții interni ai comportamentului consumatorului în raport cu bunurile imobiliare

Există o serie de determinanți interni ai comportamentului consumatorului, în general, pe piața imobiliară, în special<sup>36</sup>: motivația, personalitatea, stilul de viață, învățarea și cunoașterea informațiilor, imaginea de sine. Toate acestea sunt dezvoltate pe larg în teza de doctorat.

#### 2.3. Determinanți externi ai comportamentului consumatorilor

Determinanții externi ai comportamentului consumatorilor de pe piața imobiliară sunt: grupurile de referință, cultura, subcultura, clasa socială și familia. Acestea sunt detaliate în cuprinsul tezei de doctorat.

---

<sup>35</sup> Blackwell R.D., Miniard P.W., Engel J.F., (2006), Consumer behavior, Thomson Learning, Boston

<sup>36</sup> Holbrook, H., (1995), Cercetarea Consumatorului: Eșeu introspectiv în Studiul Consumului, Ed. Sage Publications, pp. 69-71

## CAPITOLUL 3

### ANALIZA PIEŢEI IMOBILIARE LA NIVEL EUROPEAN

Piaţa imobiliară are o importanţă deosebită atât pentru dezvoltarea economică cât şi socială a unei ţări<sup>37</sup>. Tendinţele din sectorul imobiliar şi proiectele de dezvoltare imobiliară din ţară sunt recunoscute ca un indicator semnificativ al tendinţelor din întreaga economie<sup>38</sup> şi modelează, de asemenea, imaginea nevoilor societăţii<sup>39</sup>. Investiţia în imobiliare este definită ca comportament economic atunci când banii şi alte resurse sunt puse în dezvoltare şi gestionarea imobiliară pentru a obţine profituri maxime<sup>40</sup>. Investiţia imobiliară ar putea însemna, de asemenea, investiţia într-o zonă funciară cu ţinta de a-şi creşte valoarea prin proiecte de dezvoltare<sup>41</sup>. Dată fiind perioada lungă de timp pe care s-a întins studiul aferent realizării acestei teze, informaţiile culese pentru analiza pieţei imobiliare europene în perioada 2014-2016, necesare ca punct de plecare în realizarea cercetărilor din capitolele următoare, au fost actualizate şi completate cu informaţii recente din 2019 şi perspective de la începutul anului 2020.

#### 3.1. Privire de ansamblu asupra pieţei imobiliare europene în perioada 2016-2021

Pe piaţa europeană a avut loc o schimbare semnificativă, atât în ceea ce priveşte măsura în care investitorii abordează riscul dar şi cât sunt de pregătiţi să meargă mai departe. Asumarea riscului în căutarea unor randamente mai mari este o mişcare inteligentă, potrivit multor investitori. Băncile, la rândul lor, au mărit valoarea creditului ajungând până la 85% din valoarea investiţiei şi au început să împrumute prudent pe proiecte de dezvoltare şi mai puţin pe proprietăţi private.<sup>42</sup>

Recuperarea pe pieţele de capital a început în Marea Britanie şi Germania, dar asistăm acum la o recuperare mai largă indiferent de mediul economic. Italia, Franţa şi Spania au început procesul de recuperare şi pare că acesta va continua. Investitorii internaţionali şi locali roiesc în capitala Germaniei, atraşi de ceea ce ei consideră active relativ ieftine şi oportunităţi de dezvoltare.

Londra, piaţa imobiliară cea mai mare la nivel mondial în Europa, rămâne un favorit, datorită lichidităţii sale ridicate. Aceasta piaţă a alunecat în jos cinci locuri de anul trecut, în principal, datorită supraevaluării activelor de bază. Cu toate acestea, rămâne primul port de escală pentru mulţi jucători internaţionali.

---

<sup>37</sup> Canas, S. R. D., Ferreira, F. A. F., Meidute-Kavaliauskiene, I. (2015). Setting rents in residential real estate: A methodological proposal using multiple criteria decision analysis. *International Journal of Strategic Property Management*, 19(4), 368-380. <https://doi.org/10.3846/1648715X.2015.1093562>

<sup>38</sup> Golob, K., Bastic, M., Psunder, I. (2012). Analysis of impact factors on the real estate market: Case Slovenia. *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*, 23(4), 357-367. <https://doi.org/10.5755/j01.ee.23.4.2566>

<sup>39</sup> Squires, G., Heurkens, E. (2016). Methods and models for international comparative approaches to real estate development. *Land Use Policy*, 50, 573-581. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2015.10.005>

<sup>40</sup> Wu, W., & Kou, G. (2016). A group consensus model for evaluating real estate investment alternatives. *Financial Innovation*, 2(8). <https://doi.org/10.1186/s40854-016-0027-8>

<sup>41</sup> Olsson, N. O. E., Sorensen, A. O., & Leikvan, G. (2015). On the need for iterative real estate project models – Applying agile methods in real estate developments. *Procedia Economics and Finance*, 21, 524-531. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00208-7](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00208-7)

<sup>42</sup> Revista, Retail Space Europe 2015., (2015) The Pan -European reference guide to retail space, Ed. Europe Real Estate, Bruxelles, 2015

Europa de Sud a revenit puternic în ultimele 12 luni, deci nu este surprinzător faptul că Madrid a sărit 16 locuri pentru a lua bronzul (locul 3). Preţurile au crescut considerabil în Madrid, ceea ce sugerează că investitorii care doresc randamente mai mari privesc spre pieţele secundare, ca Spania, anul viitor, pentru randamente mai bune.<sup>43</sup> Potrivit rezultatelor unui chestionar privind opiniile investitorilor în ceea ce priveşte oportunităţile de investiţii în Spania, 61% dintre respondenţi fiind de părere că Spania este opţiune bună pentru investit în anul 2016.

Fondurile de capital suverane şi fondurile de pensii din Asia şi America de Nord vor juca un rol mai important pe piaţa europeană în 2021, continuând tendinţa din ultimii ani.

### **3.2. Factori de nfluenţă şi specificităţi pe piaţa imobiliară europeană**

#### **3.2.1. Presiunea asupra preţurilor**

Disponibilitatea capitalului, fie ca este vorba de capitaluri proprii sau datorii, nu este o problema. Problema este că există prea mult capital propriu şi datorii şi prea puţine oportunităţi de investiţii.

Proprietatea de bază este prea scumpă în aproape toate pieţele, spun 61% din cei intervievaţi de către RE/MAX. Neaşteptat, în jurul valorii de aceeaşi proporţie - trei cincimi dintre respondenţii RE/MAX Real Estate Survey - care cred că proprietatea de baza este prea scumpă şi afirmă că rata de rentabilitate necesară va implica asumarea mai multor riscuri.

Alt grup de investitori cu o influenţă semnificativă pe piaţa europeană sunt fondurile de oportunitate din America de Nord.

Investitorii americani se uită la Europa şi văd că este o adevărată primejdie, dislocare, şi este o piaţă mai puţin eficientă şi transparentă. Acesta oferă oportunităţi mai bune pentru a investi decât SUA, în cazul în care pieţele s-au recuperat mai rapid şi există o mulţime de capital şi este mult mai greu de a găsi o valoare.

Dar, cei activi în Europa au opinii mixte cu privire la faptul că încă mai oferă randamente bune. Dacă nu va exista un alt mare şoc, este posibil ca povestea cu dificultatea economică să fie terminată, nu pare să mai existe o lipsă de lichiditate. Şi, spre deosebire anul trecut, nu exista nici un consens greu şi rapid cu privire la găsirea următoarei mine de aur. Irlanda şi Spania sunt încă în linişte, iar domeniul de aplicare s-a lărgit în restul Europei de sud.

Italia este cel mai evident următoarea ţintă. Este o economie mare, cu o piaţă imobiliară mare, şi există dificultăţi financiare semnificative între creditori si investitori. Cele mai mari fonduri de oportunitate din SUA sunt în picaj, cumpărând portofolii mari de credite neperformante imobiliare de la bănci italiene, care se afla sub presiune pentru răscumpărarea datoriilor.

Mulţi dintre cei intervievaţi vizează Italia şi 62 % dintre respondenţi cred că există oferte bune de făcut. Suntem într-un punct în care, chiar dacă toata lumea credea că Italia a fost un caz coş cu puţin timp în urma, oamenii vor să facă oferte doar pentru ca banii sunt acolo. Dar, localnicii sunt mai

---

<sup>43</sup> Dilek, P., Mattarocci, G., (2015), European Real Estate Asset Class Performance and Optimal Portfolio Construction, Editura Macmillan, Londra

pesimişti, conform acestora investițiile imobiliare sunt imposibil de finanțat din capitalurile proprii, și nu sunt așteptări că acest lucru să se schimbe în următoarele 12 luni.

Momentan putem spune că este nevoie de mai mult curaj de a investi în Italia, deoarece este într-o recesiune triplu-plonjoare și elementele fundamentale nu sunt la fel de puternice ca înainte de criza economică din anul 2008. Italia este foarte populară atâta timp cât există ochi pentru a putea vedea în întuneric.

În timp ce guvernul Matteo Renzi s-a adus o măsură de stabilitate politică, există întrebări în legătură cu planurile sale de cheltuieli și capacitatea de a conduce prin reforme politice și de afaceri. În Italia există o incertitudine cu privire la regulile economice și în special cu privire la impozitul pe proprietate.

Investitorii internaționali se vor lipi la jumătatea de nord a țării și a activelor prime, evitând pie ele secundare și de sud, Italia este bifurcată pentru moment între nord și sud, în cele din urmă datorită acestui lucru, partea din sud a Italiei va continua să stagneze din punct de vedere economic.

Între timp, Spania și chiar Irlanda sunt în mod tacit luate în considerare, de 71 % și 47 % dintre respondenții respectivi. Spania a fost o zonă limitată, dar acum este o zonă permisivă, datorită reglementărilor economice care sprijină investitorii străini.

Un tsunami de capital s-a revărsat peste Spania, o mare parte din ea la nivel global. Oportunitățile speculative și fondurile din SUA, băncile de investiții la nivel mondial, administratorii de fonduri europene, magnații chinezi ai pieței imobiliare, și chiar Warren Buffett, toți s-au "îngrămădit" să investească aici.

Există o activitate de bază foarte mică, deoarece datoria este destul de dificilă, iar băncile locale încă nu împrumută. Însă acum economia se reface, investitori precum Buffet, US retail, REIT Simon Property și TH Real Estate intră în joc aceștia adunând împreună investiții în valoare de 2.5 miliarde de dolari.

În alte părți din Europa de Sud, Portugalia și Grecia, au de asemenea investitorii lor: Portugalia este în sus, Spania este pe sfârșitul crizei, Italia este încă o enigmă și mai devreme sau mai târziu, Grecia va fi în centrul atenției din nou."

Doar un sfert din cei intervievați de către RE/MAX cred că Franța oferă oportunități bune de investiții, o proporție mai mică decât fantezista Grecia. "Franța este în dificultate, sunt mari, randamentele sunt de peste 20 de ani și cel mai important guvernarea schimbă modul de impozitare în mod regulat, fiind astfel imposibil momentan pentru marii investitori să își calculeze cu exactitate randamentele.

Dar locul pe care aproape toată lumea îl evită este Rusia. Nici o surpriză, având în vedere sancțiunile economice care au fost impuse după anexarea Crimeei, Rusia devenind din ce în ce mai mult o piață de monedă locală și prețurile în moneda locală vor rezista destul de bine.

### 3.2.2 Investițiile în sectoarele retail, birouri și logistică

Există o dislocare vizibilă între alegerea sectorială. Anul acesta, cele mai bune șase pariuri cotate cuprind toate sectoarele "alternative", cinci dintre ele fiind variante de locuit. Iar pentru



dezvoltare, alternativele capătă o și mai mare recunoștință, cu locuințe sociale și de auto-depozitare printre primele șase.

Dintre sectoarele principale, logistica este partea de sus a arborelui, e-commerce fiind motivul principal pentru popularitatea sa. Birourile din centru orașului nu sunt cu mult în urma, dar cele suburbane și parcurile de afaceri sunt spre partea de jos a clasamentului. Aceste hotărâri sunt două fețe ale aceleiași monede – urbanizarea și mutarea oamenilor și companiilor.

### 3.3. Piața imobiliară din Europa în 2020

Piața imobiliară „freamătă” în întreaga Europă. Investitorii imobiliari europeni sunt tot mai prudenți, pe măsură ce sectorul se îndreaptă spre finalul unui ciclu economic. În opinia lui Apostol, preocuparea majoră a principalilor actori din piața imobiliară europeană (investitori și brokeri/proprietari de agenții imobiliare) se raportează la riscul latent generat de neconcordanța dintre presiunea/nevoia de a investi și teama că prețurilor vor putea crește exponențial<sup>44</sup>.

Intr-un studiu despre prețurile de pe piața imobiliară realizat de Deloitte și publicat în iulie 2019, este prezentat prețul mediu pentru o tranzacția unei locuințe noi în orașele selectate:

- Parisul (în interior) a fost cel mai scump oraș printre orașele chestionate cu un preț de listă care ajunge la 12.910 EUR / mp.
- Al doilea cel mai scump oraș după Paris a fost Londra cu un preț la 11.185 EUR/ mp, cu o nouă metodologie de referință folosind valoarea medie pentru întregul oraș. Cumpărarea unei locuințe din Manchester sau Birmingham a fost în 2018 mult mai accesibilă.
- Munchen a devenit al treilea cel mai scump oraș cu un preț mediu de 7.800 EUR/ mp, depășind alte mari orașe germane.
- De obicei, capitala este și cel mai mult oraș scump din țara sa, dar nu este cazul în unele orașe. Milano, Barcelona și Munchen sunt mai scumpe decât Roma, Madrid și Berlin.
- O creștere a prețurilor a fost înregistrată predominant în orașele situate în Republica Cehă, Olanda, Portugalia și Spania.
- S-a înregistrat cea mai mare creștere din ultimii ani în Ostrava (+ 30,3%) urmată de Barcelona (+ 29,7%).
- Debrecen din Ungaria a fost din nou cel mai ieftin oraș printre toate orașele observate cu un preț de 1.110 EUR / mp. Al doilea oraș ieftin în 2018 a fost Győr cu un preț mediu al locuinței s-a ridicat 1.195 EUR / mp<sup>45</sup>.

Publicația a analizat și lista prețurilor de închiriere printre orașele selectate. Închirierea locuințelor constituie o parte esențială și vitală a pieței rezidențiale.

---

<sup>44</sup> Apostol, D. (2019), Piața imobiliară, între oportunități și amenințări în 2019, Disponibil on-line la <https://www.debizz.ro/piata-imobiliara-intre-oportunitati-si-amenintari-in-2019/>, Accesat în 14.02.2021

<sup>45</sup> Deloitte, (2019), Property Index Overview of European Residential Markets Where does residential price growth end? 8th edition, Disponibil online la <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/de/Documents/real-estate/property-index-2019-2.pdf>, Accesat în 20.02.2021

### 3.4. Piaţa imobiliară din România în anul 2021

Potrivit unui raport al Comisiei Europene publicat pe site-ul Global Property Guide în 2019<sup>46</sup>, economia României rămâne robustă dar deficitul bugetar al guvernului depăşeşte plafonul de 3%. Prezentăm în continuare câteva repere ale situaţiei economice a României din acest raport:

Economia României a rămas robustă în 2019, înregistrând o creştere reală a PIB-ului de aproximativ 4,1%, în urma extinderilor de 4% în 2018, 7% în 2017, 4,8% în 2016, 3,9% în 2015 şi 3,4% în 2014, potrivit Comisiei Europene (CE). Ca urmare a relaxării fiscale, CE se aşteaptă ca deficitul României să crească în continuare la 4,4% din PIB în acest an şi la 6,1% din PIB în 2021. În noiembrie 2019, rata şomajului ajustat sezonier a fost de 4%, scăzând uşor faţă de 4,1% în aceeaşi perioadă a anului trecut, potrivit INS. Numărul total de şomeri din România a scăzut la 366.000 în noiembrie 2019, faţă de cele 374.000 de şomeri ai anului trecut. Inflaţia a fost de 4% în decembrie 2019, faţă de cea de 3,8% din luna precedentă şi peste banda ţintă a băncii centrale de 1,5% până la 3,5%. Inflaţia este proiectată pentru a uşura până la 3,5% în acest an, potrivit CE.

În decembrie 2019, Leul românesc (RON) a înregistrat un nou nivel istoric faţă de euro, cursul valutar fiind de aproximativ 4.7757 RON pe euro. Deprecierea monedei este atribuită în principal deteriorării rapide a balanţei comerciale şi a contului curent şi a scepticismului în creştere al investitorilor cu privire la politicile de expansiune ale guvernului. În acest context economic, potrivit unui articol din Real Estate Magazine, Posirca notează că sectorul imobiliar comercial din România nu a înregistrat în 2019 modificări notabile în privinţa structurii cererii în niciun segment din piaţă<sup>47</sup>. Sectorul IT&C a continuat să înregistreze o activitate intensă de închiriere de birouri în primul trimestru, la nivelul Capitalei. Companiile de tehnologie au generat cerere pentru birouri şi în oraşele regionale, în condiţiile în care marile firme au continuat campaniile de recrutare de specialişti.

O perspectivă asupra pieţei imobiliare din România în anul 2019 este prezentată de site-ul Global Property Report<sup>48</sup>. Potrivit acestui site preţurile locuinţelor din România continuă să crească puternic. Economia creşte bine, dar în contextul unui mediu inflaţionist îngrijorător. Deficitul bugetar al guvernului este în creştere, comerţul şi contul curent se deteriorează, iar Leul românesc (RON) este în scădere. Politica rămâne instabilă şi există niveluri ridicate de corupţie şi nemulţumire populară.

### 3.5. Previzuni pentru piaţa imobiliară din Europa pentru anul 2021

În ceea ce priveşte problemele sociale/ politice din 2020, instabilitatea politică internaţională şi europeană sunt considerate preocupări esenţiale de peste 70% dintre respondenţi la sondaj. Aproape 60% sunt preocupaţi de politica naţională - o creştere accentuată faţă de anul trecut.

Fundalul politic al investiţiilor se află în mintea liderilor de pe piaţa imobiliară din Europa de ani buni. Diferenţa este că problemele politice acţionează ca o influenţă asupra performanţei economice şi imobiliare, precum şi a încrederii în afaceri.

<sup>46</sup> Global Property Guide, (2019), Disponibil la <https://www.globalpropertyguide.com/Europe/Romania>, Accesat în 20.02.2021

<sup>47</sup> Posirca, O., (2019), Industriile generatoare de cerere pentru sectorul imobiliar în 2019, Disponibil la <https://realestatemagazine.ro/2019/10/industriile-generatoare-de-cerere-pentru-sectorul-imobiliar-in-2019/>, Accesat în 20.02.2021

<sup>48</sup> Global Property Guide, (2019), Disponibil la <https://www.globalpropertyguide.com/Europe/Romania>, Accesat în 20.02.2021

Politica publică privind deficitul de locuințe în toată Europa este un astfel de exemplu. Preocupările industriei cu privire la accesibilitatea locuințelor sunt în creștere, dar interviurile dezvăluie, de asemenea, frustrări răspândite la nivelul autorităților locale și ale statelor care impun controale privind chiria ca o modalitate de a face față accesibilității locuințelor. În ochii multor intervievați, acest lucru este contraproductiv, adăugând riscuri politice investițiilor rezidențiale, fără a adăuga mai multe locuințe de care este nevoie mai ales.

O parte din incertitudinea politică și economică care nuanțează bunurile imobiliare europene a fost compensată pentru unii respondenți la sondaj, prin mutarea băncilor centrale de a menține sau reduce ratele de bază. Aproape trei sferturi dintre respondenți se așteaptă ca ratele dobânzilor pe termen scurt să rămână la fel sau să se reducă în 2020, în timp ce majoritatea consideră că inflația va menține constantă. În opinia celor mai mulți intervievați, acest mediu monetar a consolidat atracția pieței imobiliare în raport cu obligațiunile și acțiunile.

Cealaltă latură a strategiei de investiții este cea industrială/ logistică, care continuă să fie de interes mare atât din punct de vedere al investițiilor, cât și din punctul de vedere al dezvoltării, determinate de creșterea continuă a vânzărilor cu amănuntul online. Unii investitori consideră că prețurile pentru activele industriale existente sunt prea mari dar puțini evită sectorul cu totul. În schimb, caută să construiască: industria și logistica oferă cele mai bune perspective de dezvoltare, potrivit respondenților. Dar, la fel cum rezidențiale și industriale / logistice își păstrează locul în topul clasamentului Emerging Trends Europe 2020, comerțul cu amănuntul rămâne în partea de jos a clasamentului atât în ceea ce privește perspectivele de investiții, cât și cele de dezvoltare<sup>49</sup>.

Clădirile și locurile bine conectate au fost întotdeauna cele mai valoroase, dar pe măsură ce revoluția mobilității pune stăpânire, proprietarii vor trebui să se gândească în mod inteligent la modul în care activele lor oferă cele mai bune și cele mai dorite vor ajunge la comunitate - fie că aceasta înseamnă lucrători, rezidenți, turiști sau, pur și simplu, trecători. Aceasta este o tendință emergentă pentru industria imobiliară, una care va necesita o schimbare de mentalitate pentru a exploata complexitatea din ce în ce mai mare a soluțiilor de transport în procesul de luare a deciziilor de investiții. Aceste tendințe de mobilitate pot avea potențialul de a schimba clădirile și zonele care sunt considerate cele mai valoroase de investitorii și dezvoltatorii imobiliari. Raportul despre Emerging Trends Europe 2020 a clasat piețele imobiliare din marile orașe europene în funcție de perspectivele lor generale de investiții și dezvoltare. În acest an, în topul, este Parisul, remarcat de respondenții la sondaj ca fiind piața cea mai dorită, având în vedere capacitatea sa de a atrage capital de toate tipurile din întreaga lume. Cele 10 orașe europene așteptate să fie cele mai bune în 2020 de către respondenții la sondaj sunt un mix de piețe mai mari, încercate și testate, orașele germane încă dominând primele locuri.

---

<sup>49</sup> PwC și Urban Land Institute (2019), Emerging Trends in Real Estate Europe 2019, Disponibil on-line la <https://www.pwc.com/gx/en/financial-services/assets/pdf/pwc-etre-europe-2019.pdf>, Accesat în 14.02.2021

### 3.6. Previziuni pentru piaţa imobiliară din România pentru anul 2021

Compania Colliers International a publicat la începutul anului 2021 o serie de previziuni pentru piaţa imobiliară din România<sup>50</sup>. Acestea sunt:

- Creşterea mai slabă a PIB-ului, dar în continuare mai bună decât în cele mai multe state din UE
- Reacţia neutră sau chiar pozitivă la situaţia externă
- Pieţele de investiţii rămân vii
- Bucureştiul este pivot pentru o piaţă a birourilor tenantă
- Loc de creştere pentru producţia industrială românească
- Creşterea consumului mai lentă, dar mai sănătoasă
- Dinamica preţurilor pentru proprietăţile rezidenţiale rămâne inferioară dinamicii salariului
- Scădere graduală a pieţei terenurilor
- Alegerile electorale şi reformele care vor urma
- Tendinţe încurajatoare asupra migraţie

Soldul migraţiei externe a României ar putea fi eliminat imediat din 2020 - datele nu vor fi disponibile decât după câţiva ani, dar cifrele până în 2018 sunt destul de încurajatoare, cu tot mai mulţi migraţi care se întorc. Depinde mult de autorităţi să îmbunătăţească rapid calitatea serviciului public.

---

<sup>50</sup> Colliers International, (2019), Total demand could set a record-high in 2019, Disponibil online la [www2.colliers.com/en-RO/Research/Colliers-Report-Bucharest-Office-Market-Update-Q3-2019](http://www2.colliers.com/en-RO/Research/Colliers-Report-Bucharest-Office-Market-Update-Q3-2019), Accesat în 20.02.2021

#### CAPITOLUL 4.

### CERCETARE CALITATIVĂ DE MARKETING PRIVIND PERCEPȚIA MANAGERILOR DE AGENȚII IMOBILIARE FAȚĂ DE FACTORII CARE INFLUENȚEAZĂ PROCESUL DECIZIONAL DE CUMPĂRARE A UNUI APARTAMENT ÎNTR-UN COMPLEX REZIDENȚIAL NOU

În vederea fundamentării corespunzătoare a strategiei de marketing aplicate în cazul unei agenții imobiliare cu activitate globală, a fost necesară realizarea unor cercetări de marketing adaptate obiectivelor și nevoilor informaționale ale organizației în prezent. Astfel, la nivelul capitolului 4 se va implementa un prim demers în acest sens, demers de natură exploratorie sub forma unei cercetări calitative de tip interviu în profunzime.

În prima parte a capitolului este explicată metodologia utilizată pentru implementarea cercetării, fiind enunțate scopul și obiectivele cercetării, modalitatea de selecție a eșantionului, temele de discuție din cadrul ghidului de interviu. Partea a II-a detaliază și prezintă rezultatele obținute în urma cercetării, concluziile acestei cercetări calitative fiind folosite drept punct de plecare pentru proiectarea corespunzătoare a celui de al II-lea demers de natură empirică din cadrul tezei, și anume cercetarea cantitativă sub forma anchetei pe bază de chestionar care relevă informațiile referitoare la percepția consumatorilor, rezultate care pot fi extrapolate la nivelul întregii populații statistice pornind de la reprezentativitatea eșantionului identificat. Concluziile celor două cercetări vor fi utilizate în cadrul capitolului 6 pentru fundamentarea unei strategii de marketing a organizației analizate, permițând enunțarea unor idei pertinente în ceea ce privește conținutul strategiei și activitățile concrete necesare.

Scopul cercetării este cel corespunzător unui demers exploratoriu care intenționează să definească și să caracterizeze mai bine care sunt factorii care influențează procesul decizional de cumpărare pentru un apartament nou. Este urmărită de asemenea validarea unor variabile capabile să măsoare influența diferiților factori asupra cumpărării, variabile care vor fi introduse în cadrul unei cercetări cantitative ulterioare care va asigura reprezentativitatea.

Obiectivele avute în vedere se referă la:

01. Identificarea percepțiilor respondenților legate de importanța în cadrul procesului decizional de cumpărare a apartamentului a caracteristicilor fizice ale apartamentului.

0.2. Caracterizarea percepțiilor respondenților în ceea ce privește rolul pe care îl au în procesul decizional – atributele ansamblului rezidențial

0.3. Determinarea importanței pentru respondenți a factorilor psihologici referitori la comportamentul consumatorilor în decizia de cumpărare a apartamentului

0.4. Identificarea percepțiilor respondenților cu privire la importanța factorilor de natură socială care influențează comportamentul consumatorilor în procesul decizional de cumpărare a unui apartament nou.

0.5. Evidențierea opiniilor respondenților în ceea ce privește rolul factorilor demografici referitori la comportamentul consumatorilor de servicii imobiliare în procesul decizional de cumpărare a apartamentelor noi.

Rezultatele cercetării calitative sunt dezvoltate în teza de doctorat. Ca o observație de ansamblu, informațiile obținute în cadrul cercetării calitative reprezintă un punct de plecare foarte important pentru demersurile ulterioare care vor avea rolul să întregască și să ofere un nivel de calitate corespunzător demersului agregat al tezei. Discuțiile purtate cu managerii din cadrul agențiilor imobiliare membre ale francizei RE/MAX, au fost fructuoase și au relevat un nivel ridicat de conectare a managerilor la situația din teren și la profilul diferitelor tipuri de consumatori. Conjugarea celor două categorii de informații – cele referitoare la percepția managerilor și cele referitoare la așteptările consumatorilor și nivelul real de satisfacție al acestora ajută la conturarea unui tablou complex și complet al proceselor de consum, suficient de elocvent încât să contribuie la optimizarea strategiei de marketing a agențiilor pe termen lung.

## CAPITOLUL 5.

### CERCETARE CANTITATIVĂ DE MARKETING PRIVIND FACTORILOR DECIZIONALI RELEVANȚI PENTRU COMPORTAMENTUL DE CUMPĂRARE A APARTAMENTELOR ÎN ANSAMBLURI REZIDENȚIALE NOI

În cadrul acestui capitol, se va prezenta o cercetare de tip cantitativ, sub forma anchetei de teren pe bază de chestionar. Acest demers are la bază cercetarea anterioară, dezvoltată în cadrul capitolului IV, sub forma unei cercetări exploratorii care a ajutat în mod concret la definirea conceptuală a variabilelor care măsoară factorii de influență asupra procesului de decizie.

#### 5.1. Metodologia cercetării

Pentru realizarea cercetării cantitative, a fost folosită ancheta de tip sondaj, iar ca instrument de culegere a datelor a fost utilizat chestionarul. Acesta a fost distribuit online cu ajutorul platformei Google. Pentru colectarea datelor a fost folosită tehnica CAWI - Computer Assisted Web Interviewing, prin intermediul acestei metode chestionarul fiind afișat pe o pagină web, persoana interviuată având posibilitatea să răspundă direct în browser. Obiectivele cercetării calitative sunt:

O.1. Identificarea legăturii existente între caracteristicile fizice ale apartamentului și decizia de cumpărare a acestuia în cadrul ansamblului rezidențial respectiv

O.2. Caracterizarea legăturii dintre atributele ansamblului rezidențial și decizia de cumpărare a apartamentului într-un ansamblu rezidențial nou

O.3. Identificarea existenței legăturii dintre factorii sociali de influență ai comportamentului consumatorului și decizia de cumpărare a apartamentului într-un ansamblu rezidențial nou

O.4. Caracterizarea legăturii dintre factorii de natură psihologică ai comportamentului consumatorului și decizia de cumpărare a apartamentului într-un ansamblu rezidențial nou

O.5. Identificarea legăturii existente între factorii demografici de influență ai comportamentului consumatorului și decizia de cumpărare a apartamentului într-un ansamblu rezidențial nou

Ipotezele cercetării cantitative:

- H1. Există o corelație directă și puternică între caracteristicile fizice ale apartamentului și decizia de cumpărare a acestuia în cadrul ansamblului rezidențial respectiv

- H2. Există o corelație pozitivă și puternică între atributele ansamblului rezidențial și decizia de cumpărare a apartamentului într-un ansamblu rezidențial nou

- H3. Există o corelație directă și puternică între factorii sociali de influență ai comportamentului consumatorului și decizia de cumpărare a apartamentului într-un ansamblu rezidențial nou

- H4. Există o corelație pozitivă și puternică între factorii de natură psihologică și decizia de cumpărare a apartamentului în cadrul unui ansamblu rezidențial nou

- H5. Există o corelație directă și puternică între factorii demografici de influență ai comportamentului consumatorului și decizia de cumpărare a apartamentului într-un ansamblu rezidențial nou

rezidențial nou.

S-au definit conceptual și operațional variabilele cercetării, au fost stabilite variabilele dependente și variabilele independente. Au fost identificate scalele pentru măsurarea variabilelor și la final au fost stabilite modalitățile prin care să se realizeze sistematizarea informațiilor.

## 5.2. Populația cercetată și metoda de eșantionare

Populația cercetată este compusă din persoanele care au achiziționat un apartament în proiectele rezidențiale noi din România, în principal din Brașov, București și Cluj în ultimele 3 luni sau sunt pe punctul de a achiziționa în prezent. Mărimea populației cercetate nu este cunoscută cu exactitate. Dat fiind faptul că obținerea unei liste care să cuprindă toate proiectele noi și identificarea tuturor persoanelor care au achiziționat locuințe în aceste proiecte nu a fost posibilă din cauza costurilor ridicate care ar fi constat în deplasarea unui operator de interviu în toate proiectele rezidențiale noi vizate, nu a fost realizabilă selectarea aleatorie a populației, fapt care a condus la aplicarea unei metode de eșantionare neprobabilistică.

Dintre metodele de eșantionare neprobabilistice cunoscute, s-a apelat la metoda eșantionării de tip „bulgăre de zăpadă” (metodă care implică identificarea unor persoane care îndeplinesc criteriile necesare pentru a fi incluse în studiu, apoi li se cere să recomande completarea chestionarului și altor persoane pe care le cunosc și care se încadrează în criteriile populației cercetate).

## 5.3. Rezultate și discuții

În această etapă au fost analizate răspunsurile și s-a realizat interpretarea acestora. În vederea testării ipotezelor avansate, s-a pornit de la testarea relației care există între fiecare variabilă a fiecărui grup de factori (caracteristici fizice (CF), atribute ansamblu rezidențial (AAR), factori sociali (FS), factori psihologici (FP) și factori demografici (FD)) văzute ca variabile independente și variabila “decizie de cumpărare apartament în ansamblul rezidențial nou (DC)” – ca variabilă dependentă. Astfel s-a dorit identificarea variabilelor care să facă parte din modelul final și în acest context s-a pornit de la analiza cu regresia liniară simplă de forma:  $Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \epsilon$ , iar valorile aferente ale modelelor de regresie se pot observa în tabelul nr. 7 din teza de doctorat.

S-a făcut apel la statistica Durbin-Watson, care oferă informații cu privire la ipoteza lipsei de autocorelare a variabilelor reziduale. Se recomandă o revizuire a modelului de regresie dacă valoarea statisticii Durbin-Watson este sub valoarea 1 sau depășește 3 și o menținere a modelului dacă valoarea Durbin-Watson este apropiată de 2.<sup>51</sup> În ceea ce privește ecuațiile de regresie avute în vedere se poate constata conform tabelului nr. 7, că aceste valori sunt peste 1 și sub 3, cea mai mică valoare fiind evidențiată în cazul relației TF → DC: 1.453 și cea mai mare valoare observându-se în cazul relației MA → DC: 2.002, ceea ce demonstrează că modelele de regresie sunt valide din punct de vedere al lipsei autocorelării variabilelor reziduale.

În vederea testării ipotezelor H1 – H5 s-a utilizat regresia liniară multiplă a căror ecuații de regresie sunt:

---

<sup>51</sup> Montgomery, D.C., Peck, E.A., & Vining, G.G. (2006), Introduction to linear regression analysis, Hoboken: John Wiley & Sons, p. 476.



$$H1: Y = \beta_0 + \beta_1 \cdot TF + \beta_2 \cdot NC + \beta_3 \cdot ET + \beta_4 \cdot MA + \varepsilon$$

$$H2: Y = \beta_0 + \beta_1 \cdot PR + \beta_2 \cdot DM + \beta_3 \cdot ZA + \beta_4 \cdot NC + \beta_5 \cdot MG + \beta_6 \cdot SR + \beta_7 \cdot TA + \beta_8 \cdot PA + \varepsilon$$

$$H3: Y = \beta_0 + \beta_1 \cdot VO + \beta_2 \cdot DF + \varepsilon$$

$$H4: Y = \beta_0 + \beta_1 \cdot CF + \beta_2 \cdot NS + \beta_3 \cdot SA + \beta_4 \cdot MN + \varepsilon$$

$$H5: Y = \beta_0 + \beta_1 \cdot GV + \beta_2 \cdot ED + \beta_3 \cdot VN + \varepsilon$$

Toate variabilele și rezultatele analizei sunt prezentate pe larg în teza de doctorat.

## CAPITOLUL 6.

### STRATEGII ŞI TEHNICI DE MARKETING IMPLEMENTATE PE PIAŢA IMOBILIARĂ LA NIVEL GLOBAL ŞI ÎN ROMÂNIA

Piaţa imobiliară se află într-o continuă evoluţie, chiar dacă în ultima perioadă, pe fundalul pandemiei, evoluţiile acesteia atât la nivel local, al pieţei din România cât şi la nivel global au fost contradictorii. Pandemia COVID-19 vine şi pune sub semnul îndoielii soluţiile urbanistice de astăzi, modalitatea concretă în care casele noastre îşi exprimă funcţionalitatea. Chiar şi cele mai moderne, mai avangardiste şi mai "green" locuinţe nu au fost capabile să răspundă întru totul cerinţelor legate de izolarea strictă şi hazardul biologic provocat de pandemie. De asemenea, modul de organizare a spaţiului locativ al marilor metropole este total inadecvat izolării la domiciliu şi asigurării optime a fluxurilor de transport masiv de alimente, medicamente etc pentru toate zonele centrale<sup>52</sup>

Toate aceste schimbări necesită dezvoltarea unei capacităţi deosebite a firmelor din domeniul imobiliar de a se adapta la cerinţele şi dinamica mediului extrem de turbulent. Capitolul de faţă prezintă modalitatea prin care companiile importante la nivel global pe piaţa imobiliară internaţională îşi fundamentează strategia de marketing şi implementează tehnici de marketing adaptate cerinţelor şi dinamicii pieţei.

La nivelul capitolului s-au integrat principalele rezultate ale celor două cercetări realizate până în prezent – cercetarea calitativă sub forma interviului în profunzime, realizată pe managerii de agenţii din domeniul imobiliar şi, respectiv, cercetarea cantitativă sub forma anchetei de teren pe bază de chestionar care a vizat opiniile consumatorilor în legătură cu factorii care influenţează procesul decizional de cumpărare pentru apartamente în ansamblurile rezidenţiale noi. Mare parte din informaţiile obţinute în cadrul celor două cercetări sunt extrem de utile pentru elaborarea unor direcţii şi alternative strategice ale firmei, care să optimizeze într-un final nivelul de satisfacţie al consumatorilor pe termen lung. O parte din această analiză a vizat RE/MAX, o companie lider mondial pe piaţa de servicii imobiliare în sistem de franciză din Statele Unite, care şi-a început activitatea în anul 1973, pornind de la un singur birou deschis în Denver, Colorado. Pe parcursul evoluţiei de peste 48 de ani, RE/MAX a dezvoltat un model de afaceri de succes, ajungând la nivel global la un număr de peste 138.000 de agenţii cu 8600 de francize independente având birourile în 110 ţări.<sup>53</sup>

---

<sup>52</sup> Munteanu G.M., Creţoiu I.R., 2021, Peculiarities of the consumption behavior on the real estate market in Romania in the context of the Covid Pandemic -19, Annals of Spiru Haret University, Economic Series, 21(1)

<sup>53</sup> [https://s2.q4cdn.com/001766218/files/doc\\_financials/2020/ar/REMAX-Holdings-2020-Annual-Report.pdf](https://s2.q4cdn.com/001766218/files/doc_financials/2020/ar/REMAX-Holdings-2020-Annual-Report.pdf)

## CONCLUZII GENERLE, CONTRIBUȚII PERSONALE, LIMITE ALE CERCETĂRII ȘI DIRECȚII VIITOARE DE CERCETARE

### Concluzii generale

Prezenta lucrare este o completare a informațiilor despre piața imobiliară prezente în studiile academice, dar are și un puternic caracter practic, dat fiind faptul că prezintă modul în care strategiile de marketing identificate prin studiul literaturii de specialitate, prin cercetarea cantitativă și calitativă realizate, pot fi aplicate la nivel de firmă. Prezentarea elementelor ce țin de comportamentul consumatorului în procesul de alegere a produsului a reprezentat un pas firesc în alcătuirea prezentei teze. În acest capitol, a fost analizat procesul de alegere și stabilirea deciziei în procesul de cumpărare, precum și determinanții interni și externi care influențează comportamentul consumatorului. Încorporarea conceptelor comportamentului consumatorului în studiul pieței imobiliare va îmbunătăți modul în care înțelegem procesul de luare al deciziei indivizilor în ceea ce ține de achiziționarea proprietăților imobiliare. Această înțelegere a condus la predicții și explicații mai bune în capitolele următoare în ceea ce privește comportamentul consumatorului în achiziția imobilelor. Piața imobiliară traversează o perioadă plină de contradicții și incertitudine în întreaga Europă, în ciuda statisticilor care indică o oarecare stabilizare a sectorului imobiliar în ceea ce privește vânzările începând cu primul trimestru al anului 2021. Am avut în vedere prezentarea situația pieței europene începând cu 2016 , cu aspecte ce țin de presiunea prețurilor, investițiile în sectoarele retail, birouri și logistică, analiza situației pe piața imobiliară în principalele țări din Europa, precum și evoluția marilor orașe din Europa în anul de referință. Dat fiind perioada lungă de timp pe care s-a întins studiul aferent realizării acestei teze, informațiile culese pentru analiza pieței imobiliare europene în perioada 2014-2016, necesare ca punct de plecare în realizarea cercetărilor din capitolele următoare, au fost actualizate și completate cu informații recente din 2020 și perspective de la începutul anului 2021 atât pentru piața imobiliară europeană cât și pentru cea din România. Un alt obiectiv enunțat în introducerea acestei teze a fost astfel atins.

Cercetarea calitativă a scos în evidență opiniilor și percepțiilor managerilor din domeniul imobiliar în raport cu factorii care influențează procesul decizional de cumpărare al consumatorilor de servicii imobiliare. S-au evidențiat 21 de elemente care pot fi considerate variabile importante în percepția managerilor pentru influența asupra procesului decizional. Acestea au fost împărțite în două categorii majore – factori de mediu (având la rândul lor două subcategorii – caracteristici fizice ale apartamentului, respectiv atribute ale ansamblului rezidențial) și factori comportamentali (care la rândul lor s-au împărțit în trei subcategorii – factori sociali, factori psihologici, factori demografici). Cercetarea a relevat o serie de aspecte care în opinia managerilor se constituie în factori cu o importanță crescută – structura/numărul de camere a apartamentului, etajul la care se situează acesta, termenul de finalizare/recepție. Comparativ cu alte cercetări care au identificat motive de satisfacție în consum a consumatorilor români de servicii imobiliare și cu propriile observații provenite din experiența de vânzări în domeniu s-a remarcat prevalența etajului văzut ca element foarte important în opinia consumatorilor, fiind de multe ori considerat de către aceștia ca un atribut dominant, cu putere de discriminare mare chiar în fața altor elemente care țin de preț sau alte

facilități. De asemenea, se remarcă opinia cvasitotală a managerilor în ceea ce privește confirmarea nevoii de securitate ca fiind extrem de importantă. Securitatea, pentru consumatorul modern nu se mai referă doar la securitatea fizică a persoanei sau a bunurilor deținute de aceasta. Conotațiile psihologice merg în direcția nevoii individului de a avea în jurul său un mediu predictibil, de a avea capacitatea de a controla acest mediu cât mai bine. Considerăm că și nevoia de confort, precum și celelalte aspecte care țin de factorii psihologici sunt importante de analizat și înțeles din perspectiva profilului psihologic al consumatorului modern - consumator orientat către nou, către confort și securitate văzute ca valori de viață pozitivizate. Consumatorii vor adopta procese decizionale care presupun acțiunea conjugată a tuturor acestor factori, deciziile legate de alegerea locuinței în care se va derula mare parte din viața de adult a individului fiind considerate decizii complexe, definitorii pentru personalitatea acestuia. Cercetarea a pus în evidență de asemenea și importanța factorilor de natură socială pentru procesul decizional de cumpărare, datorită faptului că – conform opiniilor exprimate de către manageri – principalul target al acestor ansamble rezidențiale este reprezentat de către cuplurile de tineri (cu sau fără copii) dar care pot avea o viață socială destul de activă și pentru care decizia de a cumpăra un anumit tip de apartament cu sau fără anumite facilități este puternic influențată de alegerile practice determinate de această implicare socială

Cercetarea cantitativă a avut la bază demersul anterior dezvoltat sub forma unei cercetări exploratorii care a ajutat în mod concret la definirea conceptuală a variabilelor care măsoară eficient factorii de influență asupra procesului de decizie. Corelarea ambelor cercetări din perspectiva rezultatelor obținute a permis enunțarea unor propuneri viabile care a reprezentat un demers merit să pună în lumină o serie de direcții și alternative strategice ale firmelor, care să optimizeze într-un final nivelul de satisfacție a consumatorilor pe termen lung.

### **Contribuții personale**

Principalele contribuții personale sunt:

- Analiza comportamentului consumatorului de servicii imobiliare;
- Analiza pieței imobiliare la nivel european și național în intervalul 2014-2016, actualizată cu informații din 2019-2020;
- Realizarea unei cercetări calitative de marketing care a scos în evidență aspectele esențiale referitoare la percepția managerilor față de factorii care influențează procesul decizional de cumpărare a unui apartament în cadrul ansamblurilor rezidențiale noi;
- Realizarea unei cercetări cantitative care a avut scopul de a determina factorii decizionali relevanți pentru comportamentul de cumpărare al apartamentelor în ansambluri rezidențiale noi;
- Elaborarea unor propuneri de îmbunătățire a mixului de marketing aferent activității unei companii de top din domeniul imobiliar, structurarea acestora pe principalele elemente ale mixului de marketing și evidențierea importanței cercetărilor realizate în cadrul tezei în elaborarea acestor propuneri

## Limite ale cercetării

Metodologiile de cercetare folosite în cadrul tezei prezintă o serie de limite specifice care se transferă în mod firesc asupra rezultatelor care s-au obținut în urma implementării cercetărilor. Astfel interpretarea acestor rezultate trebuie făcută cu prudența necesară care nu permite o extrapolare substanțială a acestora în raport cu alte contexte de cercetare.

În cazul cercetării calitative, informațiile obținute sunt valoroase deoarece permit conturarea unor "modele" de gândire sau de percepție după caz, utile pentru a putea aprecia în mod just modul în care subiecții supuși cercetării reacționează la stimuli, însă aceste informații de natură calitativă nu pot fi extrapolate la nivelul unei populații statistice mari ca în cazul celor obținute în urma cercetărilor cantitative. Informațiile în sine se pot constitui ca baza de lucru pentru ipoteze care ulterior pot fi validate sau nu prin cercetări cantitative adecvate.

În cazul cercetării cantitative, de asemenea, la nivelul selectării populației statistice nu au fost luate în considerare toate orașele în care activează compania, ca urmare a restricțiilor de timp și resurse financiare.

## Direcții viitoare de cercetare

Pe parcursul realizării tezei au rezultat și alte teme care ar putea fi abordate în viitor. Dintre acțiunile care pot fi elaborate în direcțiile de cercetare viitoare, se numără:

- Realizarea unei cercetări cantitative referitoare la atitudini, comportamente și opinii ale persoanelor care achiziționează apartamente în proiecte rezidențiale noi. Este considerată necesară realizarea unei cercetări pe un eșantion reprezentativ. Cercetarea cantitativă efectuată în cadrul acestei lucrări poate reprezenta baza de la care se pornește desfășurarea cercetării pe eșantion reprezentativ, pentru ca rezultatele să poată fi extrapolate la nivelul întregii populații cercetate.
- Realizarea unei cercetări cantitative privind profilul cumpărătorilor din mediu rural, care achiziționează apartamente în proiecte rezidențiale noi, cu studierea unui eșantion reprezentativ la nivel național.
- Realizarea unei cercetări calitative privind opiniile consumatorilor de apartamente noi referitoare la modul de interacționare al dezvoltatorilor imobiliari cu clienții din piață.
- Se poate realiza o cercetare cantitativă de marketing privind opiniile persoanelor cu vârste cuprinse între 35-60 de ani referitor la achiziția de apartamente noi, dat fiind faptul că cei mai mulți respondenți (80.9%) din prezenta cercetare au avut vârste cuprinse între 18-35 ani.
- Considerăm că în viitor cercetarea poate fi aprofundată la nivel european, corelându-se aspectele legate de percepție cu cele statistice, referitoare la numărul de tranzacții și valori.
- Identificarea noi variante strategice de abordare a mixului de marketing pe piața imobiliară. Cazul companiei imobiliare prezentate reprezintă o abordare particularizată. În alte contexte de analiză, se pot identifica noi modalități de operaționalizare a mixului de marketing în

acest domeniu. Investigarea mediului de marketing cu elementele sale particulare de la caz la caz cu ajutorul unor cercetări specifice permite enunţarea de noi tehnici sau strategii

## Bibliografie

1. Al-Nahdi, T. S., Ghazzawi, O., & Bakar, A. (2015). Behavioral Factors Affecting Real Estate Purchasing. *International Journal of Business and Social Science*, 6(8), 1-9.
2. Analize Imobiliare - <https://www.analizeimobiliare.ro/rapoarte/>
3. Andonov, A., Eichholtz, P., & Kok, N. (2015). Intermediated investment management in private markets: Evidence from pension fund investments in real estate. *Journal of Financial Markets*, 22, 73–103.
4. Andrew, M. and Larceneux, F. (2018), "The role of emotion in a housing purchase: an empirical analysis of the anatomy of satisfaction from off-plan apartment purchases in France", *Environment and Planning A: Economy and Space*, SAGE Publications Sage UK, London, Vol. 51 No. 6, pp. 1370-1388.
5. Anghel, I., Hristea, A. M. (2015). Some considerations regarding the international real estate market–present and future predictions. *Procedia Economics and Finance*, 32, 1442-1452.
6. Anghel, I., Muler, O., (2013), *Dezvoltarea imobiliară. Analiza și Principii*, Editura Economică, București
7. Anghel I., Onofrei M., (2013), *Dezvoltarea proprietăților imobiliare*, Editura Economică, București.
8. Antonoaie, N., (2007), *Management. Afaceri. Antreprenoriat*, Ed. Infomarket, Braşov
9. Apostol, D. (2019), Piața imobiliară, între oportunități și amenințări în 2019, Disponibil on-line la <https://www.debizz.ro/piata-imobiliara-intre-oportunitati-si-amenintari-in-2019/>, Accesat în 14.02.2021
10. Asaul, A. N, Karasev, A. V. (2001) Rynok nedvizhimosti v sisteme rynkov [Real estate market in real estate market system], *Administrativnoupravlencheskij portal*. Available from Internet: [http://www.aup.ru/books/m76/2\\_1.htm](http://www.aup.ru/books/m76/2_1.htm)
11. Azadeh, A., Ziaei, B., Moghaddam, M., (2012), A hybrid fuzzy regression-fuzzy cognitive map algorithm for the forecasting and optimization of housing market fluctuations, *Expert Systems with Applications*, 39 (1), pp. 298–315
12. Azmi, A., Ibrahim, R., Ghafar, M. A., & Rashidi, A. (2021). Smarter real estate marketing using virtual reality to influence potential homebuyers' emotions and purchase intention. *Smart and Sustainable Built Environment*. 1-21. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/SASBE-03-2021-0056/full/html>
13. Baicu, C. G., Gârdan, I. P., Gârdan, D. A., & Jiroveanu, D. C. (2020a). Responsible Banking Practices During The Covid-19 Pandemic: Findings From Romania. *Annales Universitatis Apulensis: Series Oeconomica*, 22(2), 146-157.
14. Baicu, C. G., Gârdan, I. P., Gârdan, D. A., & Epuran, G. (2020b). The impact of COVID-19 on consumer behaviour in retail banking. Evidence from Romania. *Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society*, 15(s1), 534-556.
15. Bailey, N., Livingston, M., (2017), *Population Turnover and Area Deprivation*, Policy Press: Bristol
16. Balemi, N., Füss, R., & Weigand, A. (2021). COVID-19's impact on real estate markets: review and outlook. *Financial Markets and Portfolio Management*, 1-19.

17. Banca Națională a României (2012), Regulamentul BNR nr. 17 din 12.12.2012 privind unele condiții de creditare, MONITORUL OFICIAL nr. 855 din 18 decembrie 2012, <http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/143876>
18. Battisti, E., Shams, S.M.R., Sakka, G. and Miglietta, N. (2020), "Big data and risk management in business processes: implications for corporate real estate", *Business Process Management Journal*, Vol. 26 No. 5, pp. 1141-1155
19. Bădescu G., Negescu D., (2009), *Analiza investițiilor imobiliare*, Ed. Economică, București
20. Belej, M., Kulesza, S., (2014), Similarities in time-series of housing prices on local markets in Poland, *Real Estate Management and Valuation*, 22 (3), pp. 45–53
21. Bengtsson, E., Grothe, M., Lepers, E. (2018), Home, safe home: Cross-country monitoring framework for vulnerabilities in the residential real estate sector, *Journal of Banking and Finance*, 105268. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2017.12.006>
22. Berson, I., Berson, M., Berson, M., (2002), *Emerging Risks of Violence in the Digital Age*, *Journal of School Violence*, 1(2)
23. Bieda A., Adamczyk T., Parzych, P., (2019), Water maritime spatial planning in the European Union using the example of the Polish part of the Baltic Sea, *Water*, 11(3), pp. 1–27
24. Blackwell R.D., Miniard P.W., Engel J.F., (2006), *Consumer behavior*, Thomson Learning, Boston
25. Boboc, D. (2019), RAPORT: Stocul de spații industriale și logistice din România s-a dublat în ultimii 5 ani, Disponibil online la <https://www.news.ro/economic/raport-stocul-de-spatii-industriale-si-logistice-din-romania-s-a-dublat-in-ultimii-5-ani-1922405529002019081219099330>, Accesat în 20.02.2021
26. Brasington, D.M., (1999), Which measures of school quality does the housing market value?, *Journal of Real Estate Research*, 18, pp. 395-413.
27. Brīvers, I. (2009), Ko varam mācīties no ekonomikas vēstures? [What Can We Learn from Economic History?] In *Latvijas tautsaimniecības pagātne, tagadne un perspektīvas [Past, Present and Prospects of Latvian Economy]* (pp. 5–14). Riga: RTU Press.
28. Bryx, M., Matkowski, R., (2001), *Inwestycje w nieruchomości [Investing in property]*, Poltext, Warszawa
29. Brzezicka, J., Wiśniewski, R., Figurska, M., (2018), Disequilibrium of the real estate market: evidence from Poland, *Land Use Policy*, 78, pp. 515–531
30. Buckman, A.H., Mayfield, M. and Beck, S.B.M. (2014), "What is a smart building?", *Smart and Sustainable Built Environment*, Vol. 3 No. 2, pp. 92-109.
31. Bunten, D., Kahn, M. E. (2017), Optimal real estate capital durability and localized climate change disaster risk, *Journal of Housing Economics*, 36, 1-7. <https://doi.org/10.1016/j.jhe.2017.01.004>
32. Callahan, E. (2014). Key Economic Variables for the Housing Market and Consumer Finance. *Journal of Structured Finance*, XIX(4), 94-99.



33. Canas, S. R. D., Ferreira, F. A. F., & Meidute-Kavaliauskiene, I. (2015), Setting rents in residential real estate: A methodological proposal using multiple criteria decision analysis, *International Journal of Strategic Property Management*, 19(4), 368-380. <https://doi.org/10.3846/1648715X.2015.1093562>
34. Cătoi I (coord).(2009), *Cercetări de marketing:tratat*, Editura Uranus, Bucureşti
35. Cetkovic, J., Lakic, S., Lazarevska, M., Zarkovic, M., Vujosevic, S., Cvijovic, J., Gogic, M. (2018). Assessment of the real estate market value in the European market by artificial neural networks application, *Complexity*, 2018, 1472957.
36. Cheryshenko, M. S., & Pomernyuk, Y. Y. (2021, April). Integration of big data in the decision-making process in the real estate sector. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 751, No. 1, p. 012096). IOP Publishing.
37. Chia, J., Harun, A., Kassim, A. W. M., Martin, D., & Kepal, N. (2016) Understanding Factors That Influence House Purchase Intention Among Consumers In Kota Kinabalu: An Application Of Buyer Behavior Model Theory. *Journal of Technology Management and Business*, 3(2), 94-110.
38. Chiu, C. Y., Kwan, L. Y. Y., Li, D., Peng, L., & Peng, S. (2014). Culture and consumer behavior. *Foundations and Trends® in Marketing*, 7(2), 109-179.
39. Cirman, A., Pahor, M., Verbic, M., (2015), Determinants of Time on the Market in a Thin Real Estate Market, "Engineering Economics", 26(1), pp. 4–11
40. Colliers International, (2019), Total demand could set a record-high in 2019, Disponibil online la [www2.colliers.com/en-RO/Research/Colliers-Report-Bucharest-Office-Market-Update-Q3-2019](http://www2.colliers.com/en-RO/Research/Colliers-Report-Bucharest-Office-Market-Update-Q3-2019), Accesat în 20.02.2021
41. Collins, J., (2001), *Good to Great: Why some companies make the leap and others don't*, Ed. Collins, Colorado
42. Consiliul Concurenței Direcția Servicii, octombrie 2009, RAPORT de investigație pentru analizarea pieței imobiliare și a serviciilor conexe tranzacțiilor imobiliare, Disponibil on-line la [http://www.consiliulconcurentei.ro/uploads/docs/items/bucket2/id2969/raport\\_piata\\_imobiliare\\_si\\_serv\\_conexe.pdf](http://www.consiliulconcurentei.ro/uploads/docs/items/bucket2/id2969/raport_piata_imobiliare_si_serv_conexe.pdf), Accesat în 14.02.2021
43. Constantin, C., (2006), *Sisteme informatice de marketing*, ed. Infomarket, Braşov
44. Costa, O., & Cazassa, E. (2018). How relevant are generalist real estate indices in emerging markets?. *RAUSP Management Journal*, 53(2), 141-151.
45. Cowden, C., Fabozzi, F. J., & Nazemi, A. (2019). Default Prediction of Commercial Real Estate Properties Using Machine Learning Techniques. *The Journal of Portfolio Management*, 45(7), 55-67.
46. Cozmei, C., & Onofrei, M. (2012). Impact of Property Taxes on Commercial Real Estate Competition in Romania. *Procedia Economics and Finance*, III, 604-610.
47. Cristache, N., Susanu, I.O., Ghinea, A.C., Stan, A.M., Munteanu, M.G. (2017). The Impact of Corporate Social Responsibility on the Performance of Organizations, *Risk in Contemporary Economy*, 12, 83-94.
48. Cristea, A., (2011), *Comportamentul Consumatorului*, Ed. Universității Hyperion

49. Crowe, C., Dell’Ariccia, G., Igan, D., Rabanal, P. (2013), How to deal with real estate booms: Lessons from country experiences, *Journal of Financial Stability*, 9, 300-319. <https://doi.org/10.1016/j.jfs.2013.05.003>
50. Dale, P.F. (1991) Land information systems, in *Geographical information systems*, D.J. Maguire et al. (ed), 2, pp. 85-99.
51. D’Arcy, A., Keogh, G., (1999), The property market and urban competitiveness: a review, *Urban Studies*, 36(5–6), pp. 917–928
52. Dawidowicz, A., Żróbek, R., (2017), Land Administration System for Sustainable Development – the Case Study of Poland, *Real Estate Management and Valuation*, 25(1), pp. 112–122
53. Dawkins, C.J., (2005), Racial Gaps in the Transition to First-Time Homeownership: The Role of Residential Location, *Journal of Urban Economics*, 58(3), pp. 537–554
54. De Toro, P., Nocca, F., & Buglione, F. (2021). Real Estate Market Responses to the COVID-19 Crisis: Which Prospects for the Metropolitan Area of Naples (Italy)?. *Urban Science*, 5(1), 23.
55. Dedu, V., Stoica, T. (2011), The Monetary Policy and the Real Estate Market. *Theoretical & Applied Economics*, 18(12), 5-14.
56. Deloitte, (2019), Property Index Overview of European Residential Markets Where does residential price growth end? 8th edition, Disponibil online la <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/de/Documents/real-estate/property-index-2019-2.pdf>, Accesat în 20.02.2021
57. Denis, D. J. (2018). *SPSS data analysis for univariate, bivariate, and multivariate statistics*. New Jersey: John Wiley & Sons.
58. Densham, P.J. (1991) Spatial decision support systems, in *Geographical information systems*, D.J. Maguire et al. (ed), 1, pp. 403-412.
59. Dieleman, F. M., Clark, W.A.V., Deurloo, M. C., (2000), The Geography of Residential Turnover in 27 large US Metropolitan Housing Markets, 1985–1995, *Urban Studies*, 37(2), pp. 223–245
60. Dilek, P., Mattarocci, G., (2015), *European Real Estate Asset Class Performance and Optimal Portfolio Construction*, Editura Macmillan, Londra
61. Documente interne RE/MAX
62. Duncan C.P., Olshavsky R W., (1982), *Căutarea Externa, Rolul Convingerilor Consumatorului*, *Journal of Marketing Research*
63. Epuran, G., Dovleac, L., Ivasciuc, I.S. and Tescaşiu, B., (2015). *Sustainability and Organic Growth Marketing: an Exploratory Approach on Valorisation of Durable Development Principles in Tourism*, *Amfiteatru Economic*, 17(40), pp. 927-93
64. Erdogan, S. A., Naumčik, A. (2019), Evaluation of investing in real estate in EU and non-EU countries based on MCDM.
65. Falkenbach, H. (2009), Market selection for international real estate investments, *International Journal of Strategic Property Management*, 13(4), 299-308.
66. Fama, E., (1990), Efficient Capital Markets: II, *Journal of Finance*, 46 (5), pp. 1575–1617

67. Fernandez, R., & Aalbers, M. B. (2016). Financialization and housing: Between globalization and varieties of capitalism. *Competition & Change*, 20(2), 71–88.
68. Fondul Monetar Internațional, (Aprilie 2011), Raportul asupra Stabilității Financiare Globale
69. Frew, J., Jud, G., (2003), Estimating the Value of Apartment Buildings, *Journal of Real Estate Research*, 25(1), pp. 77–86
70. Fritzsche, C., Vandrei, L. (2019), The German real estate transfer tax: Evidence for single-family home transactions, *Regional Science and Urban Economics*, 74, 131-143. <https://doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2018.08.005>
71. Garg, V., & Kaur, A. (2018). Has Physical Retail Lost its Relevance in E-Commerce World?. *Journal of Business Management and Information Systems*, 5(2), 1-8.
72. Geipele, I., Kauškalė, L. (2013) The Influence of Real Estate Market Cycle on the Development in Latvia, *Procedia Engineering* 57, ISSN 1877-7058. doi:10.1016/j.proeng.2013.04.044
73. Georgiev, G., Gupta, B., & Kunkel, T. (2003). Benefits of real estate investment. *The journal of portfolio management*, 29(5), 28-33
74. Gibler, K. M., & Nelson, S. (2013). Consumer Behavior Applications to Real Estate Education. *Journal of Real Estate Practice and Education*, 6(1), 63-84.
75. Global Property Guide, (2019), Disponibil la <https://www.globalpropertyguide.com/Europe/Romania>, Accesat în 20.02.2021
76. Global Real Estate Transparency Index for 2014, [www. http://www.jll.com/GRETI/](http://www.jll.com/GRETI/), <http://www.joneslanglasalle.pl/> 05.26.2015, 2014.
77. Golob, K., Bastic, M., Psunder, I. (2012). Analysis of impact factors on the real estate market: Case Slovenia, *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*, 23(4), 357-367.
78. Goodhart, C.,(2005), Beyond current policy frameworks, Working Papers 189, BIS
79. Goodman, A.C., Thibodeau, T.G., (1998), Housing market segmentation, *Journal of Housing Economics*, 7(2), pp. 121–143
80. Goodman, A.C., Thibodeau. T.G., (2003), Housing market segmentation and hedonic prediction accuracy, *Journal of Housing Economics*, 12(3), pp. 181–201
81. Grum, B., & Govekar, D. K. (2016), Influence of macroeconomic factors on prices of real estate in various cultural environments: Case of Slovenia, Greece, France, Poland, Norway. *Procedia Economics and Finance*, 39, 597-604. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30304-5](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30304-5)
82. Harkins P., Hollihan K.,(2006), *Toată lumea câștigă: Povestea și Lecțiile din spatele RE/MAX*, Ed. Wiley, Denver
83. Haurin, D. McGreal, S., Alastair, A., Brown, L., Webb, J. R., (2013), List Price and Sales Prices of Residential Properties during Booms, "Journal of Housing Economics", 22(1), pp. 1–10
84. Heydarian, A., Carneiro, J.P., Gerber, D., Becerik-Gerber, B., Hayes, T. and Wood, W. (2015), "Immersive virtual environments versus physical built environments: a benchmarking study for building design and user-built environment explorations", *Automation in Construction*, 54, pp. 116-126
85. Holbrook, H., (1995), *Cercetarea Consumatorului: Eseu introspectiv în Studiul Consumului*, Ed. Sage Publications

86. Hristea, M. A. (2013). The analysis of the real estate investments in the current economic environment. *The Annals Of The University Of Oradea*, 103-112.
87. Humphreys, B., Zhou, L., (2013), *Sports Facilities. Agglomeration. and Urban Redevelopment*, Working Paper 2013-4. University of Alberta Department of Economics
88. Jaffe, A., Sirmans, C., (1994), *Fundamentals of Real Estate Investment*, Prentice Hall Inc.
89. Janowski, A., Bobkowska, K., Szulwic, J., (2018), 3D modelling of cylindrical-shaped objects from lidar data-an assessment based on theoretical modelling and experimental data, *Metrology and Measurement Systems*, 25(1), pp. 47–56
90. Janowski, A., (2018) The circle object detection with the use of Msplit estimation. In *E3S Web of Conferences* 26, 00014, EDP Sciences
91. JLL Research & Strategy. COVID-19: Global Real Estate Implications, Paper II; Global Research: Hillsborough, UK, 20 April 2020. <https://www.jll.it/it/tendenze-e-ricerca/research/covid-19-global-real-estate-implications>
92. Jørgensen, C.J. (2016), "The space of the family: emotions, economy and materiality in homeownership", *Housing, Theory and Society*, 33(1), pp. 98-113.
93. Jovanović-Milenković, M., Đurković, A., Vučetić, D., & Drašković, B. (2020). The impact of COVID-19 Pandemic on the real estate market development projects. *European Project Management Journal*, 10(1), 36-49
94. Kagerbauer, M., Hilgert, T., Schroeder, O., Vortisch, P., (2015), *Household travel survey of intermodal trips - Approach, challenges and comparison*, 10th International Conference on Transport Survey Methods, *Transportation Research Procedia* 11, pp. 330-339
95. Kaklauskas A., Kelpsiene, L., Zavadskas, E. K., Bardauskiene, D., Kaklauskas, G., Urbonas, M., Sorakas, V., (2011) Crisis management in construction and real estate: Conceptual modeling at the micro-, meso- and macro-levels, *Land Use Policy*, 28(1), pp. 280–293
96. Kamal, M. & Pramanik, S. A. (2015). Factors Affecting Customers to Buy Apartments in Dhaka City. *Daffodil International University Journal of Business and Economics*, 9(2), 37-49.
97. Kan, K., (2000) Dynamic Modeling of Housing Tenure Choice, *Journal of Urban Economics* 48(1), pp. 46–69
98. Kancheva, I. (2020). Influence of children in real estate family purchase decision-making context. *Trakia Journal of Sciences*, 18(3), 211-217.
99. Kauškale, L., Geipele, I. (2016), Economic and social sustainability of real estate market and problems of economic development—a historical overview, *Baltic Journal of Real Estate Economics and Construction Management*, 4(1), 6-31.
100. Kelly, H. F. (2018), Under the radar: Real estate investment beyond the usual suspects, *The Journal of the Center for Real Estate Studies*, 8(1), 35-47.
101. Khan, E. (2016), 10 Oldest Continuously Inhabited Cities, Accesat online la: <http://www.wonderslist.com/10-oldest-continuously-inhabited-cities/>
102. Khrais, I. M. (2016). Factors affecting the jordanian purchasing behavior of housing apartments: an empirical study in Irbid city, *European Scientific Journal*, 12(7), 446-458.

103. Kim, J., & Lee, J. (2021). Impact of home energy efficiency labeling program on housing decisions in South Korea: A choice experiment approach. *Journal of Housing and the Built Environment*, 1-22.
104. Kim, K., Park, J., (2005) Segmentation of the housing market and its determinants: Seoul and its neighboring new towns in Korea, *Australian Geographer*, 36(2), pp. 221–232
105. Kļaviņš, K. (2012), *Politikas un ģipāšuma filozofija [Philosophy of Politics and Property]*. Scientific Monograph. Riga: RTU Press.
106. Kopczevska, K., & Ćwiakowski, P. (2021). Spatio-temporal stability of housing submarkets. Tracking spatial location of clusters of geographically weighted regression estimates of price determinants. *Land Use Policy*, 103, 1-18
107. Krilovs, L. (2014), *Ekonomiskās domas retrospekcija [Restospection of economic thought]*. Scientific Monograph. Riga: RTU Press.
108. Kwan Ok Lee, (2014) Why do renters stay in or leave certain neighborhoods? The role of neighborhood characteristics. *Housing tenure transitions and race*, *Journal of Regional Science*, 54 (5), pp. 755–787
109. Le-Hoang, P. V. (2021). Behavior Intention To Purchase Real Estate: An Empirical Study In Ho Chi Minh City. *Independent Journal of Management & Production*, 12(1), 80-94.
110. Le-Hoang, V.P., Ho, T.T.Y., Luu, X.D., & Le, T.T.T. (2020a). Determinants of customer's apartment purchase intention: Is the location dominant?. *Independent Journal of Management and Production*, 11(4), 1303-1322.
111. Le-Hoang, V.P., Ho, T.V., Phan, T.N., & Le, T.T.T. (2020b). Factors affecting the intention to purchase townhouse. *Independent Journal of Management and Production*, 11(4), 1899-1914
112. Lee, J. M. M., & Ong, E. G. (2020). Factors affecting consumers'choice in residential properties and the future of the real estate business in the philippines. *International Journal of Accounting*, 5(26), 60-69.
113. Leung, Ch., Kan, K., Kwong, S., (2004) The dynamics and volatility of commercial and residential property prices: Theory and evidence, *Journal of Regional Science*, 44 (1), pp. 95–123
114. Leung, Ch.,(2004) Macroeconomics and housing: A review of the literature, *Journal of Housing Economics*, 13(4), pp. 249–267
115. Levy-Lang A., (2009), *Globalisation, crise financiere et gouvernance mondiale, Politique etrangere*, Vol.1 , pp 23-32
116. Lieser, K., Groh, A. P. (2010), *The attractiveness of 66 countries for institutional real estate investments: A composite index approach (Working Paper WP-868)*, University of Navarra. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1692165>
117. Lindholm, A. L., Leväinen, K. I. (2006), A framework for identifying and measuring value added by corporate real estate, *Journal of Corporate Real Estate*.
118. Lisi, G. (2019). The search and matching process in the housing market: Explaining the phenomenon of the house price dispersion. *Journal of European Real Estate Research*. 12(3), pp. 380-391.

119. Liu, J.G., Zhang, X.L., Wu, W.P., (2006), Application of Fuzzy Neural Network for Real Estate Prediction, *Advances in Neural Networks – ISNN 2006, Third International Symposium on Neural Networks*, Chengdu, China, May 28 – June 1
120. Lizam, M. (2019) Digital Technology and the Real Estate Industry. *Journal of SINERGI, Faculty of Technology Management and Business, Universiti Tun Hussein Onn Malaysia* 9(2), pp. 42-50.
121. Lopez, L. A. (2019). Asymmetric information and personal affiliations in brokered housing transactions. *Real Estate Economics*. 49(2), 459-492
122. Mark, J. J. (2014), The Ancient City. In *Ancient History Encyclopedia*, Accesat online la: <http://www.ancient.eu/city/>
123. Maslow, A. H. (2021), *Motivație și personalitate*, Editura Trei, București.
124. McCrea, B., Linger, D., (2006), *RE/MAX Succes Stories*, Ed. New Light Stars, Denver
125. McCue, D., Belsky, E. S., (2007), Why do house prices fall? Perspective on the historical drivers of large nominal house price declines, Joint Center for Housing Studies, Harvard University
126. Mohsen, H., & Mostafa, E. M. (2020). The Relationship between the Applicability of Neuromarketing and Competitiveness: An Applied Study on Real-Estate Marketing Companies in Egypt. *Open Journal of Business and Management*, 8(5), 2006-2028.
127. Montgomery, D.C., Peck, E.A., & Vining, G.G. (2006), *Introduction to linear regression analysis*, Hoboken: John Wiley & Sons.
128. Morosan, G., Scurtu, E. L. (2019), Regulation Of The Romanian Banking System. Effects On The Market Economy, *Ecoforum Journal*, 8(1), 1-12.
129. Mothersbaugh, D. L., Hawkin, D. I., & Kleiser, S. B. (2019). *Consumer behavior: Building marketing strategy*. McGraw-Hill Higher Education, New York.
130. Munteanu, G. M. (2017). Real estate market in Romania and the growth of new residential developments. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Economic Sciences. Series V, 10(2)*, 303-308.
131. Munteanu, G. M., & Stan, A. M. (2015). The marketing perspective on the risks of unqualified real estate market. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Economic Sciences. Series V, 8(2)*, 95-104.
132. Munteanu G.M., Crețoiu I.R., 2021, Peculiarities of the consumption behavior on the real estate market in Romania in the context of the Covid Pandemic -19, *Annals of Spiru Haret University, Economic Series*, 21(1)
133. Muth, J. F. (1960). Optimal properties of exponentially weighted forecasts. *Journal of the American Statistical Association*, 55(290), 299-306.
134. Nunarong, C., & Punnakitikashem, P. (2018, April). A Psychological Model of Residential Property Purchasing Decision in Thailand. *UTCC International Journal of Business & Economics*, X(1), 53-73.

135. Olsson, N. O. E., Sorensen, A. O., Leikvan, G. (2015), On the need for iterative real estate project models – Applying agile methods in real estate developments, *Procedia Economics and Finance*, 21, 524-531. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00208-7](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00208-7)
136. Opreş, M., (2016), *Politici și strategii de marketing utilizate în industria textilă din România*. Teza de doctorat. Universitatea Transilvania din Braşov
137. Owusu-Ansah, A., Adolwine, W.M. and Yeboah, E. (2017), "Construction of real estate price indices for developing housing markets: Does temporal aggregation matter?", *International Journal of Housing Markets and Analysis*, 10(3), pp. 371-383.
138. Palade, I.A., (2016), *Politici și strategii de marketing utilizate în marketingul educațional*. Teza de doctorat. Universitatea Transilvania din Braşov
139. Panagiotidis, T., Printzis, P. (2015). On the macroeconomic determinants of the housing market in Greece: A VEMC approach (GeeSE Paper No. 88). Hellenic Observatory, European Institute.
140. Piasecka, A. (2017). A characterization of the real estate market. *Central and Eastern European Journal of Management and Economics*, 5(4), 169-180.
141. Pike, J. (2020) The future of sustainable real estate investments in a post-COVID-19 world. *J. Eur. Real Estate Res.* 13(3), 455–460
142. Pop, S, (2020), Top 10 Predictions For 2020, Disponibil la <https://www2.colliers.com/en-RO/Research/Top-10-Predictions-2020>, Accesat în 20.02.2021
143. Popa, A., (2013), *Managementul proprietății imobiliare*, Editura Economică, București
144. Posirca, O., (2019), Industriile generatoare de cerere pentru sectorul imobiliar în 2019, Disponibil la <https://realestatemagazine.ro/2019/10/industriile-generatoare-de-cerere-pentru-sectorul-imobiliar-in-2019/>, Accesat în 20.02.2021
145. Pryor Paul (2005), *Marketingul serviciilor de construcții*, Editura Codecs, București
146. Puncreobutr, V., Trinokorn, P., Dhanesschaiyakupta, U., Pusapukdepob, J., & Pa-Alisbo, M. A. C. (2020). The Design of Real Estate Housing Project in Bangkok and the Metropolitan, Thailand for the Year 2021. *i-Manager's Journal on Management*, 15(1), 19-26.
147. PwC și Urban Land Institute (2019), *Emerging Trends in Real Estate Europe 2019*, Disponibil on-line la <https://www.pwc.com/gx/en/financial-services/assets/pdf/pwc-etre-europe-2019.pdf>, Accesat în 14.02.2021
148. Quirk's Media [online] Disponibil la <http://www.quirks.com/articles/a1998/19981009.aspx> [Accesat 06.03.2021]
149. Renigier-Bițozor, M., Chmielewska, A. (2019). A Rating System for the Real Estate Market. *Argumenta Oeconomica*, 2 (43), 427-458.
150. Renigier-Bițozor, M., (2011) Analysis of real estate markets with the use of the rough set theory, *Journal of the Polish Real Estate Scientific Society*, 19(3), 107–118
151. Renigier-Bițozor, M., Janowski, A., d'Amato, M., (2019), Automated Valuation Model based on Fuzzy and Rough Set Theory for Real Estate Market with Insufficient Source Data, *Land Use Policy*, 87, 104–115
152. Renigier-Bițozor, M., Janowski, A., Walacik, M., (2019) Geoscience Methods in Real Estate Market Analyses Subjectivity Decrease, "Geosciences", 9(3), 1-20

153. Revista, Europe Real Estate 2015, Industry Trends. Market Players, Assets, Ed. Europe Real Estate, Bruxelles, 2015
154. Revista, Retail Space Europe 2016., The Pan -European reference guide to retail space, Ed. Europe Real Estate, Bruxelles, 2016
155. Revista, Turkey Real-Estate 2014-2015., The reference guide to Turkey Real estate, Ed. Europe Real Estate, Bruxelles
156. Reynolds, F., Darden W.R. (1971) Mutually Adaptive Effects of Interpersonal Communication, *Journal of Marketing Research*
157. Rogers, C.R., (2015), *Terapia centrată pe client*, Ed. Trei, Bucureşti.
158. Rondinelli, C., & Veronese, G. (2011). Housing rent dynamics in Italy. *Economic Modelling*, 28(1-2), 540-548.
159. Rotaru, O. (2011), *Aspecte teoretice privind piaţa imobiliară și importanța acesteia în structura economico-socială a țării*. *Studia Universitatis (Seria Științe Exacte și Economice)*, 42(2), 210-214.
160. Salleh, N. A., Zoher, S. A., Mahayuddin, S. A., & Abdul, Y. (2017, January 27). Influencing Factors of Property Buyer in Hillside Residential Development. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, CLXX, 586-595.
161. Salzman, D., & Zwinkels, R. C. (2017). Behavioral Real Estate. *Journal of Real Estate Literature*, XXV(1), 77-106.
162. Saunders, M., Lewis, P. and Thornhill, A. (2016). *Research methods for business students (7th edn)*, Pearson Education Limited. Boston: Prentice Hall. pp. 122-218.
163. Selim, H., (2009) Determinants of house prices in Turkey: hedonic regression versus artificial neural network, *Expert Systems with Applications*, 36(2), pp. 2843–2852
164. Shakoorifar, A., Kaveh, A., (2001) *Design of a Dynamic System for Analyzing Houses Supply and Demand Market*. A thesis submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Science in construction management and engineering, Iran University of Science and Technology
165. Shiller, R. J. (2012). *The subprime solution: how today's global financial crisis happened, and what to do about it*. Princeton University Press.
166. Simons, R.A., Bowen, W., Sementelli, A., (1997), The effect of underground storage tanks on residential property values in Cuyahoga County, Ohio, *Journal of Real Estate Research*, 14, pp. 29-42.
167. Sknarev, D. S., & Muzykant, E. V. (2020). Creating an image in real estate advertising texts. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 25(2), 367-373.
168. Squires, G., Heurkens, E. (2016), Methods and models for international comparative approaches to real estate development, *Land Use Policy*, 50, 573-581. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2015.10.005>
169. Stegăroiu, I., Zaharia (Ștefănescu) D.E., Ghinea, A., Stan, A.M., Munteanu, M.G. (2017). The Woman versus Man as Leaders into the Nowadays Economy. *Economics and Applied Informatics*, "Dunarea de Jos" University of Galati, Faculty of Economics and Business Administration, 1, 176-183.



170. Stiglitz J., (1999), More Instruments and Broader Goals: Moving towards the Post-Washington Consensus, *Economics*, 9.
171. Suárez, J. L. (2009), Commercial Real Estate. In *European Real Estate Markets* (pp. 50-81). Palgrave Macmillan, London.
172. Surd, V., Kassai, I., Giurgiu, L. (2011), Romania disparities in regional development, *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 19, 21-30. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.05.102>
173. Şipoş, C., & Crivii, E. A. (2008, November). A linear regression model for real estate appraisal. In 3rd WAVO Valuation Congress „Valuation in Diversified and Emerging Economies”, Bucharest, Romania (pp. 17-18).
174. Tanrivermi, S. H. (2020) Possible impacts of COVID-19 outbreak on real estate sector and possible changes to adopt: a situation analysis and general assessment on Turkish perspective. *J. Urban Manag.* 9(3), 263–269
175. Tem, N. S. D., Komsuoglu Yilmaz, N. (2018), Determinants of residential real estate prices in Turkey, *European Journal of Business and Social Sciences*, 6(10), 41-54.
176. The Telegraph. (2016), What are the seven wonders of the world? Accesat online la: <http://www.telegraph.co.uk/travel/advice/What-are-the-seven-wonders-of-the-world/>
177. Top-Box scoring of rating scale data [online] Disponibil la <http://www.measuringu.com/blog/top-box.php> [Accesat 07.03.2021]
178. Torto Wheaton Research, (2002) *Real Estate Cycles and Outlook 2002*, Torto Wheaton Research, Boston
179. Trojanek, R., Gluszak, M., Tanas, J., (2018) The Effect of Urban Green Spaces on House Prices in Warsaw, *International Journal of Strategic Property Management*, 22(5), pp. 358–371
180. Valette-Florence, Jolibert A., (1988), *Stiluri de viaţă şi Tipare de Consum*, Ed. Universităţii Grenoble.
181. Van Loon, J., & Aalbers, M. B. (2017). How real estate became ‘just another asset class’: The financialization of the investment strategies of Dutch institutional investors. *European Planning Studies*, 25(2), 221-240.
182. Vanags, J. (2010), *Nekustamā īpašuma ekonomika*, RTU Publishing House, Rīga
183. Wang, M., Yang, Y., Jin, S. G., & Zhang, H. (2016). Social and Cultural Factors that Influence Residential Location Choice of Urban Senior Citizens in China – The Case of Chengdu City. *Habitat International*, LIII, 55-65.
184. Webb, R.B., Miles, M., Guilkey, D. (1992), Transactions-driven commercial real estate returns: the panacea to asset allocation models?, *Journal of the American Real Estate and Urban Economics Association*, 20, pp. 325-357.
185. Weinberg, S. L., & Abramowitz, S. K. (2016). *Statistics using SPSS: An integrative approach*. Cambridge University Press
186. Whitley, D.L., Xiang, W.N. (1993) A GIS based method for integrating expert knowledge into land suitability analysis, *Urban & Regional Information Systems Association. 1993 Annual Conference Proceedings*, 2, pp. 24-37
187. Williams, J. (2018). Housing markets with endogenous search: Theory and implications. *Journal of Urban Economics*, 105, 107-120.

188. Wisniewski, R., Brzezicka, J. (2021), "Glocal real estate market: evidence from European Countries", *Journal of European Real Estate Research*, Vol. 14 No. 1, pp. 120-149.
189. Wu, W., & Kou, G. (2016), A group consensus model for evaluating real estate investment alternatives, *Financial Innovation*, 2(8). <https://doi.org/10.1186/s40854-016-0027-8>
190. Wyatt, P. (1996) The development of a property information system for valuation using a geographical information system (GIS), *Journal of Property Research*, 13, pp. 317-336.
191. Yuvraj, Shrivastava, V., Agrawal, V., Maggu, A., Agnihotri, A. (2018). A Study on the Impact of Online Marketing on Indian Real Estate Business. *International Research Journal of Engineering and Technology (IRJET)*. 5(9), pp. 1274-1277.
192. Zhang, X. Q., & Ball, M. (2016). *Housing the Planet: Evolution of Global Housing Policies*. Habitat International, LIV, 161-165.
193. Zhang, D., Zhu, P. & Ye, Y. (2016). The effects of E-commerce on the demand for commercial real estate. *Cities*, 51, pp.106–120.
194. Zheng, M., Wang, H., Wang, C., & Wang, S. (2017). Speculative Behavior in a Housing Market: Boom and Bust. *Economic Modelling*, LXI, 50-64.
195. Zimmermann, J., & Burkholz, K. (2019). Sustainable Real Estate Development in the Age of E-commerce—Implications of the Structural Change and resulting changed Requirements for Retail Property. In *REAL CORP 2019—IS THIS THE REAL WORLD? Perfect Smart Cities vs. Real Emotional Cities*. Proceedings of 24th International Conference on Urban Planning, Regional Development and Information Society (pp. 693-702).
196. Żróbek, S., Grzesik, C., (2013) Modern Challenges Facing the Valuation Profession and Allied University Education in Poland, *Real Estate Management and Valuation*, 21(1), pp. 14– 18
197. Zrobek, S., Trojanek, M., Zrobek-Sokolnik, A., Trojanek, R. (2015), The influence of environmental factors on property buyers' choice of residential location in Poland, *Journal of International Studies*, 8(3), 164-174

## Rezumat

*Motivația* alegerii acestei teme a rezultat dintr-o realitate incontestabilă, respectiv din faptul că piața imobiliară are un rol important în contextul economic național și global. Datorită numărului mare de participanți pe piață, de ordinul sutelor de mii pentru piața imobiliară și al zecilor de mii pentru prestatorii serviciilor conexe, este necesară investigarea acestei piețe. Domeniul pieței construcțiilor imobiliare este unul dintre cele mai complexe sectoare de activitate ale economiei. Traversăm o perioadă de timp în care 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. În acest sens, în vederea obținerii unei eficiențe economice înalte, investițiile în piața imobiliară trebuie să dețină o pondere însemnată în cadrul programelor investiționale. Specialiștii din domeniu, cât și oamenii politici și reprezentanții societății civile, au încercat și încearcă permanent să dezvolte rațional și eficient activitățile din acest domeniu.

*Scopul* acestei lucrări este de a aduce în prim plan, din perspectivă marketingului, problematica complexă a tranzacțiilor pe piața imobiliară. În concordanță cu importanța temei de cercetare, precizăm că *obiectivul general* al demersului științific constă în identificarea elementelor care contribuie la eficientizarea tranzacțiilor de pe piața imobiliară din România și a modului în care activitatea de zi cu zi a celor direct implicați poate contribui prin acțiuni specifice la atingerea țintelor de creștere ale unei firme care activează pe piața imobiliară.

## Abstract

The motivation for choosing this theme resulted from an indisputable reality, namely from the fact that the real estate market has an important role in the national and global economic context. Due to the large number of market participants, in the hundreds of thousands for the real estate market and tens of thousands for related service providers, it is necessary to investigate this market. The field of real estate construction is one of the most complex sectors of activity of the economy. We are going through a period of time in which development, both at the macro level and at the microeconomic level, is inconceivable without well-founded investment programs and properly implemented. In this regard, in order to achieve high economic efficiency, investments in the real estate market must have a significant share in investment programs. Specialists in the field, as well as politicians and representatives of civil society, have tried and are constantly trying to rationally and efficiently develop activities in this field.

The purpose of this paper is to bring to the fore, from a marketing perspective, the complex issue of transactions in the real estate market. In accordance with the importance of the research topic, we specify that the general objective of the scientific approach is to identify the elements that contribute to the efficiency of real estate transactions in Romania and how the daily activity of those directly involved can contribute through specific actions to achieving the growth targets of a company operating in the real estate market.