

А. П. Шишминцева, П. А. Тышкевич
Научный руководитель — магистр экономических наук Е. В. Кудасова
БГЭУ (Минск)

ИССЛЕДОВАНИЕ ОНЛАЙН-ВИДЕОСЕРВИСА VOKA TV

Услуги онлайн-платформ становятся все более актуальными в связи с изменением потребительского поведения вследствие эпидемиологической ситуации в мире. На наш взгляд, такой белорусский онлайн-видеосервис, как VOKA TV, может составить серьезную конкуренцию компаниям, имеющим определенную рыночную долю на белорусском рынке. Цель данной работы — провести анализ рынка онлайн-видеосервисов Республики Беларусь, выявить потребности целевой аудитории и предложить новый продукт после проведения анализа конкурентов.

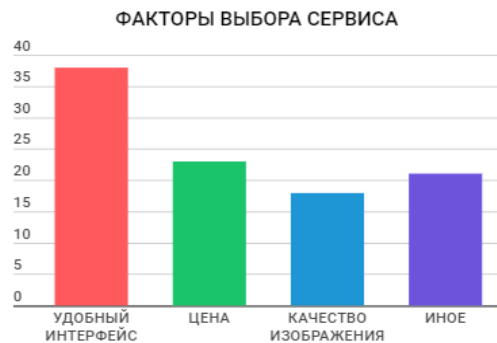
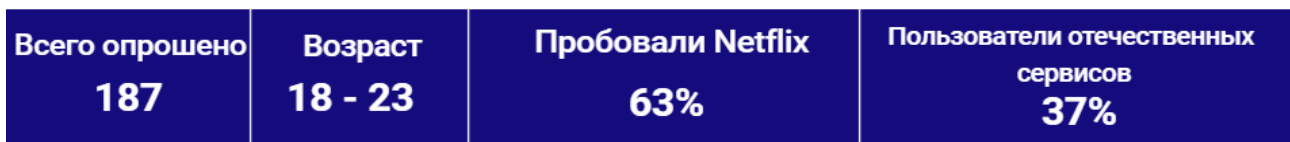
В работе были проанализированы и выделены основные тенденции на мировом рынке телекоммуникационных услуг: упрощение тарифных планов и снижение их количества в пользу качества; разработка собственного контента; скидки и снижение стоимости для лояльных клиентов; упрощение дизайна сайтов и функционала; создание активной службы поддержки и системы обратной связи; увеличение доли спортивного контента.

В ходе исследования было выявлено, что в Республике Беларусь на рынке онлайн-видеосервисов доля государственного предприятия Белтелеком составляет 50 %. Помимо продуктов ZALA и ЯСНА от Белтелеком, крупнейшими игроками, предоставляющими услуги онлайн-кинотеатров и телевидения, являются MEGOGO, ivi, МТС Кино, Persik.TV. Также необходимо отметить появление на белорусском рынке международного гиганта Netflix.

Для оценки деятельности VOKA TV были проведены глубинные интервью пользователей VOKA TV 18–23 лет и анализ коммуникаций в интернете.

По мнению пользователей, конкурентные преимущества компании заключаются в качественном контенте и высоком юзабилити. Слабая сторона же выражена в технических неполадках и низкой вовлеченности пользователей. Компании следует использовать возможности расширения собственного контента, а также сотрудничества с блогерами.

С целью выявления потребностей в видеоконтенте после глубинного интервью был проведен опрос среди 187 студентов 18–23 лет, которые пользуются как бесплатными, так и платными услугами онлайн-видеосервисов. Результаты представлены на рисунке.



Результаты опроса

Подводя итог, в ходе исследования была выявлена новая потребность белорусской молодежи в англоязычном контенте. Проведенный сравнительный анализ игроков на рынке онлайн-видеосервисов показал, что компания VOKA TV обладает сравнительными преимуществами. Несмотря на это, на услуги нет спроса со стороны потребителей с высоким lifetime value — молодежи. В связи с этим рекомендуется рассмотреть возможность создания нового продукта, соответствующего потребностям молодежи, основу которого составят контент на английском языке, подписка за 8,9–13,9 бел. руб., продвижение в соцсетях и расширение сотрудничества с блогерами.

Источники

Video Streaming Market Size & Analysis [Electronic resource] // Grand View Research. — Mode of access: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/video-streaming-market>. — Date of access: 08.05.2020.