

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.

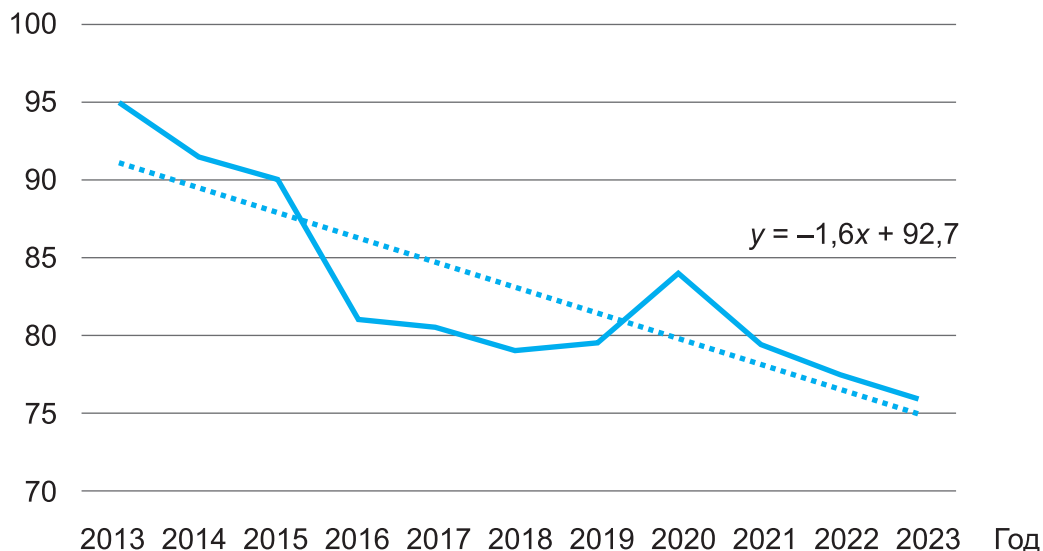
В. В. Герасименко, У. С. Шендик
Научный руководитель — Т. М. Лукьянюк
БГЭУ (Минск)

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.

Цель работы — исследовать уровень удовлетворенности игроков компьютерными играми за последнее десятилетие.

Анализ рейтингов 250 наиболее популярных игр, вышедших в 2013–2023 гг. и представленных в магазине Steam [1], позволил подсчитать медианные рейтинги за каждый год (см. рисунок).



Динамика изменения степени удовлетворенности игроков в 2013–2023 гг., %

График с рейтингами за один месяц релиза свидетельствует о нисходящем тренде, что указывает на снижение уровня удовлетворенности игроков в среднем на 20 п.п. в рассматриваемый период.

Почти все имеющиеся на сегодняшний день проблемы видеоигровой индустрии можно разделить на 2 группы в зависимости от субъекта оценки — игроков и разработчиков.

Проблемы, которые отмечают игроки:

1. Несоответствие маркетинговым материалам. Пресс-релизы и презентации создают и активно поддерживают ложные ожидания от проектов, которым не суждено выйти в определенном формате и в обозначенный срок.

2. Монетизация. В погоне за повышением финансовых показателей компании вводят дополнительные системы монетизации, начиная от навязанной внешней кастомизации и заканчивая элементами азартных игр.

3. Технические проблемы, которые включают баги, высокие системные требования, произвольные выключения игр и другие, связанные с функционированием игры. В первый месяц релиза в играх часто возникают подобного рода проблемы, но разработчики не всегда спешат их исправлять.

4. Продвижение разнообразия в ущерб сюжету. Поводом для Gamergate 2 стала публичность информации о компании Sweet Baby Inc., осуществляющей консультации по улучшению сценариев. Сотрудничество с этой компанией привело к изменениям в игре (менялись раса или пол персонажей), что вызвало недовольство геймеров.

По оценкам разработчиков, наибольшее число проблем приходится на производство игр и менеджмент. В рассматриваемый период значительно увеличилась доля бизнес-ориентированных проблем.

Таким образом, результаты анализа свидетельствуют о снижении рейтингов новых игр. Эта тенденция обусловлена ожиданиями игроков, которые все чаще не оправдывают разработчики. Тем не менее большинство рассмотренных проблем поддаются решению. Внедрение более гибких практик планирования, поддержание эффективного размера штата будут способствовать повышению качества игр и, соответственно, удовлетворенности игроков.

Источники

1. Steam [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://store.steampowered.com/>. — Дата доступа: 14.03.2024.
2. Game industry problems: An extensive analysis of the gray literature [Electronic resource] // ScienceDirect. — Mode of access: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0950584921000252>. — Date of access: 14.03.2024.

Е. И. Жуковская

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

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИИ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

«Успех в создании искусственного интеллекта станет самым большим событием в истории человечества. К сожалению, он может оказаться и последним, если мы не научимся избегать рисков». Автором данного высказывания является ученый Стивен Хокинг. Он подчеркивает, что последствия внедрения технологии искусственного интеллекта (ИИ) могут быть как положительными, так и отрицательными.

Целью данного исследования является выявление потенциальных преимуществ и возможных угроз, связанных с использованием технологии ИИ в международном бизнесе в современных реалиях.

Руководители компаний видят определенные перспективы в интеграции ИИ. С его помощью они нацелены на оптимизацию расходов, лучшую адаптацию к динамике рынка, повышение эффективности бизнес-процессов предприятия. Например, производитель электромобилей Tesla использует нейросети, являющиеся подмножеством ИИ, для определения оптимальной конфигурации