2. African eurobond sales see strongest start to year since 2013 // Bloomberg. — URL: https://www.bloomberg.com/news/articles/2026-02-20/african-eurobond-sales-see-strongest-start-to-year-since-2013?srnd=phx-industries-energy (date of access: 25.04.2026).

Я. В. Бегун, К. Н. Ситько
Научный руководитель — кандидат экономических наук О. В. Борисик
БГЭУ (Минск)

МИРОВОЙ РЫНОК СТРИМИНГОВЫХ СЕРВИСОВ: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ОСОБЕННОСТИ УЧАСТИЯ БЕЛАРУСИ

Глобальный рынок стриминговых сервисов — быстро развивающийся сектор, предназначенный для трансляции цифрового контента, включая видео, музыку и игры. Пандемия COVID-19 стимулировала рост рынка стриминговых сервисов. Благодаря этому у пользователей по всему миру увеличилось экранное время, занимаемое просмотром фильмов и сериалов. В итоге выросла популярность онлайн-кинотеатров. Мировой рынок стриминговых сервисов охватывает широкий спектр услуг, таких как предоставление видео на основе модели подписки (SVOD), платный просмотр кинопродукции (TVOD) и прямые трансляции контента [1].

К 2030 г. прогнозируемый объем рекламных доходов от пяти крупнейших американских сервисов SVOD (Netflix, Prime Video, Disney+, Hulu, HBO Max и Paramount+) достигнет 24,3 млрд долл. США [2]. Этот значительный рост доходов обусловлен ростом спроса на персонализированный контент и распространением смарт-устройств. Для потребителей станет возможен доступ к развлечениям, образованию и новостям в любое время и в любом месте. В настоящее время Северная Америка доминирует на рынке в основном благодаря развитой инфраструктуре и высокой потребительской активности [1].

Цели нашего исследования — определить современные тенденции развития мирового рынка стриминговых сервисов и выявить особенности участия Республики Беларусь в его структуре.

У данного рынка имеются некоторые ограничения. Прежде всего белорусский рынок стриминговых сервисов сравнительно невелик по количеству пользователей, что значительно снижает его способность расширить свое влияние на международной арене. Высокий уровень конкуренции со стороны глобальных онлайн-сервисов, доминирующих на мировом рынке, также препятствует развитию отечественных платформ. Кроме того, соблюдение юридических норм в различных странах усложняет распространение. К тому же для Беларуси одним из наиболее значимых и актуальных барьеров являются внешнеэкономиче-

ские санкции. Языковой и культурный факторы также ограничивают масштабы влияния по той причине, что контент, представленный на белорусских сервисах, в большой степени ориентирован на русскоязычную аудиторию и поэтому имеет ограниченный экспортный потенциал.

Граждане Республики Беларусь могут приобрести подписки на следующие музыкальные сервисы и онлайн-кинотеатр. «Яндекс Плюс» (11,99–15 руб.), Spotify (2,99–9,49 долл. США), YouTube Music (5,99 долл. США), Apple Music (6,49 долл. США), «VK Музыка» (99–299 рос. руб.), «МТС Music» (5,45 руб.), Netflix (7,99 евро), «МТС ТВ» (4,25–4,90 руб.). Некоторые стриминги (Okko, «Иви», START, PREMIER, Wink) входят в состав других онлайн-сервисов или пакетов услуг, а также доступны через таких партнеров, как МТС, A1, Life, «Белтелеком», «КОСМОС Телеком». Проанализировав данную информацию, можно сделать вывод, что белорусские и российские сервисы предлагают услуги по низким и доступным ценам.

В процессе написания работы нами был проведен опрос с целью выявить осведомленность респондентов о белорусских стриминговых сервисах и потенциал их развития. По результатам опроса 45 человек разных возрастных групп было установлено, что 88,9 % респондентов пользуются онлайн-платформами. Кроме того, 40 % опрошенных пользуются исключительно онлайн-сервисами, 37,8 % опрошенных — как официальными стриминговыми сервисами, так и пиратскими сайтами. Две остальные группы респондентов с одинаковой долей по 11,1 % получают доступ к контенту через пиратские серверы или ничем не пользуются. В качестве наиболее распространенных среди белорусских пользователей были указаны такие платформы, как «Яндекс Плюс» («Кинопоиск» и «Яндекс Музыка») (23 пользователя), Spotify (18 человек), YouTube Music (9 человек), Netflix (8 человек), «Иви» (5 человек), START (3 человека), «VK Музыка» (3 человека), SoundCloud (3 человека), Okko (2 человека), Apple Music (2 человека), VOKA (2 человека), PREMIER (1 человек), «МТС Music» (1 человек). В соответствии с результатами опроса было выявлено, что наиболее популярными онлайн-сервисами (для кино и музыки) являются «Кинопоиск» и «Яндекс Музыка» (или общая подписка «Яндекс Плюс»). При этом наблюдается присутствие игроков других зарубежных рынков, что говорит о широте предпочтений пользователей.

Среди белорусских серверов, телевизионных пакетов услуг, знакомых белорусской аудитории, были отмечены ZALA (от «Белтелеком») (28 человек), VOKA (27 человек), «Ясна» (от «Белтелеком») (24 человека), МТС Music (10 человек), «МТС ТВ» (10 человек), «Ого!Кино» от («Белтелеком») (3 человека) и VODBLISK (2 человека). Чтобы исследовать потенциал развития белорусского рынка стриминговых сервисов, в анкете был предусмотрен вопрос «Что может сподвигнуть приобрести подписку на какой-либо белорусский онлайн-сервис?». Наиболее решающими факторами оказались: широкое разнообразие контента (27 голосов); специальные тарифы для студентов и членов семьи (26 голосов), бесплатный пробный период (20 голосов), скидки (16 голосов), наличие белорусского кон-

тента и ИИ-рекомендации (по 6 голосов), адекватная цена и удобство сервиса и бонусы, которые перекрывают плюсы от пиратского просмотра (по одному голосу). Таким образом, можно сделать выводы: среди белорусских пользователей онлайн-серверами доминируют платформы российского происхождения; для ускорения развития отечественного рынка данной сферы местным дистрибьюторам следует увеличить количество предлагаемого содержания, расширить линейку тарифных планов и предоставить бесплатный пробный период.

Источники

1. Global streaming services market // HTF Market Intelligence. — URL: https://www.marketsintrend.com/report/124-global-streaming-services-market (date of access: 02.04.2026).

2. Forecast: global TV and video market at $1tn by 2030 // Advanced Television. — URL: https://www.advanced-television.com/2025/10/31/forecast-global-tv-and-video-market-at-1tn-by-2030/ (date of access: 02.04.2026).

У. С. Борис, А. А. Пылыпив
Научный руководитель — Т. М. Лукьянюк
БГЭУ (Минск)

АРКТИКА КАК НОВЫЙ ШЕЛКОВЫЙ ПУТЬ: ТРАНСФОРМАЦИЯ ГЛОБАЛЬНОЙ ЛОГИСТИКИ

В XXI в. глобальная логистика вышла за рамки нейтральной технической инфраструктуры мировой торговли. Инциденты в Суэцком канале, ограничения в Баб-эль-Мандебском проливе и ужесточение санкций указывают на то, что транспортные коридоры превратились в арену экономической и политической борьбы. Поскольку морской транспорт остается доминирующим в мировой торговле, изменение его маршрутов существенно влияет на стратегию компаний и устойчивость цепочек поставок.

В этом контексте Арктика трансформируется из периферийной зоны в ключевой регион, имеющий стратегическое экономическое значение. Концептуальную основу такого подхода формирует идея Полярного шелкового пути, закрепленная Китаем в Белой книге «Арктическая политика Китая» 2018, как северный вектор инициативы «Один пояс, один путь» [1]. Арктика предстает не только природным пространством, но и интегральным элементом новых евразийских торгово-экономических связей: в Арктике сталкиваются экономические интересы России, Китая, стран ЕС и других глобальных игроков.

Основу арктического направления составляет Северный морской путь (СМП). По итогам 2024 г. объем грузоперевозок по СМП достиг почти 37,8 млн т, число транзитных рейсов выросло до 92, а объем транзитных грузов превысил