

© **Ферферов Н. А., 2018**

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье рассмотрена актуальность внедрения интернет технологий с учетом нового потребителя, описаны основные предпочтения представителей поколений, участников рынка, и основные парадигмы новой экономики.

Ключевые слова: новая экономика, теория поколений, интернет технологии

Новой экономикой можно назвать экономику знаний, информационных технологий, революционных бизнес процессов, которые выходят на первое место взамен традиционным продуктам и осязаемым активам.

Основная особенность новой экономики заключается в накоплении интеллектуального потенциала и интеграция его в производство, для достижения различных целей, что, безусловно, является прогрессивным подходом, и в корне отличается от предыдущих вариантов подхода к экономике. На сегодняшний день, отрасли новой экономики, это направления с огромной долей человеческого капитала, нематериальных активов, привязанных к интеллектуальной работе людей, представляющие различные информационные, социальные и прочие сервисы, науку, консалтинг, и прочее. Она трансформирует стандартные подходы в различных отраслях экономики, внедряя ВЕБ практики в старых компаниях и проникая во все сферы жизни, которые, в свою очередь, претерпевают серьезные изменения. Немаловажным фактором является то, что внедрять

новые принципы могут как большие, так и малые компании, и процесс инноваций постоянно ускоряется, по причине невозможности консервативных компаний работать с компаниями, уже внедрившими множество различных технологий.

Новая экономика будет диктовать новую систему коммерческих отношений.

Важность интеллектуального капитала даст возможность получения прибыли без наличия сырьевых ресурсов.

Рынок быстро меняется. Новые, более совершенные технологии легко вытесняют старых игроков. Таким образом, рынок подталкивает компании постоянно совершенствоваться и изменяться.

Постоянное изменение, модернизация, разработка новых подходов, и т. д, будет являться самым важным инструментом удержания рынка.

Массовое производство должно соответствовать запросам каждого потребителя.

Наука двигает все отрасли, по этой причине гибкие и прогрессивные предприниматели становятся центральными фигурами.

Расстояние больше не играют никакой роли, рост логистической отрасли.

Применение информационных технологий становится крайне важным для правильного удержания рынка.

Рост венчурного бизнеса. Люди охотно вкладывают деньги в инновационные проекты и конкретные люди.

Интернет бизнес оказывает, и будет оказывать еще большее влияние на все виды деятельности во всех отраслях экономики. Множество отраслей уже изменено до неузнаваемости. Поколение современных предпринимателей охотно вводят информационные технологии в жизнь компании, от систем маркетинга до контроля работы сотрудников. Так же это позволяет улучшить планирование, работу склада, ввести нормы взаимоотношений, построение эффективных связей с клиентами.

С приходом новой экономики крайне важную роль будут играть облачные сервисы, дающими потребителю множество возможностей для хранения и переноса информации. Так что такое облачный сервис? В чем его преимущество?

На данный момент есть мнение, что облако доступно абсолютно всем пользователям. Более ранняя модель рынка требовала покупки более мощного компьютера и его постоянного обновления для реализации всех к ней требований. Однако, это уже не актуально по причине быстрого развития облачного сервиса.

Облако позволяет любому пользователю раскрывать различные возможности через интернет, а именно пользоваться различными программами и использовать оперативную память удаленно. Таким образом, раскрывается одна из возможностей облака по замене фактического жесткого диска.

В формате работы, задаваемым облаком, необходимости в мощном жестком диске на компьютере больше нет, нужно просто приобрести достаточно удаленной памяти, хранящейся на удаленном сервере и можно работать, по необходимости увеличивая объем информации. Так же нет необходимости иметь все программы на компьютере. Работать с ними можно удаленно в облаке. Облачные вычисления представляют собой модель удаленного доступа к сепарируемым ресурсам вычисления, распределенным на множестве удаленных устройств, составляющих облако. Облачные вычисления дают клиенту возможность доступа к вычислительным ресурсам в виде интернет сервиса. Плюсом системы является возможность повсеместного доступа к информации вне зависимости от нахождения человека и наличия у него его персонального компьютера.

В целом новая экономика характерна не только множеством новых продуктов, но и совершенно

новым потребителем, начать говорить о котором можно на примере теории поколений.

В пример можно привести поколения, которые сейчас выявлены и являются сегментами рынка. [16]

- Бэйбибумеры
- Поколение X
- поколение Y
- поколение Z

Бэйбибумеры, по мнению Нейла Хоува и Вильяма Штрауса, это клиенты, появившиеся на свет в период 1945–1964.

Эти потребители, в большинстве своем, руководители больших фирм. Также много людей из этого поколения являются совладельцами или партнёрами юридических фирм.

Бэйбибумеры являются очень трудолюбивым сегментам рынка. Мотивацией для них служит достижение успеха в обществе, а также престижа и социального статуса. Это поколение было выращено культурой ценности труда. Когда это поколение росло, восхваляли трудоголизм. В то время люди от многого отказывались ради достижения материальных благ.

Поколение X это поколение 1965–1978 годов. Иксы являются индивидуалистами. Люди из этого поколения росли в эпоху распада экономики. Это поколение пережило большой рост числа распад семей, а также банкротства семей. Поколение икс является крайне эгоистичным, а значит, представители этого поколения хотят быть независимы от кого либо, ценит свободу и ответственность. Люди из поколения икс умеют пользоваться технологиями. Они довольно хорошо чувствует себя при использовании современных средств передачи информации, однако стараются использовать новые технологии только для работы.

Поколение Y появилось в 1979–1994 выросло в период развития технологий, а следовательно, они очень хорошо адаптируется к новым видам средств коммуникации, и с удовольствием использовать их. Представители этого поколения хорошо используют новейшие достижения рынка, для того чтобы выполнять свою работу ещё лучше. Люди из этого поколения всегда находится на связи. Они любят использовать телефон и электронную почту в качестве средства коммуникации и экономии своего личного времени. Для этих поколений важна их семья, религия, и социальные группы. Они предпочитают стабильность в семье и гибкий график работы. При выборе между работой и семьей они всегда выберут семью.

Поколение Z 1995–2010 это будущее рынка. Следует отметить, что это поколение никогда не имело опыта товарного оборота и покупок в эпоху отсутствия Интернета. Компаниям, занимающимся товарами, которые нацелены на это поколение, следует это учесть.

Согласно статистике последних лет, около 80 % покупок в Америке совершается с помощью

интернет ресурсов, 73 % которых составляют покупки в социальных сетях. Интернет технологии входят в жизнь всего общества все быстрее. На смену консервативным бэйбибумерам и поколению X приходят технологичные Y и подрастающее поколение Z, которые уже не могут представить себе жизнь без интернет пространства. Новый потребитель уже не так внимательно смотрит на сам продукт, его интересует сервис, который предоставляется с этим продуктом. Ценность у новых потребителей приобретает то, что имеет отношение к интернет-пространству, удобству пользования в нем и открытость. В связи с этим любой бизнес должен осознавать, что будущее за облачным пространством и потребителем, нацеленным на Интернет. ■

1. Грошева Н. Б., Бобкова Н. Г. Управление персоналом: сотрудники поколения Y / Н. Б. Грошева, Н. Г. Бобкова // Бизнес-образование как инструмент

инновационного развития экономики. Иркутск, ИГУ, 2014. – с. 90-95

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Грошева Н. Б., Бобкова Н. Г. Управление персоналом: сотрудники поколения Y / Н. Б. Грошева, Н. Г. Бобкова // Бизнес-образование как инструмент инновационного развития экономики. Иркутск, ИГУ, 2014. – с. 90-95

Development of Internet technologies taking into account the new consumer.

© Fereferov N., 2018

In this article, the relevance of introducing Internet technologies with consideration of a new consumer is considered, the main preferences of representatives of generations, market participants, and the basic paradigms of the new economy are described.

Keywords: new economy, theory of generations, Internet technologies
