

УДК 339.133.017

***ИЗМЕНЕНИЯ В ПРЕДПОЧТЕНИЯХ ПОКОЛЕНИЙ И СПРОС  
ПОКОЛЕНИЯ Z НА ОНЛАЙН-УСЛУГИ***

***Пунга Д.В.***

*студентка 4 курса,*

*ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»,*

*г. Севастополь, Россия*

**Аннотация**

В статье рассматриваются изменения потребительских предпочтений, основанных на теории поколений У.Штрауса и Н. Хоува. Поколение Z является наиболее многочисленным поколением за всю историю, поэтому трансформация мировой торговли с учетом изменения потребительских предпочтений является неотъемлемой частью современной экономической системы. В статье приведены исследования мирового рынка интернет-услуг и использования цифровых платформ в целом. Особое внимание уделяется анализу спроса на услуги по требованию, в частности, услугам потоковой видеотрансляции по подписке.

**Ключевые слова:** поколение Z, миллениалы, социальные сети, онлайн-услуги, цифровые платформы, услуги по требованию.

***CHANGES IN GENERATIONAL PREFERENCES AND THE DEMAND  
OF GENERATION Z FOR ONLINE SERVICES***

***Punga D. V.***

*4th year student,*

*Sevastopol State University,*

*Sevastopol, Russia*

**Abstract**

The article considers changes in consumer preferences based on the theory of generations by W. Strauss and N. Howe. Generation Z is the most numerous generation in history, so the transformation of world trade, taking into account changes in consumer preferences, is an integral part of the modern economic system. The article presents studies of the global Internet services market and the use of digital platforms in general. Particular attention is paid to the analysis of demand for on-demand services, in particular, subscription video streaming services.

**Keywords:** generation Z, millennials, social networks, online services, digital platforms, on-demand services.

В настоящее время большую роль в формировании спроса на услуги, помимо прочего, играют демографические сдвиги и следующие за ними изменения в предпочтениях поколений. Поколение Y (они же миллениалы, рожденные в период 1980-1996 гг.), поколение Z (родившиеся между 1997 и 2012 гг.) и новое поколение (родившиеся после 2012 года и называемые в некоторых источниках «поколением альфа»), провели большую часть жизни в основном в цифровую эпоху. Данный факт позволяет сделать вывод о вероятном увеличении спроса на онлайн-услуги и услуги, оказываемые по требованию, т.е. предоставляемые в кратчайшие сроки по запросу пользователя.

Согласно представленной на рисунке 1 диаграмме [1, 112] следует, что к 2030 году поколение Z и новое поколение будут составлять более 50% населения Земли. Соответственно, все возрастающее использование ими социальных сетей и услуг по требованию позволит значительно увеличить объем поступлений от оказания онлайн-услуг и торговли с использованием цифровых платформ.

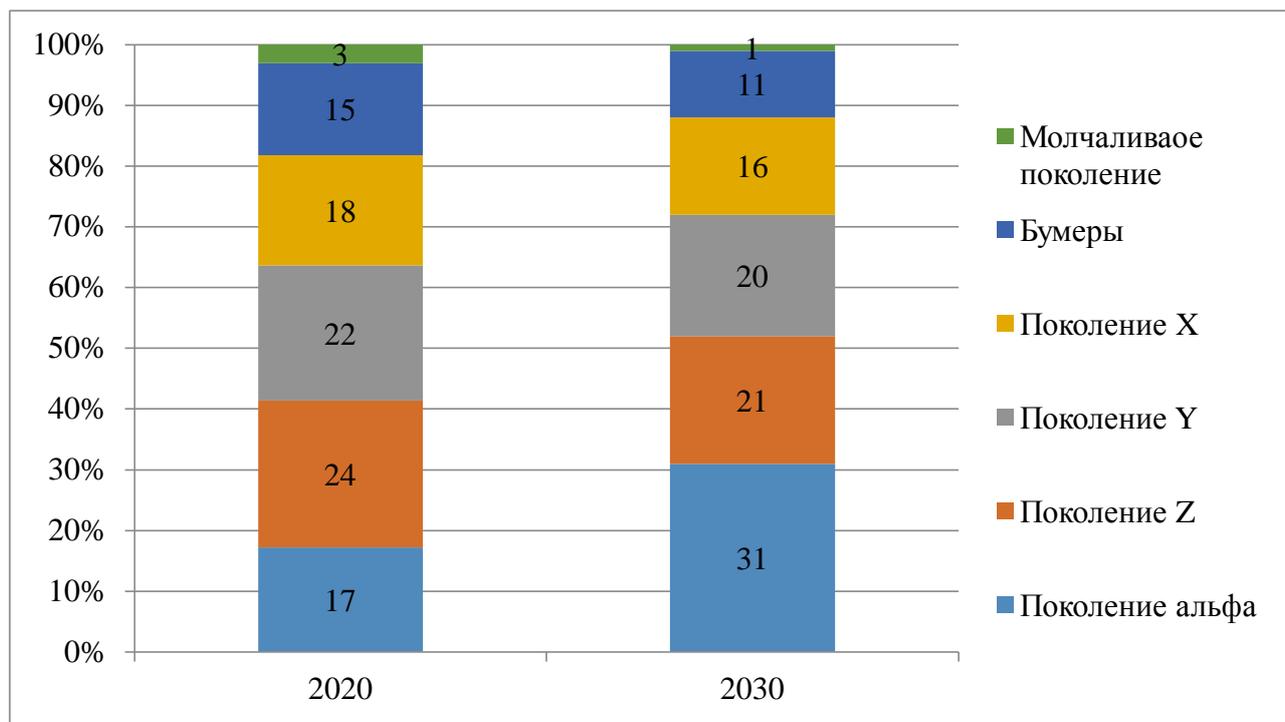


Рис.1 Динамика возрастных групп населения в 2030 относительно 2020 года в процентах

Источник: World Trade Organization, World Trade Report 2019: The future of services trade

Тенденции прошлых лет демонстрируют, что поколение Y и поколение Z на сегодняшний день являются крупнейшими потребителями цифровых услуг, в частности приложений совместного использования, социальных сетей и услуг по требованию. Согласно глобальному опросу Nielsen 2014 года [1, 112], 42% респондентов среди миллениалов и поколения Z предпочитают арендовать товары в публичных сообществах по сравнению с 17% для аналогичного показателя среди респондентов поколения X (родившиеся в период 1965-1980 гг.) и всего 7% представителей глобальных бэби-бумеров (1945-1964 годы рождения).

Возрастающая популяризация цифровых платформ способствует облегченной торговле услугами в онлайн сфере, особенно относящихся к сфере развлечений и аренды услуг, позволяя пользователям торговать продуктами и сдавать свои услуги в аренду на различных цифровых платформах. Если

текущие тенденции, связанные с демографическими сдвигами сохранятся, то в будущем объем потребления онлайн-услуг, скорее всего, будет возрастать.

По данным на 31 марта 2021 года [2], пользователями интернета являются 5,17 миллиардов человек. Порядка 4 миллиардов из них являются активными пользователями социальных сетей, используя их в среднем около 142 минут в день [3].

Почти 98% цифровых потребителей являются одновременно пользователями социальных сетей, благодаря чему социальные медиа трансформируются во влиятельные платформы в области потребления таких услуг, как потоковое видео и музыка [1, 112].

Новое поколение и поколение Z являются наиболее активными пользователями социальных сетей. При этом миллениалы и поколение Z имеют в среднем 9 аккаунтов в социальных сетях [1, 113], тогда как для людей старше 55 лет данный показатель составляет 5 аккаунтов. Они также составляют более 50% пользователей основных платформ социальных сетей и проводят в среднем около 3 часов в день в социальных сетях, по сравнению с одним часом для представителей поколения бэби-бумеров.

Поскольку спрос на различные онлайн-услуги растет, международная торговля услугами с большой вероятностью также увеличит свои масштабы в обозримом будущем.

Высокую динамику роста имеет видеоконтент, в основном данная тенденция прослеживается среди представителей поколения Y и поколения Z, однако в последнее время все чаще прослеживается и в других поколенческих группах. Таким образом, потоковые сервисы онлайн передачи видеоконтента становятся предпочтительнее использования традиционных видеоносителей, таких как DVD-диски.

Видеоконтент в современных условиях представляется одним из ключевых факторов успеха.

Крупнейшими поставщиками услуг потоковой видеотрансляции в мире являются Netflix и YouTube.

Netflix представляет собой крупнейшую глобальную стриминговую платформу просмотра видео по подписке. Потоковые видео предоставляются к просмотру за ежемесячную абонентскую плату. С момента выхода компании на международные рынки в 2010 году количество подписчиков возросло с 20 миллионов до 203 миллионов подписчиков [4] в 2020 году (Рис.2).

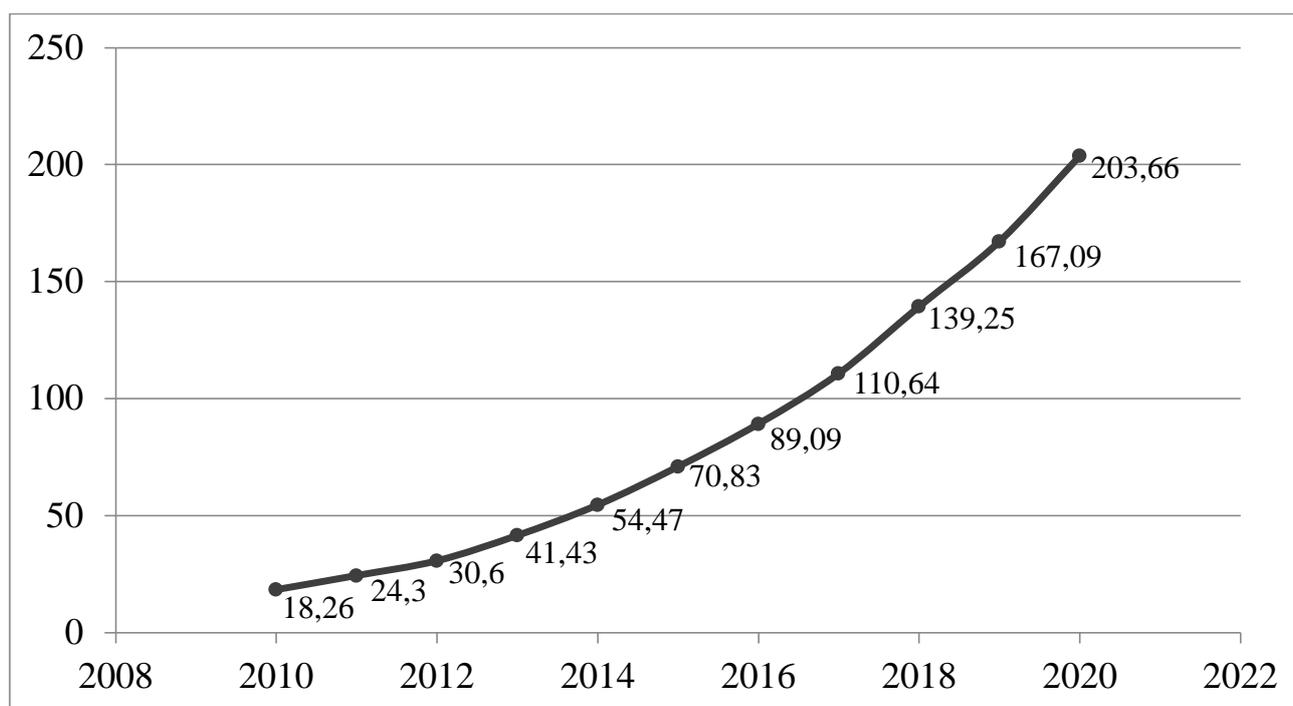


Рис. 2 Общее количество подписок на Netflix за период 2010-20 гг., млн. чел.

Источник: Составлено автором на основе [4]

Опрос, проведенный компанией Google [5] демонстрирует, что YouTube – основная платформа поколения Z, которую они выбирают, когда хотят расслабиться или поднять себе настроение. YouTube имеет более 2,3 миллиардов зарегистрированных пользователей по всему миру [6], более миллиарда просмотров видео каждый день в более, чем 100 странах и на 80 языках. Согласно данным Pew Research Center [1, 116], основными пользователями стримингового сервиса YouTube на территории США являются

Дневник науки | [www.dnevniknauki.ru](http://www.dnevniknauki.ru) | СМИ ЭЛ № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

молодые возрастные группы: 91 процент населения в возрасте от 18 до 29 лет сравнительно с 38 процентами в возрастной группе старше 65 лет. YouTube также запустил программу “YouTube Music Foundry” в 2016 году, чтобы обеспечить обучение авторов из разных стран по созданию контента. Эта услуга принесла пользу авторам из разных стран, включая Бельгию, Гану, Мексику, Нигерию, Пуэрто-Рико и Великобританию.

Обе рассмотренные потоковые платформы имеют широкий охват аудитории по всему миру и быстро стали основными экспортерами видеоконтента для множества авторов как в развитых, так и в развивающихся странах.

### **Библиографический список:**

1. World Trade Organization, World Trade Report 2019: The future of services trade [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: [https://www.wto.org/english/res\\_e/booksp\\_e/00\\_wtr19\\_e.pdf](https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/00_wtr19_e.pdf) (Дата обращения 27.07.2021).
2. World Internet Users and 2021 Population Stats [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>(Дата обращения 28.07.2021).
3. The most popular social networking sites in 2021 [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: <https://www.broadbandsearch.net/blog/most-popular-social-networking-sites>(Дата обращения 27.07.2021).
4. Dean B. Netflix Subscriber and Growth Statistics: How Many People Watch Netflix in 2021? [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: <https://backlinko.com/netflix-users> (Дата обращения 27.07.2021).
5. Baron J. The Key To Gen Z Is Video Content [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: <https://www.forbes.com/sites/jessicabaron/2019/07/03/the-key-to-gen-z-is-video-content/?sh=7fbaeb8a3484>(Дата обращения 27.07.2021).

6. 10 статистических данных Youtube, которые вам нужно знать в 2021 году [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: [https://aliexpress.inform.click/10-statisticheskikh-dannyh-youtube-kotorye-vam-nuzhno-znat-v-2021-godu/#1\\_Ezemesacnye\\_aktivnye\\_polzovateli\\_YouTube](https://aliexpress.inform.click/10-statisticheskikh-dannyh-youtube-kotorye-vam-nuzhno-znat-v-2021-godu/#1_Ezemesacnye_aktivnye_polzovateli_YouTube)(Дата обращения 27.07.2021).

*Оригинальность 91%*