

DOI: 10.37791/2687-0649-2021-15-3-119-130

Особенности цифрового потребления видеоконтента на платформе YouTube

Т.П. Горелова¹, Т.Б. Серебровская^{2*}

¹ *Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия*

² *Университет «Синергия», Москва, Россия*

* *tserebrovskaya@yandex.ru*

Аннотация. В статье изучены особенности поведения цифрового потребителя на примере платформы YouTube; рассмотрены варианты развития и укрепления взаимодействия с потенциальными и фактическими пользователями с целью сохранения лидирующих позиций YouTube на рынке платформ с видеоконтентом в связи с тем, что конкурентные позиции компаний, предлагающих видеоконтент, подвержены частым изменениям в связи с появлением новых площадок размещения и просмотра видеороликов. Следовательно, возникает необходимость следовать последним трендам, интересным для потребителей, чтобы легко подстраиваться под изменения их предпочтений и сохранить их приверженность к продукту. Цель исследования состоит в проведении анализа предпочтений цифрового потребителя рынка видеосервисов; в выявлении стратегий, которые направлены на повышение эффективности работы социальной сети, для ведения, дополнения и продвижения бизнеса; в выработке рекомендаций для сохранения преимущества платформы, ее привлекательности для пользователей. Задачи: выявить причины, обусловившие выбор социальной сети, и уникальные запросы современного цифрового потребителя; определить основные категории пользователей мобильных технологий и особенности их потребительского сегмента; разработать рекомендации для продвижения платформы YouTube, которые могут быть применены и другими социальными сетями. В исследовании были использованы общенаучные методы: анализ, абстрагирование, системно-структурный подход. На основе анализа исследований международных и российских организаций о деятельности социальной сети YouTube, проведенного опроса потенциальных цифровых потребителей данной социальной сети были выявлены контрактные особенности поведения современного цифрового потребителя YouTube, которые необходимо учитывать компании для эффективной работы с контентом и развития деятельности на платформе. Сформулированы общие рекомендации к оптимизации платформы YouTube, которые помогут существенно повлиять на цифрового потребителя и укрепить конкурентные позиции платформы YouTube и других социальных сетей.

Ключевые слова: цифровой потребитель, видеоконтент, платформа YouTube, цифровое потребительское поведение

Для цитирования: Горелова Т.П., Серебровская Т.Б. Особенности цифрового потребления видеоконтента на платформе YouTube // Современная конкуренция. 2021. Т. 15. №3. С. 119–130. DOI: 10.37791/2687-0649-2021-15-3-119-130

Features of Digital Video Content Consumption on the YouTube Platform

T. Gorelova¹, T. Serebrovskaya^{2*}

¹ *Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia*

² *Synergy University, Moscow, Russia*

* *tserebrovskaya@yandex.ru*

Abstract. The article examines the features of digital consumer behavior on the example of the YouTube platform, in order to maintain leading position in the market of platforms with video content. Therefore, there is a need to follow the latest trends that are interesting for consumers to adapt to changes in their preferences and maintain a commitment to the product. The purpose of the study: to analyze the preferences of the digital consumer of the video services market, to identify strategies aimed at improving the efficiency of the social network, to make recommendations for maintaining the advantages of the platform. Objectives: identify the reasons of the choice of a social network and the unique needs of the modern digital consumer, the main categories of users of mobile technologies and their characteristics, develop recommendations for the promotion of the YouTube platform. General scientific methods: analysis, abstraction, system-structural approach. Based on the analysis of studies of international and Russian organizations on the activities of the social network YouTube, a survey of potential digital consumers of this social network, contractual features of the behavior of the modern digital consumer YouTube were identified. General recommendations for optimizing the YouTube platform are formulated, which will help significantly influence the digital consumer and strengthen the competitive position of the YouTube platform and other social networks. It is determined that today the content created in accordance with the latest trends is the most attractive for the digital consumer.

Keywords: digital consumer, video content, YouTube platform, digital consumer behavior

For citation: Gorelova T., Serebrovskaya T. Features of Digital Video Content Consumption on the YouTube Platform. *Sovremennaya konkurentsija*=Journal of Modern Competition, 2021, vol.15, no.3, pp.119-130 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0649-2021-15-3-119-130

Введение

Платформа YouTube в настоящее время является крупнейшим видеосервисом в мире. С каждым днем ее разработчики и руководство стараются развивать свою социальную сеть, в том числе ориентироваться на предпочтения и уникальные запросы современного цифрового потребителя.

Видеосервис YouTube – это платформа для просмотра, загрузки, обмена и транслирования видео. Помимо этого, на платформе есть возможность прослушивать музыку и просматривать клипы к ней. Видеосервис

был зарегистрирован 14 февраля 2005 года Стивом Ченом, Чадом Херли и Джаведом Каримом – тремя бывшими сотрудниками американской компании электронной коммерции PayPal. Главная идея сервиса заключалась в том, что пользователи смогут делиться своими видео. Компания была куплена Google спустя 18 месяцев после основания за 1,65 миллиарда долларов, и только в 2007 году платформа стала доступна в России. Под руководством Google платформа YouTube переросла из простой базы видео в источник оригинального контента. Это было достигнуто за счет применения