

источников энергии и внедрение принципов циркулярной экономики станут основой для экономического роста и улучшения качества жизни населения.

Источники

1. Цели устойчивого развития в Беларуси : [сайт]. — URL: <https://sdgs.by/> (дата обращения: 05.11.2025).
2. Наука и инновационная деятельность в Республике Беларусь, 2024 : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Мн., 2024. — 79 с.
3. Интерактивная информационно-аналитическая система распространения официальной статистической информации : [сайт]. — URL: <https://dataportal.belstat.gov.by> (дата обращения: 05.11.2025).
4. Глобальный инновационный индекс // WIPO. — URL: <https://www.wipo.int/ru/web/global-innovation-index> (дата обращения: 05.11.2025).
5. Оператор вторичных материальных ресурсов : [сайт]. — URL: <https://vtoroperegator.by> (дата обращения: 01.11.2025).
6. Лидеры энергоэффективности. ОАО «Савушкин продукт» // Департамент по энергоэффективности Государственного комитета по стандартизации Республики Беларусь. — URL: https://energoeffect.gov.by/news/news_2023/20231121_news1 (дата обращения: 05.11.2025).
7. Кадастр возобновляемых источников энергии сформирован в Беларуси // ЭнергоБеларусь. — URL: https://energobelarus.by/news/Tema_dnya/kadastr_vozobnovlyaemykh_istochnikov_energii_sformirovan_v_belarusi/ (дата обращения: 05.11.2025).

Д. Д. Нарейко, С. И. Рогожина, А. Д. Былинская

Научный руководитель — кандидат экономических наук, доцент
В. В. Квасникова

ИССЛЕДОВАНИЕ ТАРГЕТИРОВАННОЙ РЕКЛАМЫ АГЕНТСТВ НЕДВИЖИМОСТИ МИНСКА

Статья посвящена исследованию таргетированной рекламы агентств недвижимости г. Минска. Произведен анализ контента таргетированной рекламы в социальных сетях Instagram и TikTok. На основе значений коэффициентов вовлеченности дана оценка его качества.

В последнее время агентства недвижимости г. Минска начали активно использовать таргетинг как инструмент для привлечения клиентов через социальные сети и контекстную медийную рекламу. На данный момент в г. Минске и Минской области функционирует 121 агентство недвижимости. Для проведения исследования таргетированной рекламы на основе рейтинга REALT.BY по просмотру объявлений агентств недвижимости было отобрано 10 агентств (табл. 1).

Таблица 1

Топ-10 агентств недвижимости г. Минска по состоянию на 07.11.2025 г.

Рейтинг агентства недвижимости	Наименование агентства недвижимости	Объявления	
		количество, ед.	просмотров, ед.
1	ООО «ЭТАЖИ юнайтед»	10 569	1 640 979
2	ООО «7 этажей»	960	848 146
3	ООО «АН Гарант Недвижимость»	907	811 154
4	ООО «Твоя столица»	502	598 519
5	ООО «Центр международной недвижимости Моя 7Я»	1591	569 384
6	ООО «Фатгория Плюс»	1128	563 107
7	ООО «Агентство недвижимости “Алькор”»	723	500 341
8	ООО «Группа Компаний Мариэлт»	1413	438 458
9	ООО «Час-Пик»	359	311 215
10	ООО «Твой Маёнтак»	345	278 305

Источник: собственная разработка на основе [1].

Данные табл. 1 свидетельствует о том, что лидером по количеству объявлений и их просмотру является агентство недвижимости ООО «ЭТАЖИ юнайтед», количество размещенных объявлений у которого составляет 10 569 ед., что в 10–30 раз больше по сравнению с остальными агентствами из топ-10, а количество просмотров — 1,64 млн ед.

Анализ показал, что для размещения рекламы топ-10 агентств недвижимости используют социальные сети Instagram и TikTok (табл. 2).

Таблица 2

Количество подписчиков и публикаций агентств недвижимости г. Минска в Instagram и TikTok по состоянию на 07.11.2025 г.

Наименование агентства недвижимости	Instagram		TikTok	
	количество подписчиков, чел.	количество публикаций, ед.	количество подписчиков, чел.	количество публикаций, ед.
1	2	3	4	5
ООО «ЭТАЖИ юнайтед»	21 900	1321	4412	192
ООО «7 этажей»	5069	1075	2226	267
ООО «АН Гарант Недвижимость»	4467	734	1817	275

1	2	3	4	5
ООО «Твоя столица»	12 400	734	4056	391
ООО «Центр международной недвижимости Моя 7Я»	7339	404	3508	270
ООО «Фатория Плюс»	1125	242	50	31
ООО «Агентство недвижимости “Алькор”»	5091	260	18 800	212
ООО «Группа Компаний Мариэлт»	3488	461	1588	195
ООО «Час-Пик»	2937	3022	5102	222
ООО «Твой Маёнтак»	1971	1272	966	113

Источники: собственная разработка на основе данных Instagram и TikTok.

Абсолютным лидером по совокупному количеству подписчиков в двух социальных сетях является ООО «ЭТАЖИ юнайтед». Данное агентство имеет наибольшее количество подписчиков как в Instagram (21 900 чел.), так и в TikTok (4412 чел.). Кроме того, на его аккаунте в Instagram зафиксировано и максимальное среди всех исследуемых субъектов количество публикаций — 1321 ед. Второе место по совокупному количеству подписчиков занимает ООО «Агентство недвижимости “Алькор”». Несмотря на относительно скромные показатели в Instagram (5091 чел.), данное агентство является лидером по размеру аудитории в TikTok (18 800 чел.), что и обеспечивает ему высокую итоговую позицию. Третье место по данному показателю занимает ООО «Твоя столица» со значительной аудиторией в Instagram (12 400 чел.) и демонстрирует высокую активность в TikTok (4056 чел. и 391 публикация).

В ходе анализа выявлено, что в Instagram и TikTok агентства недвижимости г. Минска используют три вида контента: имиджевые ролики, видеопозаказывы недвижимости и статьи. Имиджевые ролики — видеоконтент, предназначенный для формирования эмоционального и положительного образа бренда, компании или объекта. Видеопозаказывы недвижимости — онлайн-показ помещений в виде видеозаписи, позволяющий потенциальным покупателям или арендаторам осмотреть их дистанционно, оценить состояние, планировку и интерьер без личного присутствия. Статьи представляют собой специализированный текстовый информационно-рекламный контент, направленный на углубленное информирование потенциальных клиентов.

В табл. 3 представлен сравнительный анализ количества и качества рекламного контента агентств недвижимости в Instagram. Для оценки качества контента в социальных сетях использован коэффициент вовлеченности, который отражает активность аудитории при взаимодействии с публикациями и рассчитывается как отношение среднего количества реакций на пост на количество подписчиков.

Таблица 3

Сравнительный анализ рекламного контента агентств недвижимости г. Минска в Instagram за октябрь 2025 г.

Наименование агентства недвижимости	Количество контента, ед.			Коэффициент вовлеченности, %
	имиджевые ролики	видео-показы	статьи	
ООО «ЭТАЖИ юнайтед»	21	48	4	0,14
ООО «7 этажей»	12	5	—	0,93
ООО «АН Гарант Недвижимость»	11	—	1	6,25
ООО «Твоя столица»	10	19	5	0,35
ООО «Центр международной недвижимости Моя 7Я»	2	1	2	0,92
ООО «Фактория Плюс»	—	3	—	2,31
ООО «Агентство недвижимости "Алькор"»	—	1	—	0,62
ООО «Группа Компаний Мариэлт»	7	3	6	2,37
ООО «Час-Пик»	3	53	4	0,29
ООО «Твой Маэнтак»	6	5	3	2,55

Источник: собственная разработка на основе данных Instagram.

Данные табл. 3 свидетельствуют о том, что наибольшее количество контента размещено в Instagram у ООО «ЭТАЖИ юнайтед». Однако лучшее качество контента имеют агентства ООО «АН Гарант Недвижимость» и ООО «Твой Маэнтак», у которых значения коэффициента вовлеченности составляют 6,25 и 2,55 % соответственно.

В табл. 4 представлен сравнительный анализ количества и качества рекламного контента агентств недвижимости г. Минска в TikTok.

Таблица 4

Сравнительный анализ рекламного контента агентств недвижимости г. Минска в TikTok за октябрь 2025 г.

Наименование агентства недвижимости	Количество контента, ед.			Коэффициент вовлеченности, %
	имиджевые ролики	видео-показы	статьи	
1	2	3	4	5
ООО «ЭТАЖИ юнайтед»	6	3	—	0,64
ООО «7 этажей»	4	4	—	3,17
ООО «АН Гарант Недвижимость»	4	27	1	5,88
ООО «Твоя столица»	1	15	1	1,60

1	2	3	4	5
ООО «Центр международной недвижимости Моя 7Я»	1	48	1	1,95
ООО «Фатгория Плюс»	2	4	—	30,33
ООО «Агентство недвижимости “Алькор”»	—	2	—	4,62
ООО «Группа Компаний Мариэлт»	6	2	4	14,39
ООО «Час-Пик»	3	38	4	0,79
ООО «Твой Маёнтак»	—	—	1	1,35

Источник: собственная разработка на основе данных Tiktok.

Как видно по данным табл. 4, агентства недвижимости в социальной сети TikTok в основном выкладывают видеопказы недвижимости. Наибольшее количество такого контента разместили ООО «Центр международной недвижимости Моя 7Я» (48 ед.), ООО «Час-Пик» (38 ед.) и ООО «АН Гарант Недвижимость» (27 ед.). Несмотря на высокие абсолютные показатели охвата у отдельных агентств (ООО «АН Гарант Недвижимость» — 477,78 тыс. просмотров), наивысшие значения коэффициента вовлеченности имеют ООО «Группа Компаний Мариэлт» (14,39 %) и ООО «Агентство недвижимости “Алькор”» (4,62 %). Исходя из проведенного исследования можно заключить, что наибольшие показатели вовлеченности аудитории, как правило, показывают те агентства недвижимости, которые выстраивают комплексную стратегию присутствия в обеих социальных сетях, используя сильные стороны каждой из них.

Источник

1. Рейтинг просмотров агентств недвижимости // Realt.By. — URL: <https://realt.by/agencies/rating/?page=1> (дата обращения: 07.11.2025).

А. С. Нисковских

Научный руководитель — кандидат экономических наук С. В. Дирко

ОТ УСТОЙЧИВОСТИ К АНТИХРУПКОСТИ: ЭВОЛЮЦИЯ ПОДХОДОВ К НАДЕЖНОСТИ ЦЕПОЧЕК ПОСТАВОК

В статье обосновывается тезис о том, что современные технологии и подходы являются ключевым механизмом для перехода от устойчивости к антихрупкости — свойству систем, позволяющему не просто выдерживать потрясения, но и извлекать из них выгоду. Рассмотрены конкретные инструмен-