

телей, делающих покупки на B2B, выше. Если на B2C-сайтах покупают в среднем 12 % посетителей, то у B2B этот показатель выше. Рынок B2B, увы, очень насыщенный. На нем удерживаются лишь компании, нашедшие нужную нишу и правильно позиционирующие себя на нем. В интернете уже появилось эмпирическое «Правило 70/3»: «Три торговые площадки обеспечивают 70 % оборота онлайн-торговли в данном секторе рынка» [2].

Таким образом, применение информационных технологий дает возможность компании выйти на мировой рынок, объединяет продавцов и покупателей в единую систему, а также позволяет создавать новые рынки труда и капитал.

### **Источники**

1. Компьютерные информационные технологии [Электронный ресурс] // Студенческая библиотека. — Режим доступа: <https://studfile.net/preview/7519998/page:2/>. — Дата доступа: 16.11.2021.

2. Электронная коммерция: роль, понятие, направления развития [Электронный ресурс] // КиберЛенинка. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/elektronnaya-kommertsiya-rol-ponyatiye-napravleniya-razvitiya>. — Дата доступа: 16.11.2021.

**А. Н. Зубик, Д. В. Парахневич**

*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — И. А. Давидовская*

## **РАЗВИТИЕ СТРИМИНГОВОЙ ПЛАТФОРМЫ NETFLIX В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ**

Пандемия коронавируса привела к тому, что люди стали больше времени проводить дома. Социальные ограничения повлияли на развитие электронной коммерции. Потребители стали чаще совершать онлайн-покупки, использовать социальные сети, а также просматривать фильмы и видео.

Стриминг (англ. streaming — потоковый) — это способ передачи данных от провайдера к конечному пользователю, при котором контент находится на удаленном сервере. В отличие от обычного телевидения радиовещания, стриминг предоставляет возможность управлять контентом. Примерами стриминговых платформ являются онлайн-кинотеатр Netflix, IVI, Okko и др. В настоящее время Netflix является самой популярной стриминговой платформой, он позволяет смотреть фильмы и сериалы без рекламы на подключенных к интернету устройствах: мобильных телефонах, компьютерах, а также предоставляет 30 дней бесплатного просмотра фильмов и сериалов без ограничений. По истечении срока платформа предлагает оформить

подписку. В этом году количество подписчиков онлайн-кинотеатра Netflix резко увеличилось, поскольку из-за ограничений по всему миру и введения локдаунов люди чаще остаются дома.

Рассмотрим влияние пандемии на такие критерии, как рост прибыли компании, количество абонентов и контент. Согласно последнему отчету о финансовых результатах Netflix, Inc. общая выручка Netflix, Inc. составила 7,3 млрд дол. США и изменилась на 2,4 млрд дол. США по сравнению с 2019 г. — периодом до пандемии. Чистая прибыль Netflix, Inc. в последнем квартале за 2021 г. составила 1,3 млрд дол. и изменилась на 1 млрд дол. по сравнению с состоянием на 2019 г. [1]. Рост прибыли обусловлен ростом числа подписчиков. В начале года Netflix прогнозировал рост числа абонентов на 7 млн чел., но к концу 2021 г. получил 15,7 млн чел. Сейчас сервисом пользуются 182,9 млн чел. по всему миру. Это на 22,8 % больше, чем годом ранее [1]. Пандемия сказалась на производстве фильмов. Некоторые проекты были приостановлены, например такие фильмы и сериалы, как «Очень странные дела», «Выпускной», «Общество» и другие, по причине введения социальных ограничений. Однако компания Netflix смогла соответствовать графику выпусков некоторых ранее запланированных проектов в течение первых месяцев ограничений.

Таким образом, социальные ограничения в период пандемии привели к тому, что потребители стали чаще использовать услуги онлайн-кинотеатров. Это сказалось на выручке, которая увеличилась более чем на 27 % по сравнению с периодом до пандемии. Прибыль удвоилась — с 344 млн дол. в период 2019 г. до 709 млн дол.

#### **Источник**

1. Netflix investors [Electronic resource]. — Mode of access: <https://ir.netflix.net/ir-overview/profile/default.aspx>. — Date of access: 24.11.2021.

***В. А. Иванова, В. А. Корзун, В. В. Рачок***  
*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — И. В. Уриш, канд. экон. наук, доцент*

### **ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ РЕШЕНИЯ В СОЗДАНИИ КОНЦЕПЦИИ ОБЪЕКТА РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА**

В современных условиях значение ресторанного бизнеса значительно возросло. В качестве ключевых факторов при принятии предпринимательского решения касательно ресторанного бизнеса выступает концепция объекта, которая раскрывает ресторанный замысел и является брендом.