

## Специфика методов продвижения первичной жилой недвижимости бизнес-класса в России

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

*Хе Ангелина*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Москва, Россия  
*E-mail: ansemay2705@mail.ru*

Жилищное строительство является значимым сектором российской экономики, обладающим долгосрочной положительной динамикой развития. По данным Федеральной службы государственной статистики, в 2010 году было введено в действие 201,6 тысяч жилых домов, в 2023 году – 445,8 тысяч [8]. Таким образом, количество вводимых в действие жилых домов за 3 года выросло более чем в 2 раза. Однако такие факторы, как отмена ипотечного кредитования с государственной поддержкой [7], повышение ключевой ставки Центрального Банка [6], некоторые изменения в законодательстве, связанного со строительной отраслью, усиление влияния санкций, внесли заметные коррективы в ситуацию на рынке недвижимости России.

Главным результатом влияния вышеперечисленных факторов стало резкое преобладание предложения над спросом. В связи с чем девелоперские компании вынуждены прибегать к новым стратегиям и методам продвижения, чтобы поддерживать интерес к своим проектам. Исходя из этого, возникает проблема выбора наиболее эффективных методов продвижения объектов недвижимости. В данном контексте наибольший интерес представляет именно недвижимость бизнес-класса, поскольку её целевая аудитория, в отличие от аудитории недвижимости бюджетного сегмента, является более платежеспособной.

Об актуальности проектов бизнес-класса пишет и Чепиков А. С. [5], ссылаясь на их меньшую зависимость от ситуации на рынке ипотечных займов. Акцент на жилье данного сегмента автор относит к ключевым трендам стратегического развития на рынке девелопмента. Говоря о продвижении, вслед за Лавриненко Я. Б. [3] можно выделить традиционное (например, наружная реклама, СМИ) и продвижение в Интернете (социальные сети, специализированные площадки, вебсайты). Одним из новейших инструментов продвижения в Интернете является «Яндекс. Дзен», описанию которого посвящена работа Виноградова Д. О. [2]. Инновационным инструментом можно назвать виртуальную и дополненную реальность, о которых наиболее полно пишет Лебедев Н. М. [4], отмечая, что внедрение данного инструмента повысит конкурентоспособность девелоперских компаний. Однако стоит помнить, что продвижение в Интернете может дать не только конкурентное преимущество, но и риски. К ним Вертакова Ю. В. [1] относит защиту информации, этичность коммуникации, консервативность аудитории, распространение ложной информации и другое.

Таким образом, современная ситуация на российском рынке недвижимости актуализирует сегмент бизнес-класса и ставит проблему выбора наиболее эффективных методов продвижения объектов недвижимости, которая должна включать не только описание инструментов продвижения и их преимущества, но и возможные риски, связанные с их применением.

### Источники и литература

- 1) Вертакова Ю. В., Шульгина Ю. В., Шульгин К. В. Внедрение цифровых инструментов маркетинга как фактор трансформации элементов концепции маркетинг микс в сфере жилищного строительства //Практический маркетинг. – 2024. – №. 10. – С. 19–24.
- 2) Виноградов Д. О., Ульяновский А. В., Фетюкова Е. С. Продвижение на рынке недвижимости: «Яндекс. Дзен» как новый инструмент формирования спроса в регионах РФ //PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект. – 2021. – №. 25. – С. 99–104.
- 3) Лавриненко Я. Б. Отличия традиционного продвижения объектов недвижимости от продвижения в интернете //Проблемы современной экономики (Новосибирск). – 2012. – №. 6. – С. 105–109.
- 4) Лебедев Н. М. Модернизация рынка недвижимости за счет применения технологий виртуальной реальности //E-Scio. – 2021. – №. 12 (63). – С. 56–61.
- 5) Чепиков А. С. Тенденции развития рынка девелопмента в текущих реалиях //Прогрессивная экономика. – 2024. – №. 4. – С. 226–236.
- 6) Банк России принял решение повысить ключевую ставку на 200 б.п., до 21,00% годовых [Электронный ресурс] // официальный сайт Банка России. – 2024. – URL: [http://cbr.ru/press/pr/?file=25102024\\_133000Key.htm](http://cbr.ru/press/pr/?file=25102024_133000Key.htm). (Дата обращения 11.01.2025).
- 7) В России завершилась самая массовая программа льготной ипотеки [Электронный ресурс] // Я так живу. – 2024. – URL: <https://realty.yandex.ru/journal/post/v-rossii-zavershilas-samaya-massovaya-programma-lgotnoy-ipoteki/>. (Дата обращения 11.01.2025).
- 8) Федеральная служба государственной статистики (Росстат). Строительство в России. 2024. [Электронный ресурс] // Статистические издания Росстат. – 27.11.2024. - URL: [https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Stroit\\_2024.pdf](https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Stroit_2024.pdf). (Дата обращения 7.01.2025).