

- Управление инвестиционной деятельностью в государственных масштабах, что предполагает реагирование, контроль, стимулирование и сдерживание инвестиционной деятельности законодательными и регламентирующими методами.

- Управление отдельными инвестиционными проектами, в том числе деятельность по планированию, организации, мотивации и контролю на протяжении жизненного цикла проекта путём применения системы современных методов и техники управления, которая имеет целью обеспечение наиболее эффективной реализации определённых в инвестиционном проекте результатов по составу и объёму работ, стоимости, качеству и удовлетворению участников инвестиционного проекта.

- Управление инвестиционной деятельностью отдельного хозяйствующего субъекта – предприятия, предполагающее управление инвестиционным портфелем предприятия (его формирование, мониторинг, оценка качества, реинвестирование и др.), управление оборотным капиталом (краткосрочные инвестиции) и т. п. [3]

Если конкретно рассматривать профессию инвестиционного менеджера, то можно сказать, что здесь необходимы большой опыт работы в сфере инвестиций и бизнес-проектирования, так как от его квалификации зависит возможность привлечения средств в организацию.

Литература

1. Электронная энциклопедия Wikipedia [Электронный ресурс]. – 2020. – Режим доступа <https://ru.wikipedia.org/wiki/Инвестиции> – Дата доступа: 23.10.2020.
2. Сайт Белорусской сети бизнес-ангелов. [Электронный ресурс]. – 2020. – Режим доступа: <https://angelsband.by> – Дата доступа: 20.10.2020.
3. Электронная энциклопедия Wikipedia [Электронный ресурс]. – 2020. – Режим доступа https://ru.wikipedia.org/wiki/Инвестиционный_менеджмент – Дата доступа: 23.10.2020

УДК 330.332

Крошонкин Д. В., студент,
научный руководитель – **Мишкова М. П.**
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

СОВРЕМЕННЫЕ КОНТЕНТ-ПЛОЩАДКИ. СУЩНОСТЬ, ПОНЯТИЕ, АНАЛИЗ ТЕКУЩЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В настоящее время, в нашем, постоянно развивающемся обществе, сложно встретить тех людей, которые не слышали про различные интернет-площадки, на которых люди делятся всевозможной информацией. Интернет-площадка – это пространство в сети интернет, обеспечивающие удаленное взаимодействие пользователей. Если на улице спросить у случайного прохожего: «Какие видеохостинги, интернет-площадки, сайты Вы знаете?», то в большинстве мы получим ответ: YouTube (Ютьюб), VK (Вконтакте), ОК (Одноклассники), Facebook

(Фэйсбук) и прочее. Эти сайты уже давно зарекомендовали себя не только как те платформы, на которых пользователи в свободное от дел время отдыхают, но и как одни из основных площадок для размещения рекламного контента со стороны производителей, различных лиц, оказывающих услуг и тд. И вот про один из таких сайтов и пойдет речь далее [1].

YouTube – что в настоящее время мы понимаем под этим? Видео-контент различного характера: развлекательного, новостного, и прочее. Эту назойливую рекламу, которая, «перекочевав» из телевизионного пространства, не пропускается даже и на Ютьюбе? В прочем, каждый сам решает, что для него этот сайт значит сейчас. Но перед этим следует минимально ознакомиться с базовой информацией об этой площадке.

Сам YouTube был создан в феврале 2005 года, тремя работниками IT- сектора США (Стив Чен, Чад Хёрдли, Джавид Карим), основные функции, выполняемые сайтом это: хранения, доставки и показа видео, в добавок к этому сейчас пользователи могут оценивать, комментировать, добавлять в избранное и делиться теми или иными видеозаписями и постами в сообществах. На протяжении длительного периода времени, сайт пережил большое количество различного вида изменений. И на сегодняшний момент мы имеем, одну из ведущих интернет-платформ, принадлежащую конгломерату Alphabet Inc. (Google).

И что же все-таки стимулирует людей вести свою деятельность на данной площадке, кроме самоудовлетворения и прочего. Доходность этого дела, вот что способствует людям большей заинтересованности ведения своей интернет деятельности. Как сказано в официальной документации YouTube, получать доход от своего контента могут только участники Партнерской программы YouTube. Партнерская программа YouTube позволяет авторам пользоваться дополнительными функциями и возможностями YouTube.

Преимущества:

- возможность обращаться в службу поддержки авторов.
- доступ к Инструменту поиска совпадений.
- различные способы монетизации контента.

Монетизация – это способ получения дохода, предоставляемый платформой YouTube. Для того, чтобы пользоваться данным способом, пользователям необходимо знать и соблюдать определенные требования, которые изложены в партнерской документации YouTube. Какой контент можно монетизировать? Участники Партнерской программы YouTube могут получать доход от своих видео за счет показа рекламы, наши правила распространяются на весь ваш контент, включая видео и трансляции, значки видео, названия, описания и теги [2].

Основные типы контента, которые не позволяют монетизировать видео:

- грубая и ненормативная лексика – контент с частым использованием грубых и нецензурных выражений на протяжении всего видео может не подходить для размещения рекламы.

- сцены жестокости и насилия – контент, основное внимание в котором уделяется кровавым сценам, изображению насилия или травм, не подходит для размещения рекламы.

- контент для взрослых – видео сексуальной тематики не подходят для размещения рекламы, но для видеоклипов, а также образовательных материалов без натуралистичных изображений иногда делаются исключения.

- шокирующий контент – контент, который может вызвать у зрителей отвращение, потрясение и другие негативные эмоции, обычно не подходит для размещения рекламы.

- причинение вреда или опасные действия – материалы, в которых предлагаются вредные или опасные действия, приводящие к серьезным физическим, эмоциональным или психологическим травмам, не подходят для размещения рекламы.

- проявления дискриминации и оскорбления – материалы, пропагандирующие ненависть, дискриминацию, пренебрежение и унижение в отношении конкретного лица или группы людей по одному из определенных признаков, не подходят для размещения рекламы. Исключения могут делаться для сатирического и комедийного контента, но одного упоминания о том, что видео носит юмористический характер, недостаточно, и такой контент может не подходить для размещения рекламы.

- унижающие или провокационные материалы – грубый унижительный контент, а также провоцирующие или дискредитирующие материалы могут не подходить для размещения рекламы.

- рекреационные наркотики и контент, связанный с ними – контент, в котором представлены или рекламируются определенные темы, не подходит для размещения рекламы.

- контент, связанный с табачными изделиями – контент с продвижением табачных изделий или товаров, связанных с ними, не подходит для размещения рекламы.

- контент, связанный с огнестрельным оружием – контент о продаже, сборке, использовании не по назначению или злоупотреблении огнестрельным оружием не подходит для размещения рекламы.

- спорные или деликатные темы – спорными считаются темы, которые могут вызывать у пользователей негативные эмоции. Зачастую они связаны с человеческими трагедиями. К категории деликатных тем относятся непредвиденные события, которые привели к гибели людей (например, спланированные злонамеренные атаки), с момента которых прошло сравнительно немного времени. Такие события могут вызывать у зрителей печаль и скорбь, а в некоторых случаях – чрезмерно сильный эмоциональный отклик. Решение о монетизации принимается с учетом контекста. Например, показ рекламы может быть разрешен в новостном видео на деликатную тему или в документальном фильме об историческом событии.

Далее рассмотрим сами способы, которые предлагает площадка.

Источники дохода для партнеров:

- реклама. Получение дохода от различных типов объявлений, которые показываются в ваших видео;

- спонсорство. Включение на своем канале функции и предложение зрителям бонусы за ежемесячную плату;

- раздел с сувенирной продукцией. Добавьте его на канал, и зрители смогут покупать ваши сувениры прямо на страницах просмотра видео;

- суперчат и суперстикеры. Благодаря этим функциям зрители могут оставлять платные комментарии, в том числе с анимированными изображениями, во время просмотра;

- YouTube Premium. Получайте долю дохода от этой платной подписки, когда пользователи, оформившие ее, смотрят ваши ролики (одно из последних изменений платформы 2020 г.).

Так же не следует забывать о том, что партнерская программа призвана помогать авторам, которые активно взаимодействуют со своими зрителями. Именно поэтому YouTube может отключать монетизацию на каналах, на которых в течение шести месяцев и дольше не появлялось новых видео или записей на вкладке «Сообщество» [3].

Что касается налоговой составляющей, то деятельность, связанная с YouTube платформой облагается налогами и сборами, в соответствии с налоговым законодательством страны, в которой проживает создатель материалов.

Учитывая все вышесказанное, можно выделить ещё один важный момент, из-за всех требований, предъявляемых к создателям контента, они зачастую обращаются к помощи определенного вида менеджерам по развитию канала. Это также обусловлено тем, что у людей, создающих материал, не всегда хватает времени и сил, для обеспечения выполнения всех необходимых требований к материалу. Доход данных менеджеров складывается из определенного процента суммарного дохода самих создателей контента.

Литература

1. Электронная энциклопедия Wikipedia [Электронный ресурс]. – 2020. – Режим доступа <https://ru.wikipedia.org/wiki/YouTube> – Дата доступа: 20.10.2020.

2. Сайт Технической поддержки YouTube, раздел доход, RU-регион. [Электронный ресурс]. – 2020. – Режим доступа: <https://support.google.com/youtube/answer/72857?hl=ru> – Дата доступа: 20.10.2020.

3. Сайт Технической поддержки YouTube, раздел подтверждение аккаунта, RU-регион. [Электронный ресурс]. – 2020. – Режим доступа: <https://support.google.com/youtube/answer/171664?hl=ru> – Дата доступа: 20.10.2020.

УДК 339.37

Курачëв С.А., магистрант,
Забродская Н. Г., к.э.н., доцент
УО «Белорусский государственный университет
информатики и радиоэлектроники»,
г. Минск, Республика Беларусь

РАЗВИТИЕ УНИФИКАЦИИ ПРОДАЖИ ТОВАРОВ В ИНТЕРНЕТЕ

Торговля как отрасль экономики имеет чрезвычайно важное значение для каждого общества. От развития торговой отрасли зависит эффективность функционирования экономических механизмов страны, отдельных отраслей и удовлетворения потребностей всех слоев населения.

На 1 июля 2019 г. количество торговых объектов составило более 117 тыс. единиц, их торговая площадь превысила 6,6 млн. кв. м. В республике насчитывается 388 рынков на 80,6 тыс. торговых мест, из которых на 64,1 тыс. торгуют