

ных агентств недвижимости Минска, которая формируется с 2000 г. За счет применения в работе современных технологий и использования агентствами недвижимости программного обеспечения «Недвижимость 3.0» сегодня здесь представлена, пожалуй, наиболее полная и обновляемая в режиме онлайн информация по объектам недвижимости.

Для покупателей большую часть контента портала формируют своими предложениями профессиональные участники рынка: агентства недвижимости, девелоперы. Как показывает практика, ресурс сегодня одинаково популярен и у профессиональных участников рынка, и у покупателей. В базе данных ресурса более 20 тыс. объявлений о продаже и более 13,5 тыс. — об аренде недвижимости.

Контекстная реклама — реклама, которую видят только те пользователи, которые заинтересованы в определенной услуге или продукте. Она размещается в поисковых системах по определенному ключевому запросу или на сайтах соответствующей тематики. Добавив в настройки нашей рекламной кампании в GoogleAdsense и Яндекс.Директ такие ключевые слова, как «куплю квартиру», «ищу квартиру», «квартира в ... районе», «новостройки Минска», мы уже в кратчайшие сроки сможем получить запросы от потенциальных покупателей на показ объекта недвижимости, который мы рекламируем.

Аудитория *Vk.com* — 520 млн аккаунтов, *Facebook.com* — 2,13 млрд аккаунтов, *Instagram.com* — 1,1 млрд аккаунтов. Большая часть людей — иностранцы, которым может быть не интересен наш объект недвижимости, но во всех социальных сетях мы можем таргетировать рекламу по возрасту, полу, географии, хобби, группам (над которыми подписан человек), что позволяет отобрать целевую аудиторию.

Стоимость перехода по рекламе в *Vk.com* — 0,03–1,5 дол., в *Facebook.com* — 0,07–2 дол., в *Instagram.com* — 0,05–1,8 дол.

Реклама объектов недвижимости в интернете может быть очень действенной и недорогой при правильной настройке рекламной кампании, которая будет нацелена в первую очередь на целевую аудиторию.

М.В. Егорова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Г.А. Бондаренко, канд. экон. наук, доцент

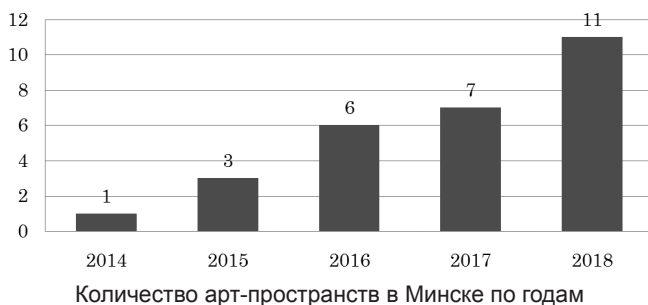
РАЗВИТИЕ РЕДЕВЕЛОПМЕНТА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ НЕДВИЖИМОСТИ В Г. МИНСКЕ

В странах Европы и США, где история редевелопмента насчитывает более 50 лет, промышленные предприятия перестраивают в торговые центры, парки развлечений, отели, жилые комплексы и т.д.

В Минске сложилась практика преобразования площадей промышленных зданий в креативные пространства.

Бывшие промышленные строения с их огромными площадями и высокими потолками подходят для организации таких пространств, на базе которых создаются многофункциональные культурные центры с выставочными залами, галереями, кафе, ресторанами, офисами, концертными площадками, тренажерными и спортивными залами и т.д.

Количество реализованных проектов редевелопмента промышленных зданий в Минске по годам представлено на рисунке.



Источник: собственная разработка.

Исходя из данных, приведенных на рисунке, можно сделать вывод о том, что первое арт-пространство, реализованное на базе бывшего промышленного предприятия, было открыто в 2014 г. Этим креативным пространством было пространство EventSpace — независимая площадка, объединяющая ведущие технологические сообщества Беларуси, а также ИТ-компании.

Наиболее резкие скачки в изменении количества арт-пространств произошли в 2016 и 2018 гг. В 2016 г. появилось 3 новых креативных пространства, а в 2018 г. — 4. На сегодняшний день в Минске существуют 11 арт-пространств, которые находятся в зданиях бывших промышленных предприятий.

Исследуемые креативные пространства созданы в зданиях бывших цехов завода «Горизонт» и Минского завода им. Октябрьской революции (далее — МЗОР). Из 10 объектов 6 расположены в цехах завода «Горизонт», а остальные 5 — в цехах МЗОР. Однако это не единственные производственные объекты, где может быть проведен редевелопмент. В ходе исследования было выявлено еще 18 промышленных предприятий. Это такие открытые акционерные общества, как «Минский подшипниковый завод», «Алеся», «МЗАЛ», «Камволь», «СКБ Камертон», «Белгран», «ЗСКА», «Минскдрев», «Мотовело», а также «Троллейбусное депо № 1» и др. [1].

По результатам проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

- редевелопмент производственной недвижимости является довольно новым процессом для Минска (осуществляется с 2014 г.);
- с 2014 г. наблюдается устойчивый рост количества проектов редевелопмента производственной недвижимости в Минске;
- основными площадками, на которых реализованы проекты редевелопмента, являются цеха заводов МЗОР и «Горизонт»;
- в Минске существует не только возможность, но и необходимость проведения редевелопмента производственной недвижимости, что связано с наличием большого количества неэффективно используемых площадей.

Источники

1. Минский городской исполнительный комитет [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://minsk.gov.by/ru/>. — Дата доступа: 26.11.2018.

А.В. Жилинская, П.И. Малевич
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — С.Л. Флерко, канд. экон. наук, доцент

КОВОРКИНГ И МЕТОД ЕГО ПРОДВИЖЕНИЯ

Коворкинг — это вид аренды различных помещений, который не так давно пришел в Беларусь. Впервые подобные организации появились в США в 2005 г. В Беларуси тренд появился только через 7 лет. Цены во всех коворкинг-центрах формируются за час за одного человека [1].

Коворкинг как способ организации своего рабочего процесса и пространства становится все более актуальным и востребованным. Мы изучили рынок коворкинга в Минске, а именно: какие условия данные организации предоставляют и какова стоимость временного рабочего места.

Первооткрывателем в Беларуси в данной сфере стала организация IMAGURU, которая находится по адресу: город Минск, улица Фабрициуса, 4. Основной задачей данной организации является продвижение молодого бизнеса (стартапа). Это принципиально новый для Беларуси формат, который оправдал себя в США, Европе и России. Деятельность клуба сфокусирована на двух основных направлениях: информационные технологии и дизайн. Стоимость аренды места в коворкинге IMAGURU составляет от 4 до 12 бел. руб. за 1 час в зависимости от количества людей.

Кроме IMAGURU данный спектр услуг в Беларуси предоставляют такие организации, как «Кто такой Джон Голт?», Space, «БАЛКИ»,