

2. Государственная программа «Цифровое развитие Беларуси» на 2021–2025 годы [Электронный ресурс] // Министерство связи и информатизации Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://www.mpt.gov.by/ru/gosudarstvennaya-programma-cifrovoe-razvitie-belarusi-na-2021-2025-gody>. — Дата доступа: 11.03.2024.

3. Электронное правительство [Электронный ресурс] // НЦЭУ. — Режим доступа: <https://nces.by/e-government/>. — Дата доступа: 11.03.2024.

В. А. Буховецкая

*Научный руководитель — С. В. Савенко
БГЭУ (Минск)*

ВЛИЯНИЕ «КОРЕЙСКОЙ ВОЛНЫ» НА ЭКОНОМИКУ ЮЖНОЙ КОРЕИ

В последние десятилетия Южная Корея привлекла мировое внимание благодаря своему уникальному культурному феномену, известному как «корейская волна», или Hallyu. Данный термин описывает значительно возросшую глобальную популярность южнокорейской массовой культуры и индустрии развлечений, охватывающих все: от К-рор музыки, фильмов, телевизионных шоу и К-драмы до онлайн-игр, корейской кухни и косметики.

Так как этот феномен проявляется в постоянном росте экспорта достижений культуры Южной Кореи в западный мир, это не могло не отразиться на корейской экономике. Так, по данным доклада Корейского института экономических исследований, в 2017–2021 гг. «корейская волна» принесла около 27, 8 млрд долл. в экономику страны. А в 2022 г. экспорт корейского культурного контента достиг 13,24 млрд долл. [1].

Положительное влияние Hallyu на экономику Южной Кореи особенно заметно через успех К-рор, который является главным источником дохода для музыкальной индустрии (продажа альбомов, доход от цифровых загрузок, стриминговых платформ, концертов и туров). В общей сложности индустрия К-Рор ежегодно приносит стране около 10 млрд долл., причем группа BTS вносит в эту сумму около 5 млрд долл. Некоторые называют это явление эффектом BTS, подчеркивая важность того, что в период с 2014 по 2023 г. группа внесла в экономику Южной Кореи около 29,1 млрд долл.

«Корейская волна» также внесла значительный вклад в создание новых рабочих мест и развитие промышленности. За последние пять лет общее количество рабочих мест, созданных за счет роста экспорта продукции Hallyu, составило 160 тыс. [1]. Примером влияния музыкального жанра К-рор на создание новых рабочих мест является сингл группы BTS «Dynamite», принесший доход в 1,43 млрд долл., который был использован для создания около 8000 рабочих мест во время пандемии COVID-19.

Кроме того, К-драмы и К-рор являются мощными факторами роста туризма, известного как «туризм Hallyu». Если в 1998 г. в стране было всего 300 000

посетителей, то в 2023 г. Корея зарегистрировала 8,8 млн посетителей благодаря глобализации и влиянию корейского контента. Экономические выгоды распространяются на такие области, как жилье, транспорт, питание и магазины, создавая волновой эффект на местную экономику [2].

Hallyu оказывает значительное влияние на индустрию рекламы и маркетинга, так как актеры и айдолы К-поп становятся все более востребованными в качестве представителей крупных брендов, повышая их узнаваемость как на национальном, так и на международном уровне. Например, участницы группы New Jeans — послы таких люксовых брендов, как Gucci, Burberry, Armani, Chanel, Dior, Yves Saint Laurent. Кроме того, BTS — глобальные представители внедорожника Hyundai Motor Palisade. Hyundai Motor получила 504 млн долл в виде рекламных результатов от сотрудничества с группой.

Еще один вектор влияния «корейской волны» — глобальный рост продаж K-food. В последние 10 лет среднегодовой темп прироста экспорта продуктов питания из Кореи составлял 10 %, что примерно в два раза превышает среднегодовой темп прироста всего корейского экспорта.

Таким образом, «корейская волна» оказывает значительное влияние на корейскую экономику и рынок, начиная от продвижения корейской культуры и оживления экспорта и заканчивая созданием рабочих мест и развитием туризма в Корею.

Источники

1. Hallyu's economic impact reaches 37 trillion won [Electronic resource] // THE DONG-A ILBO Logo. — Mode of access: <https://www.donga.com/en/article/all/20230711/4281547/1>. — Date of access: 19.03.2024.

2. Korean Wave (Hallyu) — The Rise of Korea's Cultural Economy & Pop Culture [Electronic resource] // Martin Roll. — Mode of access: <https://martinroll.com/resources/articles/asia/korean-wave-hallyu-the-rise-of-koreas-cultural-economy-pop-culture/5039>. — Date of access: 19.03.2024.

В. В. Герасименко, У. С. Шендик
Научный руководитель — Т. М. Лукьянюк
БГЭУ (Минск)

ВИДЕОИГРОВАЯ ИНДУСТРИЯ: КЛЮЧЕВЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ

В современном мире игровая индустрия среди всех медиарынков занимает второе место по доходам и развивается наиболее высокими темпами. Тем не менее выход провальных проектов ставит под угрозу успех дальнейшего развития индустрии.