

Recently, under the significant factors, for instance, such as the coronavirus pandemic, the political crisis, and the fundamental problems of the Belarusian economic model, there has been a drop in the growth rates of the economy of the Republic of Belarus, the financial situation of the country's enterprises is deteriorating. These changes cannot but affect the activities of banks and their financial condition. Risks associated with banking are increasing. The most important thing that Belarusian banks can do in this situation is change the strategy of profit growth. After all, this strategy determines the future potential of the commercial bank.

Литература

1. Notes on the concept and estimation of sustainable growth rates prepared by Pamela Peterson Drake, Ph.D., CFA [Electronic resource]. – Mode of access: <https://educ.jmu.edu/~drakepp/FIN362/resources/sgr.pdf>. – Date of access: 06.11.2020.

2. Growth in banking – unlocking the full potential. Profitable growth as the basis for long-term competitive success [Electronic resource]. – 2015. – Mode of access: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ch/Documents/financial-services/ch-en-fs-growth-in-banking.pdf>. – Date of access: 07.11.2020.

3. Тарханова, Е. А. Прибыль коммерческого банка как основной элемент устойчивого функционирования / Е. А. Тарханова, А. В. Левонян // Молодой ученый. – 2014. – № 15 (74). – С. 210–213.

4. Six digital growth strategies for banks [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-digital/our-insights/six-digital-growth-strategies-for-banks>. – Date of access: 08.11.2020.

5. Priorbank's net profit [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.priorbank.by/priorbank-main/business-information/bank-reporting/about-godovye-otchety>. – Date of access: 07.11.2020.

Роль трансляций на видео-хостинге YouTube в развитии ивент-индустрии

*Колосовский Е. Н., магистрант БГУ,
науч. рук. Решетников Д. Г., канд. геогр. наук, доцент*

В связи с развитием технологий, переходом многих аспектов жизни людей в онлайн, стремлением организаторов ивентов увеличивать географическую экспансию, все большую популярность набирают прямые трансляции мероприятий и событий в сети интернет. По данным портала Similar Web на 01.09.2020 г., интернет-сервис YouTube.com является вторым в мире после Google.com по посещаемости (24,3 млрд ежемесячно) и первым в мире

для просмотра прямых трансляций и стримов [1]. Схожую статистику приводит AlexaInternet на 14.10.2020 г. [2]. Потребление интернет-трафика в условиях пандемии коронавируса возросло, так как большое количество людей вынужденно стали проводить больше времени дома в самоизоляции. Газета New York Times 07.04.2020 г. отметила рост потребления трафика на портале YouTube.com на 15,3% [3].

Анализируя развитие рынка интернет-трансляций, можно выделить следующие причины роста популярности прямых эфиров:

- потребитель предпочитает первым увидеть событие в режиме реального времени. Также это связано с теорией FoMO (англ.: «fear of missing out») – современной фобией выпасть из информационного поля;
- высокая заинтересованность в теме, освещаемой в прямом эфире;
- возможность получить обратную связь в режиме реального времени;
- доступность, преимущество быть участником того или иного события при отсутствии возможности физического пребывания на нем.

По статистике онлайн-запросов на первом месте по популярности просмотр видео (92%); на втором – просмотр телевизионных передач в сети интернет в режиме реального времени (56%); третье место – онлайн-игры (30%); четвертое – просмотр того, как другие играют в видеоигры (23%); пятое – спортивные трансляции (16%) [4]. Помимо традиционных видеоклипов, концертных записей, в условиях пандемии коронавируса резко возросла популярность онлайн-концертов известных исполнителей, интернет-трансляций культурных событий, спортивных соревнований, что решает проблему организаторов провести мероприятие с реальными зрителями, участниками, а для потребителей – принять участие в желаемом мероприятии.

С ростом популярности интернет-трансляций увеличивается и конкуренция среди производителей контента в борьбе за привлечение зрителей, ведь в условиях рыночной экономики охват аудитории можно монетизировать за счет встраиваемой порталом рекламы, а также рекламы, содержащейся непосредственно в контенте, производимом автором видео.

По официальной статистике сервиса YouTube.com за 2019 г., 79% пользователей интернета зарегистрированы на YouTube.com, при этом 2 млрд пользователей заходит на видео-хостинг ежемесячно и около 90% людей от 18 до 44 лет – ежедневно; запросы в ютуб обрабатываются на 80 языках [5]. Ежечасно на YouTube.com загружают более 30 тыс. единиц видео-контента, что на 40% больше, чем в 2015 г. Чтобы информация не потерялась в этом потоке, помимо настройки целевой аудитории, необходимо больше внимания

уделять качеству видео. Специальное программное обеспечение позволяет обрабатывать видео в режиме реального времени, накладывать титры, дополнять его статистической информацией. При стриме спортивных соревнований зачастую производители видео-трансляции дополняют их счетчиками времени, счета, результатов. При организации интернет-трансляций активно развиваются технологии дополненной реальности. С развитием технического прогресса в скором времени ожидается расширение возможностей для зрителя: не только наблюдать событие, но и получать информацию по индивидуальным запросам, интерактивно участвовать в опросах, викторинах, ставках в прямом эфире.

Большое влияние на развитие рынка интернет-трансляций оказывает усовершенствование мобильных сетей и качества аппаратов мобильной связи, что позволяет с помощью мобильных устройств производить сигнал и изображение высокого качества. За счет этого сокращаются затраты организаторов, поскольку непосредственно на мероприятии может быть задействован небольшой штат сотрудников.

Таким образом, организаторы, используя возможности интернет-трансляций, могут: делать свои мероприятия более доступными для аудитории, повышать лояльность своих целевых групп, уменьшать бюджет на проведение мероприятий, увеличивать как количественный, так и географический охват аудитории, развивать технологическую составляющую проводимых мероприятий, повышать доходы от проведения и трансляции мероприятий.

Литература

1. Top Websites Ranking [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/Rkqk9/>. – Дата доступа: 04.10.2020.
2. The top 500 sites on the web [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.alexa.com/topsites/>. – Дата доступа: 16.10.2020.
3. Koeze, E. The Virus Changed the Way We Internet / E. Koeze // The New York Times. – April 7, 2020.
4. Вся статистика интернета на 2019 год – в мире и в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/Rkqmv/>. – Дата доступа: 16.10.2020.
5. Статистика YouTube 2019. Инфографика России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://exlibris.ru/news/statistika-youtube-2019-infografika/>. – Дата доступа: 16.10.2020.