

**А.Д. Курлянчик, В.М. Самак**  
БГЭУ (Минск)  
**Научный руководитель А.И. Ерчак**  
(канд. экон. наук, доцент)

## **ТЕНДЕНЦИЯ ИЗМЕНЕНИЯ КОНЪЮНКТУРЫ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ РЕПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

В последнее время на рынке недвижимости произошли изменения. Количество сделок снизилось на 10 %; в числе прочего снижение активности связано с уменьшением стоимости квадратного метра во всех категориях недвижимости, в том числе в долевом строительстве и на рынке вторичного жилья. Также отмечено снижение спроса на приобретение и аренду коммерческой недвижимости при увеличении числа доступных для арендаторов квадратных метров. Стабильный спрос сохранился на изолированные помещения и машиноместа, составив максимум совершенных сделок, а наименьший интерес покупателей вызвали свободные земельные участки. Эксперты предполагают, что в ближайшем времени ожидать положительного роста на рынке недвижимости Беларуси не приходится, однако говорить о значительном проседании также нельзя. Вероятнее всего, падение может продолжиться некоторое время, после чего ситуация начнет стабилизироваться. Резкое падение количества сделок привело к тому, что перед некоторыми отечественными агентствами недвижимости предстала проблема финансовой пропасти.

По мнению председателя совета белорусской ассоциации «Недвижимость» Николая Простолупова, в последнее время белорусские агентства недвижимости переживают не лучшие времена. Убытки связаны в первую очередь с тем, что квартиры в Беларуси практически не покупаются. По сравнению с прошлым годом объем бизнеса агентств сократился в два-три раза. Соответственно у агентств появились серьезные финансовые проблемы. Если ситуация продлится, агентства будут закрываться. Сначала с рынка уйдут мелкие игроки, затем настанет черед крупных.

Вызвать глобальное обесценивание площадей могло бы интенсивное строительство. Но, по некоторой информации, в последние месяцы несколько крупных строительных организаций сократили объемы строительства. С другой стороны, строительством занялись новые компании как с белорусским, так и с российским капиталом. В Беларуси должна быть сформирована система учета, которая в условиях социализма позволит получать минимальные общественные блага: продукты питания, медицинскую помощь, жилье и так далее. Институт прописки — как раз такая система, которая позволяет каждому гражданину реализовать свои права и получить эти самые минимальные блага. Социализм — система дефицитов. Если полностью отменить институт прописки, вся Беларусь поднимется и придет в Минск покупать или получать жилье, кредиты в банках и пр. Будет большой беспорядок.

Таким образом, сегодня можно говорить о том, что рынок торговой недвижимости подвержен значительной дифференциации. Также можно предположить, что начиная с 2018 г. будет более активно происходить процесс анализа торговой недвижимости новых западных брендов и, соответственно, будут обсуждаться локация и развитие на следующие годы.

*К.И. Ставская, А.В. Потапчук*  
*БГЭУ (Минск)*  
Научный руководитель Л.С. Климченя  
*(канд. экон. наук, доцент)*

## **ВОЗМОЖНОСТИ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ ДЛЯ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ**

В современном мире реклама в значительной степени определяет образ и стиль жизни, неизбежно оказывает влияние на наши взгляды, отношение к себе и окружающему миру. С целью выявления, какое из средств рекламы в наибольшей степени способствует привлечению внимания потенциальных потребителей объектов коммерческой недвижимости, было проведено исследование, в основу которого положен метод анкетного опроса. Вопросы, которые были заданы респондентам, касались привлечения рекламными средствами их внимания. Среди 60 опрошенных 51 % хотели бы получить интересующую их информацию из сети Интернет; 32 % респондентов отдали предпочтение наружной рекламе. Такие рекламные носители, как телевизор, газеты и радио практически не привлекают потребителей. По итогам проведенного опроса было установлено, что все рекламные носители имеют свои преимущества и недостатки, но больше всего достоинств в сравнении с остальными видами имеет интернет-реклама. Данные исследований клиентов агентств недвижимости показывают, что сейчас более 90 % покупок на рынке недвижимости совершается благодаря информации, полученной в Интернете [1]. Для организаций, занимающихся продажей объектов недвижимости, важно правильно распределить ресурсы для разработки наиболее эффективной рекламной кампании. Так, в Беларуси создаются интернет-площадки, порталы, где арендаторам и покупателям можно найти всю необходимую информацию о желаемом объекте. К ним можно отнести довольно известные порталы Realt.by, Kufar.by, Onliner.by. Проанализировав все площадки для размещения объявлений о продаже и аренде жилой недвижимости, можно прийти к выводу, что самые высокие цены у площадок со средней посещаемостью — GoHome.by, Kufar.by. У площадок с большим количеством уникальных посетителей — Realt.by, Onliner.by, установились цены в одном диапазоне, также эти площадки демонстрируют тенденции к равномерному развитию и увеличению аудитории.