

как способа ведения бизнеса. Несмотря на это, готовый бизнес и свой бренд в Беларуси предлагают более 40 компаний, причем половина из них — местные франчайзеры. Таким образом, изучение франчайзинга и применение его в бизнесе на данном этапе развития белорусской экономики является весьма актуальным.

Выделяют следующие три компонента франчайзинга: 1. Франчайзер — это компания, которая выдает лицензию или передает в право пользования свой товарный знак, ноу-хау и операционные системы. Он следит и развивает бизнес, создает хорошую репутацию и узнаваемый имидж. 2. Франчайзи — это человек или компания, которая покупает возможность обучения и помощь при создании бизнеса у франчайзера и выплачивает сервисную плату (роялти) за использование товарного знака, ноу-хау и системы ведения работ франчайзера. 3. Франшиза — это полная бизнес-система, которую франчайзер продает франчайзи. Другим названием для подобной системы служит франчайзинговый пакет, который обычно включает пособия по ведению работ и другие важные материалы, принадлежащие франчайзеру. Франчайзинговый договор определяется как договор, по которому франчайзер предоставляет франчайзи за прямое или косвенное денежное вознаграждение право на использование франшизы.

Е. А. Зайцева, А. Ю. Лашкевич

БГЭУ (Минск)

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

РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННОГО ПРОСТРАНСТВА РЫНКА B2B

В современных условиях наблюдается стремительное развитие электронной коммерции. Распространяясь повсеместно, электронная коммерция становится инструментом интеграции государств, отраслей, предприятий в единое сообщество. История электронной коммерции берет начало с 60-х гг. XX в. и характеризуется внедрением системы бронирования авиабилетов. Далее ее развитию способствуют появление компьютерных сетей, систем передачи данных, платежных карт и других систем электронных платежей, а также коммерциализация сети Интернет [1].

Необходимо отметить, что особенностью электронной коммерции является включение в себя абсолютно всех торговых и финансовых транзакций, связанных с использованием информационных технологий.

По сравнению с B2C (Business-to-Consumer) обращение к B2B-площадкам относительно невысокое, однако коэффициент пользова-

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