

и цен на них в разных магазинах (28 %). Все это говорит о том, что покупателю необходимо несколько источников информации перед тем, как он совершит покупку продукта.

При использовании омниканального маркетинга на рынке жилой недвижимости степень интеграции маркетинговых коммуникаций глубже за счет использования офлайн- и онлайн-продаж агентств недвижимости, цифровых каналов строительной организации (веб-сайт, приложения, сайты недвижимости) и личной продажи менеджеров, крупных компаний-агрегаторов (например, ЦИАН), цифровых каналов финансовых и инвестиционных компаний и иных участников рынка. Будущий покупатель жилья переходит от одного канала коммуникации к другому, не чувствуя этого перехода, при этом получая нужную информацию и обратную связь, в результате принимая решение о покупке жилого объекта.

Таким образом, главными принципами омниканальности на рынке жилой недвижимости являются: согласованность каналов коммуникаций, через которые покупатель взаимодействует с организацией; доверие (маркетинг должен быть ожидаемым, персональным и актуальным); комплексность, так как фокус внимания находится на потребителе и решении его проблем.

*Р. А. Игнатович, М. Д. Веремейчик, Д. В. Балинская*  
*БГЭУ (Минск)*  
*Научный руководитель — С. В. Стасюкевич*

## **ОСОБЕННОСТИ СПРОСА НА РЫНКЕ ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ В Г. МИНСКЕ**

Объекты недвижимого имущества занимают особое место в любой системе общественных, экономических и социальных отношений.

Анализ рынка жилой недвижимости г. Минска показал, что активность на данном рынке в 2021 г. после пика в конце лета продолжает снижаться. Как отмечают аналитики ресурса Realt.by, в 2021 г. заметно чаще обычного покупатель приобретает квартиры в новых готовых домах — с ними заключается каждая пятая сделка. Основные причины, по которым покупатели выбирают новостройки, — это юридическая чистота сделок, наличие ремонта, возможность кредитования или рассрочки [1]. Также покупатели больше, чем обычно, приобретали жилье в современных каркасных домах [1]. Доли других типов жилья в общей структуре сделок снижаются. Реже всего покупатели интересуются предложениями в типовых панельных и старых кирпичных домах. По районам спрос распределяется неравномерно, доля Октябрьского района, лидера по количеству нового жилья, растет и достигла в октябре 2021 г. 22 %. Дело в том, что там

строится «Минск-Мпр». Другие же районы города немного потеряли свои позиции, сильнее всех — Фрунзенский район. Структура спроса по количеству комнат существенно не изменяется. По-прежнему в 2021 г. практически половина всех сделок приходится на 1-комнатные квартиры, треть — на 2-комнатные и только 17 % — на 3-комнатные квартиры [1]. За счет высокой доли 1- и 2-комнатных квартир в общем спросе, у которых цена квадратного метра обычно выше, средняя цена проданных в г. Минске квартир выросла и составила в октябре 2021 г. 1312 дол. США/м<sup>2</sup>. В зависимости от числа комнат ситуация в октябре 2021 г. сложилась следующим образом: 1-комнатные квартиры: 1347 дол. США/м<sup>2</sup> — 47 575 дол. США; 2-комнатные квартиры: 1280 дол. США/м<sup>2</sup> — 58 000 дол. США; 3-комнатные квартиры: 1250 дол. США/м<sup>2</sup> — 77 000 дол. США; 4-комнатные квартиры: 1094 дол. США/м<sup>2</sup> — 81 900 дол. США [1].

Таким образом, можно сделать вывод, что ситуация на рынке жилой недвижимости г. Минска остается пока неопределенной.

### **Источник**

1. Спрос близок к максимуму для середины осени. Что произошло на рынке квартир в октябре и какими стали цены? [Электронный ресурс] // Realt.by. — Режим доступа: <https://realt.by/news/monitoring/article/32178/>. — Дата доступа: 20.11.2021.

*2-е место по итогам заседания секции*

**Е. А. Кашпар**

*БНТУ (Минск)*

*Научный руководитель — О. С. Голубова, канд. экон. наук, доцент*

## **ОЦЕНКА ДОСТУПНОСТИ ЖИЛЬЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Оценка доступности жилья может быть рассчитана по разным показателям. В Беларуси принято сопоставлять стоимость строительства 1 м<sup>2</sup> общей площади жилья (далее — СССЖ) и номинальную численную среднюю заработную плату (далее — ННСЗП). Критерием оценки является соотношение СССЖ и ННСЗП, равное единице. Экономический смысл показателя заключается в том, что при соблюдении этого соответствия среднестатистический работник за свою среднестатистическую заработную плату может приобрести 1 м<sup>2</sup> общей площади жилья в месяц. Доступность жилья «по методике ООН-ХАБИТАТ ИДЖ определяется как отношение медианной стоимости жилья к медианному годовому доходу домохозяйства» [1]. Этот показатель отражает количество месяцев, которые нужно отработать средне-