

формации о предпочтениях, поведении и покупательной способности миллионов пользователей. В-третьих, перспективным направлением является экспансия на новые рынки и платформы. Успешный запуск Steam Deck показывает, что Valve видит будущее в мобильном и портативном доступе к своей библиотеке. Дальнейшая оптимизация платформы для работы на различных устройствах и проникновение на региональные рынки, такие как Юго-Восточная Азия и Латинская Америка [1].

Таким образом, платформа Steam является моделью успеха в сфере электронной коммерции. Анализ ее деятельности демонстрирует, что даже самые успешные платформы сталкиваются с вызовами. Однако ее будущее по-прежнему выглядит светлым благодаря стратегическим перспективам.

### Источник

1. *Stephan. Ch. Get grounded with the 2025 gartner hype cycle for emerging technologies / Ch. Stephan // Gartner.* — URL: <https://www.gartner.com/en/articles/hype-cycle-for-emerging-technologies> (date of access: 04.11.2025).

СНИЛ «Коммерсант»

**Д. Д. Мурыгина, П. А. Тускевич**

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — **В. В. Квасникова**, канд. экон. наук, доцент

## РЕКЛАМА В СФЕРЕ НЕДВИЖИМОСТИ: АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЕБ-САЙТОВ

Современный рынок недвижимости Беларуси характеризуется высокой активностью и цифровизацией бизнес-процессов. В условиях конкуренции ключевую роль в привлечении клиентов играют рекламные и информационные веб-сайты. Анализ цифрового следа ведущих сайтов (Kufar.by, Realt.by, Domovita.by, Gohome.by), осуществляющих рекламу недвижимости, позволяет выявить ключевые тенденции в поведении потребителей и эффективность разных способов рекламы.

В табл. 1 представлены данные о посещениях пользователями веб-сайтов, рекламирующих объекты недвижимости за сентябрь 2025 г. [1].

Таблица 1

Количество посещений веб-сайтов, рекламирующих недвижимость

Веб-сайт	Kufar.by	Realt.by	Domovita.by	Gohome.by
Количество посещений, млн. ед.	19,3	2,76	0,60	0,20

Данные табл. 1 свидетельствуют о значительном разбросе в посещаемости исследуемых сайтов: от 200 тыс. до 19,3 млн. ед. в месяц. Лидером рынка является Kufar.by, так как сайт осуществляет рекламу не только недвижимости, но и множества других товаров. При этом основными пользователями сайтов являются жители Беларуси, на их долю приходится от 79 до 95 % всего трафика, что свидетельствует о четкой фокусировке на внутреннем рынке (табл. 2).

Таблица 2

Структура пользователей веб-сайтов по странам

Топ-5 стран	Веб-сайт			
	Kufar.by	Realt.by	Domovita.by	Gohome.by
1	Беларусь (95,57 %)	Беларусь (87,57 %)	Беларусь (85,01 %)	Беларусь (78,81 %)
2	Россия (2,41 %)	Россия (5,3 %)	Россия (4,13 %)	Россия (14,61 %)
3	Германия (0,5 %)	Польша (1,45 %)	Казахстан (2%)	Литва (3,17 %)
4	США (0,29 %)	Германия (1,03 %)	Украина (1,28 %)	США (0,73 %)
5	Польша (0,18 %)	Украина (0,65 %)	США (0,58 %)	Украина (0,62 %)

В то же время интерес к сайтам недвижимости проявляют зарубежные пользователи. Особенно существенны доли зарубежных пользователей на сайтах Gohome.by (21,19 %) и Domovita.by (15 %), где основными пользователями являются жители России. Интерес к данным сайтам проявляют также пользователи Германии, Литвы, Польши и других стран.

При проведении исследования был проведен опрос потенциальных покупателей и арендаторов жилья (20 чел.) относительно того, какие факторы являются наиболее значимыми для пользователей при выборе сайтов, рекламирующих недвижимость. Опрос показал, что, по мнению 95 % респондентов, самым значимым фактором является «актуальность и достоверность базы объявлений», второе место занял фактор «удобный и интуитивно понятный интерфейс, особенно на мобильной версии» (88 %), на третьем месте — фактор «наличие расширенной фильтрации (по цене, району, типу дома)» (82 % респондентов). Факторы «прозрачность информации о застройщике или агенте» и «наличие фотографий, планов, панорамных туров» важны для 78 и 75 % респондентов соответственно.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод, что лидерство веб-сайта Kufar.by на рынке обусловлено его универсальностью, поскольку сайт предлагает не только недвижимость, но и другие товары. Аудитория всех площадок в основном сосредоточена в Беларуси, при этом наблюдается растущий интерес со стороны пользователей из-за границы. Ключевыми требованиями пользователей к выбору

веб-сайта являются достоверность объявлений, удобный интерфейс и прозрачность информации, а не только широта охвата. Таким образом, конкуренция на рынке смещается в сторону качества сервиса и глубины проработки информации об объектах.

### **Источник**

1. Аналитика трафика, рейтинг и аудитория // Similarweb. — URL: <https://www.similarweb.com/ru/website/pro.similarweb.com/> (дата обращения: 12.10.2025).

*СНИЛ «Коммерсант»*

**Д. Д. Мuryгина, П. А. Тускевич**

*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — О. В. Толкач*

## **ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ**

Тайм-менеджмент выступает как ключевой инструмент повышения организационной эффективности. В условиях современной информационной перегруженности этот навык становится критически важным как для отдельного сотрудника, поддерживая баланс между жизнью и работой и предотвращая выгорание, так и для организации, оптимизируя процессы и укрепляя корпоративную культуру. Принципиально важно, что тайм-менеджмент представляет собой не управление временем, а систему организации деятельности через осознанное распределение внимания и усилий. Его внедрение обеспечивает рост продуктивности, снижение уровня стресса и достижение целей, непосредственно улучшая показатели работы как отдельных специалистов, так и компании в целом.

К распространенным проблемам, препятствующим успешному внедрению тайм-менеджмента, относятся: отсутствие мотивации из-за непонимания задач, вредоносная многозадачность, завышенные требования к себе и выбор неподходящей методики. Таким образом, универсального решения не существует — успех зависит от адаптации методов под индивидуальные особенности, рабочий ритм и специфику задач. Тайм-менеджмент должен быть не системой ограничений, а гибким инструментом для достижения целей и повышения качества жизни.

Среди многообразия практик тайм-менеджмента можно выделить три метода, которые предлагают различные, но высокоэффективные подходы к организации работы. «Правило 9 дел» выступает мощным