

Жерносек Е.Г.

БГЭУ, УЭФ, группа ДЭС-1, 1 курс

ТРЕНДЫ ЦИФРОВОГО МИРА

Цифровой мир оказывает значительное влияние на экономику. В 2011 г. ВВП США достиг \$14,5 трлн., и вклад экосистемы Интернета в эту сумму составил \$741 млрд.

Какие же тренды будут определять цифровой мир в ближайшей перспективе?

1. Большие данные. За последние два года создано 92% всей имеющейся в мире информации. Ежедневно создается огромный массив информации, и ведется активный обмен ею с помощью разных инструментов: в сети Facebook ежемесячно появляется более 30 млн. постов, ежеминутно на YouTube выкладывается 72 часа видео. Развитие данного тренда во многом будет зависеть от появления достаточного числа специалистов, умеющих работать с большими данными.

2. Е-коммерция. Низкие цены и широкий ассортимент дает возможность этому направлению активно развиваться. Темпы роста рынка онлайн-розницы вдвое быстрее, чем обычной, и сейчас на нее приходится около 10% объема розничных продаж. В Интернете продается 30% всей потребительской электроники и только 1% продовольственных товаров.

3. Мобильность. Последний год ознаменовался взрывным ростом спроса на мобильные устройства. В США смартфонами пользуется более 50% всех владельцев мобильных аппаратов. За год мобильные устройства стали на 50% чаще использоваться для доступа в Интернет по вопросам покупок. Пользователи все чаще приходят в обычный магазин только чтобы посмотреть товар, а затем, с помощью специальных приложений для смартфона и планшета сравнивают цены и делают заказы на интернет-площадках.

4. Социальные медиа. За последний год соцсети расширили охват: LinkedIn насчитывает 41 млн. активных пользователей, Twitter — 40 млн.,

Google+ — 29 млн., Pinterest и Instagram — более чем по 25 млн. Только за ноябрь 2012 г. в Facebook было зарегистрировано 150 млн. уникальных пользователей в США, и при этом среднее время пребывания американского пользователя в этой соцсети сократилось на 10%.

5. Цифровые рекламные платформы. Расходы на рекламу активно перетекают в сферу Интернета. Объем онлайн-рекламы показал годовой рост 18%, а объемы мультимедийной рекламы упали на 34%. Онлайн-реклама с видеороликами эффективнее и дешевле рекламы на телевидении.

6. Мониторинг эффективности цифровых медиа. Год назад была запущена программа 3MS, основной задачей которой было создание метрик цифровой оценки различных показателей эффективности рекламы. Было установлено, что 30% отображаемой рекламы не доходит до конечного потребителя! Таргетирование на основании куки-файлов также оказалось небеспроблемным. Их нередко удаляют, поэтому с их помощью не всегда можно точно отразить демографические и поведенческие характеристики.

7. Многоплатформенное медиа-планирование. Потребление медиаконтента быстро растет: телепередачи доступны через Интернет с ПК, портативных устройств, телереклама доставляется онлайн. Мобильные устройства с малыми экранами скорее дополняют, а не вытесняют большие. Во время трансляций Олимпийских игр в Лондоне, средний зритель 25% времени проводил сразу с несколькими включенными каналами, на разных устройствах.

Таким образом, жизнь человека становится все больше зависимой от цифрового мира, который меняется все более быстрыми темпами.

Список использованных источников

1. Дериева, Е. Цифровой мир: новый маркетинг правит бал/Е. Дериева//forum.ua [Электронный ресурс] .-2013.- Режим доступа http://ko.com.ua/cifrovoj_mir_novyj_marketing_pravit_bal_70609.- Дата доступа: 02.04.2013.

БДЭУ Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.
БГЭУ Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.
BSEU Belarus State Economic University. Library.
<http://www.bseu.by> elib@bseu.by