

## **ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ИНВЕСТИЦИОННУЮ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ДЕВЕЛОПЕРСКИХ ПРОЕКТОВ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

На инвестиционную привлекательность девелоперских проектов в сфере коммерческой недвижимости в Беларуси влияет комплекс разнообразных факторов, которые следует учитывать при их разработке и реализации.

Стабильность нормативной базы и наличие правовой защиты инвестиций являются ключевыми условиями для долгосрочного развития проектов в сфере недвижимости. Развитая транспортная и инженерная инфраструктура, наличие транспортных узлов, логистических связей и выгодное территориальное расположение участка значительно повышают инвестиционную привлекательность. Например, в крупных городах, таких как Минск, и их пригородах сосредоточено большинство качественных площадок для застройки, что снижает логистические и эксплуатационные риски [1].

Рыночные и отраслевые факторы отражают баланс спроса и предложения: рост тех сегментов, в которых формируется устойчивый дефицит качественных объектов.

Инфраструктурные и территориальные факторы напрямую влияют на ликвидность объектов. Хорошо развитая инженерная и транспортная инфраструктура, удобная транспортная доступность и перспективное местоположение участка повышают инвестиционную привлекательность, тогда как слабая инфраструктура увеличивает потенциальные риски [2].

Административные аспекты управления девелоперскими проектами на рынке недвижимости определяют эффективность проектного менеджмента и соблюдение сроков реализации [3]. Эффективное управление проектом, прозрачность процедур, своевременное получение разрешений и согласований являются важными условиями для успешной реализации девелоперских инициатив [1].

Девелоперские инициативы подвержены воздействию таких внешних факторов, как: колебания цен на строительные материалы, инфляция, изменения экологических требований. Комплексный анализ их влияния и своевременное принятие мер по их снижению повышают эффективность стратегического планирования и управления проектами.

Для успешного привлечения инвестиций важно учитывать не отдельные факторы, а их взаимосвязь, что обеспечивает объективную

оценку потенциала девелоперских проектов, способствует их эффективной реализации и позволяет минимизировать риски.

### Источники

1. Жилая и нежилая недвижимость : учеб.-метод. пособие / К. С. Климчя [и др.]. — Мн. : БГЭУ, 2021. — 248 с.
2. *Машевская, О. В.* Инвестиционная привлекательность Республики Беларусь / О. В. Машевская // Экономика и управление. — 2023. — № 4. — С. 45–53.
3. *Баженов, О. В.* Выявление факторов инвестиционной привлекательности рынков недвижимости // О. В. Баженов, А. Д. Галенкова // КиберЛенинка. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/17245399.pdf> (дата обращения: 28.11.2025).

**А. И. Чичева, Д. Н. Михаленко, В. С. Хапалюк**  
БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель — Е. Ю. Ракова, канд. экон. наук*

## ИНФЛЮЕНСЕРЫ И СОЦИАЛЬНАЯ КОММЕРЦИЯ: НОВАЯ МОДЕЛЬ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРА

В условиях современной цифровой экономики традиционные методы продвижения товаров и услуг постепенно теряют свою эффективность. Сегодня одним из ключевых факторов успеха становится использование социальных сетей и влияния лидеров мнений — инфлюенсеров. Инфлюенсеры — люди, обладающие большими и лояльными аудиториями в социальных сетях, которые могут влиять на мнения и предпочтения подписчиков.

Такой подход позволяет формировать доверие и подталкивать подписчиков к совершению покупок. Реклама через инфлюенсеров имеет значение за счет роста продаж, эффективности, локализации, узнаваемости.

Хорошим примером в Беларуси является бренд *Tashe Professional*, так как активно взаимодействует с аудиторией через социальные сети, где сотрудничает с инфлюенсерами, которые делятся своим опытом использования косметики, создают обзоры и рекомендации.

ИИ-инфлюенсеры — персонажи, созданные на основе сложных алгоритмов машинного обучения, которые используются глобальными брендами для представления своих продуктов, создания контента и взаимодействия с аудиторией с поразительной стабильностью и контролем.

Один из самых ярких примеров — Лил Микела, виртуальный инфлюенсер, созданный технологической компанией *Brud*. Имея более 2,3 млн подписчиков в *Instagram*, она сотрудничала с такими люк-