

5. Источники информации о новинках: друзья и знакомые являются самым надежным источником информации о новых продуктах (51,8 %). Это подчеркивает важность «сарафанного радио» и работы с лидерами мнений. Социальные сети и реклама играют второстепенную роль, что требует переосмыслиния маркетинговой стратегии в digital-среде. Магазинные витрины практически не влияют на потребительские решения.

Рекомендации по укреплению рыночной позиции:

1. Фокус на вкусе и дизайне упаковки: разработка новых продуктов с улучшенными вкусовыми качествами и привлекательной упаковкой является приоритетной задачей.

2. Усиление «сарафанного радио»: взаимодействие с лидерами мнений, проведение дегустаций и конкурсов с целью получения положительных отзывов.

3. Улучшение digital-маркетинга: анализ эффективности текущих рекламных кампаний в социальных сетях и разработка более эффективных стратегий, которые учитывают специфику аудитории. Возможно, стоит рассмотреть работу с блогерами и инфлюенсерами.

4. Анализ низкой популярности конфет и пастилы: исследование причин низкого спроса на эти продукты и разработка стратегии для улучшения их позиционирования.

5. Изучение импульсивных покупок: разработка стратегий, которые стимулируют импульсивные покупки, например, выгодные предложения, размещение товаров в местах с высокой проходимостью.

В целом исследование показывает, что рынок кондитерских изделий характеризуется высоким спросом и зависимостью от вкусовых предпочтений и дизайна. Таким образом, успешные компании должны сосредоточиться на качественном продукте, привлекательном дизайне и эффективной коммуникации с потребителями, используя как традиционные, так и digital-каналы.

Л и т е р а т у р а

1. Анкета. – URL: <https://forms.gle/XFN5awmqtKvVKz7ZA>.
2. Социальное положение и уровень жизни населения Республики Беларусь, 2014 : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Минск, 2014. – 327 с.
3. Промышленность Республики Беларусь, 2014 : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2014. – 273 с.

УДК 338.001.36

ВИДЕОИГРОВАЯ ИНДУСТРИЯ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СРЕДЫ

Д. А. Гаврилова

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель А. О. Шкабарина

Рассмотрена роль видеоигровой индустрии в контексте экономической среды. Проведен анализ основных тенденций глобального мирового рынка, перспектив развития белорусской индустрии видеоигр.

Ключевые слова: видеоигровая индустрия, глобальный рынок, кадровый аспект.

THE VIDEO GAME INDUSTRY IN THE CONTEXT OF THE MODERN ECONOMIC ENVIRONMENT

D. A. Gavrilova

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Scientific supervisor A. O. Shkabarina

This article examines the role of the video game industry in the context of the economic environment. The analysis of the main trends of the global world market and the prospects for the development of the Belarusian video game industry is carried out.

Keywords: video game industry, global market, personnel aspect.

Видеоигровая индустрия представляет собой циклический бизнес, где успех программных продуктов тесно связан с техническими возможностями оборудования, для которого они создаются. Этот аспект подчеркивает эволюцию технологий: от *Atari 2600* 1977 г. – с процессором 1,2 МГц и 128 байтами памяти до *PlayStation 4* – с 8-ядерным процессором на 2 ГГц и 8 ГБ памяти. Каждое поколение игровых консолей имеет свой жизненный цикл, который напрямую влияет на продажи игр, разработанных под конкретную платформу. Сегодня потребители могут выбирать из множества игровых устройств: консоли (*Xbox 360*, *PlayStation 3*, *Wii*, *Wii U*), портативные системы (*Nintendo DS*, *PlayStation Portable*) и смартфоны, которые благодаря операционным системам *Android* и *iOS* становятся все более популярными платформами для игр.

Видеоигры занимают лидирующие позиции в индустрии развлечений, превосходя по масштабам музыкальный рынок и соперничая с кино- и телевидением. Доходы от мобильных игр растут, но консольные проекты, такие как *Grand Theft Auto IV*, все еще демонстрируют значительно большие заработки на старте продаж (например, \$ 500 млн за неделю против € 152 млн за год у *Rovio* с *Angry Birds*). Смартфоны начинают вытеснять портативные консоли благодаря доступности и низкой стоимости игр (\$ 0–6 против \$ 30–40), что усиливает конкуренцию между платформами. Новые инициативы, такие как консоль *Ouya* на базе *Android*, используют краудфандинг и социальные медиа для создания бюджетных альтернатив традиционным устройствам.

На рынке доминируют такие гиганты, как *Microsoft* (*Xbox*), *Sony* (*PlayStation*) и *Nintendo* (*Wii*, *DS*), задающие стандарты для консолей и портативных систем. В мобильном сегменте выделяются разработчики вроде *Rovio Entertainment* и *ZeptoLab*, а также крупные издатели, такие как *Electronic Arts* (*EA*), адаптирующие популярные тайтлы под смартфоны. Эти компании определяют динамику рынка, внедряя инновации и реагируя на запросы потребителей.

Современные тренды включают рост мобильного гейминга, интеграцию социальных игр и онлайн-проектов с динамичной монетизацией. Аналитика становится ключевым инструментом: показатели *DAU* (ежедневные активные пользователи), *MAU* (ежемесячные), *ARPU* (средний доход на пользователя) и *LTV* (пожизненная ценность игрока) помогают оценивать вовлеченность и доходность. Бизнес-модели варьируются: от подписок (например, *W.E.L.D.E.R.*) до микротранзакций (донатов) и встроенной рекламы (как в «Таинственном доме» на *VK*). Однако традиционные

консольные игры продолжают полагаться на анализ продаж, а не на долгосрочную аналитику поведения.

Развитие индустрии требует высококвалифицированных специалистов: программистов, гейм-дизайнеров, аналитиков данных. Уровень оплаты зависит от региона и масштаба компании – в крупных студиях (например, *OpenMyGame*) зарплаты выше, чем в стартапах. Однако область игровой аналитики все еще находится на начальном этапе развития, сталкиваясь с ограничениями технологий для обработки больших данных (эксабайтов), генерируемых действиями игроков.

Аудитория видеоигр разнообразна: от казуальных игроков на мобильных устройствах до хардкорных геймеров на консолях. Вовлеченность измеряется временем в игре, коэффициентом роста игроков (K) и склонностью к покупкам. Смартфоны привлекают низкой ценой и доступностью, тогда как консоли удерживают аудиторию благодаря качеству и глубине контента. Социальные игры и онлайн-проекты выигрывают за счет гибкой монетизации и вирусного распространения.

Белорусская игровая индустрия имеет значительный потенциал благодаря успехам компаний вроде *OpenMyGame* (Море слов) и *Melsoft Games* (Веселая ферма). Эти студии демонстрируют способность конкурировать на глобальном уровне, однако развитие сектора сдерживается недостатком инвестиций и ограниченным кадровым резервом. Перспективы связаны с ростом аутсорсинга, развитием аналитики и поддержкой локальных стартапов, что может укрепить позиции Беларуси на международной арене.

Л и т е р а т у р а

1. Ward, M. Цитата в: White, G. The Game Industry as a Cyclical Business // Journal of Interactive Marketing. – 2013. – N 27. – P. 141–157. – DOI: 10.1016/j.intmar.2013.04.001
2. Белова, А. В. Структура и перспективы развития рынка игровой индустрии. Современные информационные технологии / А. В. Белова. – 2023. – URL: <https://modern-info.com/13685371-game-industry-structure-and-development-prospects-game-industry-market> (дата обращения: 09.04.2025).

УДК 339.138

РОЛЬ БРЕНДА В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БЕЛОРУССКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Е. В. Зборовская

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель Р. И. Громыко

Исследована роль бренда в повышении конкурентоспособности белорусской промышленности. Проанализированы стратегии персонализации бренда «БелАЗ», подчеркивающие его уникальность. Особое внимание уделено устойчивому маркетингу, привлекающему международную аудиторию через экологические и социальные тренды.

Ключевые слова: бренд, конкурентоспособность, промышленность, персонализация, устойчивый маркетинг, цифровизация.