

О. Ю. Бочко,

д. е. н., доцент, професор кафедри маркетингу і логістики,
Національний університет "Львівська політехніка", м. Львів, Україна
ORCID ID: 0000-0003-3422-4654

В. А. Козут,

аспірант кафедри маркетингу і логістики,
Національний університет "Львівська політехніка", м. Львів, Україна
ORCID ID: 0000-0001-9754-5856

DOI: 10.32702/2306-6806.2021.11.34

ДИНАМІКА ЗМІНИ КОРИСТУВАЧІВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ: ДОСЛІДЖЕННЯ ПОВЕДІНКИ

O. Bochko,

Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, Professor of the Department of Marketing and Logistics, Lviv Polytechnic National University, Lviv, Ukraine

V. Kohut,

*Postgraduate student of the Department of Marketing and Logistics,
Lviv Polytechnic National University, Lviv, Ukraine*

TRENDS OF SOCIAL MEDIA USERS, DURING THE PANDEMIC PERIOD: BEHAVIOR RESEARCH

У статті досліджено динаміку зміни користувачів соціальних мереж в період пандемії. Обґрунтовано їх поведінку до пандемії та в період пандемії. Розкрито тенденції зміни динаміки приросту користувачів соціальних мереж світу за період 2017—2021 рр. Здійснено прогнозування росту кількості користувачів соціальних мереж у світі в період 01.01.2022—01.10.2022 рр. Вказано на причини використання соціальних мереж в період пандемії. В процесі написання статті використано наступні методи дослідження: індуктивний, дедуктивний — для збору, обробки та обґрунтування загальної кількості користувачів соціальних мереж, графічний метод використано для наочного відображення цієї динаміки; за допомогою економічного аналізу та порівняння здійснено аналізування причин використання соціальних мереж у період пандемії; для теоретичних узагальнень і формування висновків використано абстрактно-логічний метод.

The article examines the trends of social media users during the pandemic period because, during the pandemic, the need to go online made social media indispensable. Substantiated users' behavior before and during the pandemic. Revealed trends in the dynamic growth of social networks users in the world during 2017—2021 y. Established that the highest growth rates of social network users were observed in 2018. Proved that the users' rapid growth occurred during the first and second lockdowns around the world. The forecast growth of social networks users in the world during 01.01.2022—01.10.2022 y. was carried out. Indicated the reasons to use social networks during the pandemic: to be in contact with friends and family; to spend free time; to find and possess information; to be up on current events. Researched the forecast growth of social networks users in the world during 01.10.2019—01.10.2021 y., which was calculated using a trend model. The growth in the number of users in 2020 has been set, ranging from 2.6% to a peak of 4.6% for the quarter. The situation is similar in 2021 y. — from 1.6% to 3.4% for the quarter. Carried out the forecast change growth of social networks users in the world for four future periods, that is from 6.10.2021 y. till 1.10.2022 y., based on the results of research and construction of the trend line. The results of correlation-regression modeling characterize the relationship between market share and time. Have been proven that given regression on equations are acceptable and recommended for use as trend models for further forecasting. Forecasting the trends of 4 next quarters indicates the further rapid growth of social network users unless the coronavirus situation changes. The results of correlation-regression modeling characterize the relationship between market share and time. The following research methods were

used during writing the article: inductive, deductive — to collect, process and justify the total number of social networks users; graphic method — for a visual representation of this dynamic; economic analysis and comparison — to analyze the reasons of social networks use during the pandemic; abstract-logical method — used to generalize theories and draw the conclusions.

*Ключові слова: соціальні мережі, пандемія, користувачі, поведінка, локдаун.
Key words: social networks, pandemic, users, behavior, lockdown.*

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

З початком пандемії COVID-19 та введення локдауну населення змушене перейти на домашній карантин. Непередбачувана зупинка звичного ритму життя призвела до обмеження живого спілкування. Це стимулювало активізацію діяльності соціальних мереж. Користувачі використовують соцмережі з метою володіння інформацією останніх подій, отримання актуальних новини та підтримки зв'язку з іншими. Проте саме в час пандемії потреба в переході на онлайн зробила соціальні мережі надзвичайно необхідними. Відтак зміна підходів до використання соціальних мереж зумовила необхідність їх детального вивчення, що підвищує актуальність теми дослідження.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ, В ЯКИХ ЗАПОЧАТКОВАНО РОЗВ'ЯЗАННЯ ДАНОЇ ПРОБЛЕМИ І НА ЯКІ СПИРАЮТЬСЯ АВТОРИ, ВИДІЛЕННЯ НЕ ВИРІШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ, КОТРИМ ПРИСВЯЧУЄТЬСЯ ОЗНАЧЕНА СТАТТЯ

Важко переоцінити важливість соціальних мереж за останнє десятиліття, оскільки вони забезпечують можливість 24/7 залишатися в контакті з іншими, швидко ділитися інформацією чи знаходити її, систему продажу й купівлю товарів та послуг онлайн. Пандемія лише посилила позиції соцмереж та стимулювала до проведення більше часу онлайн ніж до пандемії. В середньому типовий користувач інтернету проводить в онлайні майже 7 годин на день, з яких близько 2,5 годин характеризується використанням соціальних мереж [1]. Це доводять сучасні зарубіжні та вітчизняні науковці, які ґрунтовно вивчають проблеми та систему розвитку соціальних мереж, зокрема: Ю.А. Данько досліджував соціальні мережі як форму сучасної комунікації з їх плюсами й мінусами [2]; Поплавський М. розглядав соціальні мережі як культурно просвітницький ресурс [3]; Динник І. обґрунтовував, що соціальні мережі є засобом суспільного розвитку [4]; Бочко О.Ю., Кузяк В.В., Aleksandraviciute В. розглядали соціальні мережі з економічної точки зору [5]. Попри велику кількість наукових праць пов'язаних з соціальними мережами, швидкість зміни ринкової ситуації, плинність часу та продовження COVID-пандемії виникає необхідність у дослідженні соціальних мереж, зміни поведінки користувачів в їх межах.

МЕТА СТАТТІ

Метою написання статті є дослідити динаміку зміни поведінки користувачів соціальних мереж у період пандемії. Для досягнення поставленої мети використано такі методи дослідження: індуктивний, дедуктивний — для збору, обробки та обґрунтування загальної кількості користувачів соціальних мереж, графічний метод використано для наочного відображення цієї динаміки. За допомогою економічного аналізу та порівняння здійснено аналізування причин використання соціаль-

них мереж у період пандемії. Для теоретичних узагальнень і формування висновків використано абстрактно-логічний метод.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ З ПОВНИМ ОБґРУНТУВАННЯМ ОТРИМАНИХ НАУКОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

Пандемія вплинула не лише на зростання кількості соціальних мереж, а й змінила їх поведінку. Перебуваючи на самоізоляції, користувачі втомилися від ідеальності інших, тому у візуальному контенті вони в першу чергу почали надавати перевагу справжності картинки/відео, а не гламурному блиску. Користувачі більше акцентують увагу на контент, який публікується рідними та близькими. За даними Valassis 39% респондентів збільшили використання соцмереж, в той час, як 7% — скоротили його [6]. В часи пандемії соцмережі стали сильно затребувані й для бізнесу й розвитку його власної промоції. Близько 40% юзерів використовувало соцмережі для роботи [7]. Велика частка бізнесу перевела або ж розширила свою діяльність у соціальних мережах. Також бізнес використовував соціальні мережі для забезпечення зв'язку між працівниками, які працювали віддалено.

Найбільш стрімкий ріст кількості користувачів соцмереж можна спостерігати у кварталах, що припадали на введення локдаунів по всьому світу. Кількість користувачів соціальних мереж за останні 12 місяців зросла більш ніж на 400 мільйонів (+9,9%) і досягла 4,55 мільярда в жовтні 2021 року [8]. Деякі соцмережі на тлі пандемії стали надзвичайно популярними: наприклад, TikTok у березні 2020 року отримав понад 12 мільйонів нових користувачів [7]. За результатами дослідження компанії GlobalLogic, було встановлено, що: з початку 2020-го р. до початку 2021 року українська аудиторія соціальних мереж збільшилася на 7 000 000 користувачів [9].

Користувачі активно реєструвалися не лише у всесвітньо відомих на той час соціальних мережах: Facebook, Instagram, YouTube, а й активно просували нові, маловідомі. У 2019 році OnlyFans, досяг 7 мільйонів зареєстрованих користувачів, а у березні 2020 року вона налічувала 26 мільйонів, а у серпні 2020 року — понад 50 мільйонів зареєстрованих користувачів. Очевидно, що багато людей звернулися до OnlyFans, щоб скоротити час, коли вони перебувають у режимі карантину [10].

Згідно з даними Global Statshot за жовтень 2020 р. по жовтень 2021 р. [4] загальна чисельність користувачів соціальних мереж зросла на + 80 млн (1%). Кількість активних користувачів зросла на 409 млн (9,9%). Зараз у світі налічується 4,88 мільярда користувачів Інтернету, що дорівнює майже 62% населення світу. Останні дані показують, що кількість користувачів Інтернету у світі зросла більш ніж на 220 мільйонів (+4,8%) за останній рік, але оскільки COVID-19 продовжує перешкоджати дослідженням, реальна цифра може бути значно вищою. Кількість користувачів соціальних мереж за останні 12 місяців зросла більш ніж на

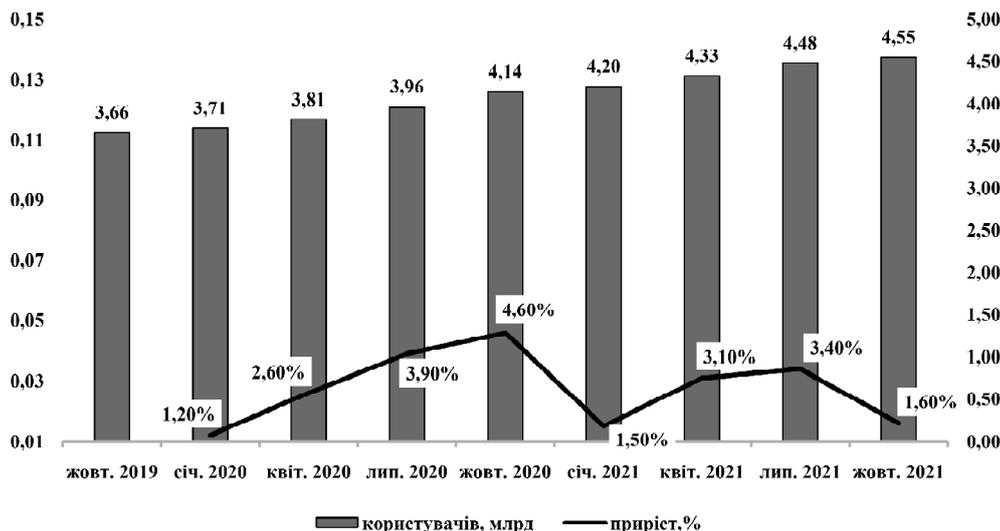


Рис. 1. Динаміка кількості користувачів соціальних мереж за 01.10.2019— 01.10.2021

Джерело: [11].

Таблиця 1. Загальна динаміка приросту користувачів соціальних мереж світу за період 2017—2021 рр. (станом на 01.01 поточного року)

Показник	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.
К-сть користувачів, млрд	2,8	3,2	3,5	3,8	4,2
Приріст, %		+14	+9	+9,2	+10,5

Джерело: систематизовано на основі [11; 13].

400 мільйонів (+9,9 %) і досягла 4,55 мільярда в жовтні 2021 року. Темпи зростання кількості користувачів дещо сповільнилися за останні 3 місяці, але загальна кількість користувачів продовжує зростати ще більше, понад 1 мільйон нових користувачів щодня. Динаміку кількості соціальних мереж з жовтня 2019 р. по жовтень 2021 р. представлено на рис. 1.

Згідно рис. 1 можемо зробити висновок, що пікові зростання кількості користувачів припадають саме на період введення першого та повторного локдаунів по

всьому світу. Хоча відомі на сьогодні країни, які активно блокують соціальні мережі. Зокрема, починаючи з першого блокування в китайській провінції Хубей у січні 2020 року та по всій країні в Італії в березні 2020, блокування продовжували застосовуватися в багатьох країнах протягом 2020 та 2021 років. 24 березня 2020 року всім 1,3 мільярда населення Індії було наказано залишатися вдома під час локдауну [1]. Зростання кількості користувачів у 2020 році коливається від 2,6% до пікових 4,6% за квартал. Схожа ситуація спостерігається й у 2021 році — від 1,6 до 3,4% за квартал. Динаміку зміни кількості користувачів соціальних мереж представлено в таблиці 1.

За результатами дослідження компанії Global Logic, проведеного на базі даних з відкритих джерел: Data Report, Державна служба статистики України, Kantar і PlusOne, а також внутрішньої статистики, встановлено, щоз початку 2020-го до початку 2021 року українська аудиторія соціальних мереж збільшилася на сім мільйонів осіб. З 2019 року кількість українців в Instagram зросла на 22 %, а у Facebook — на 7 %. Нині цими соцмережами користуються 14 і 16 мільйонів українців відповідно. "За останній рік нова соціальна мережа TikTok досягла 16 % користувачів з України, її

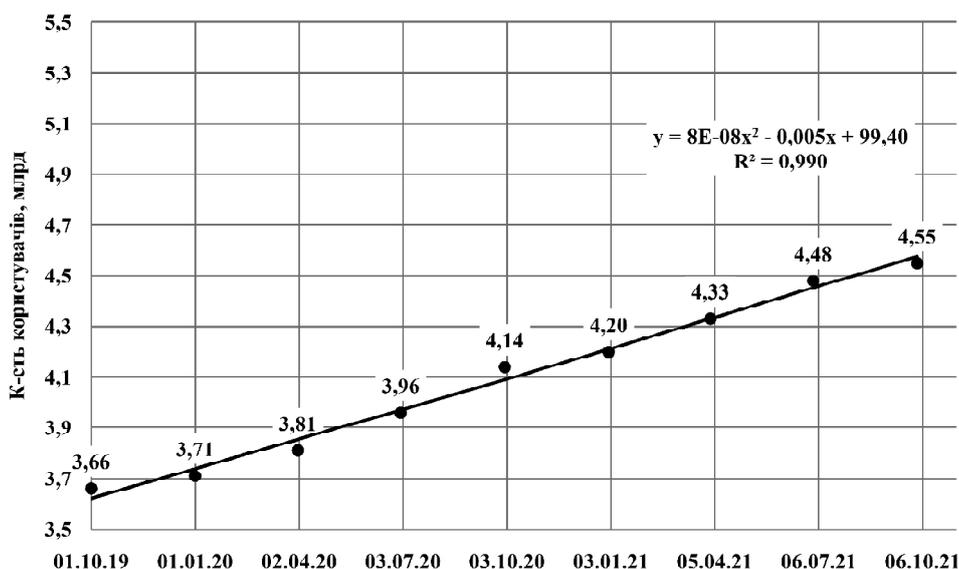


Рис. 2. Трендова модель росту кількості користувачів соціальних мереж у світі в період 01.10.2019— 01.10.2021

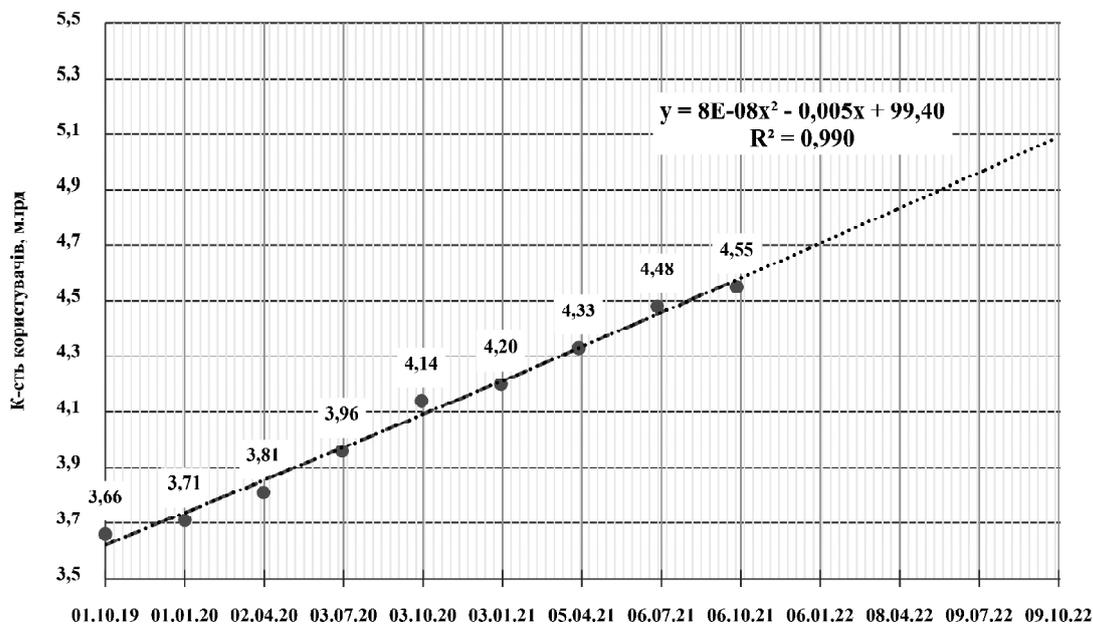


Рис. 3. Поліноміальна модель прогнозування росту кількості користувачів соціальних мереж у світі

зростання становило 500 %. Найпопулярнішою соцмережею залишається YouTube з охопленням 96 % користувачів в Україні. У середньому на сайті вони проводять майже 40 хвилин на день", — зазначають у Global Logic [9]. Кількість українських інтернет-користувачів, за даними компанії, зросла на два мільйони, що на 33 % більше, ніж у 2019 році. Станом на початок 2021-го ця кількість становила майже 30 мільйонів, тобто приблизно 67 % населення країни. За даними Global Logic, інтернет-користувачів стає більше не тільки в Україні, а й у світі: з 2019 року їхня кількість збільшилася на 280 мільйонів осіб. Окрім того, через пандемію за останній рік люди у всьому світі стали на 57 % більше дивитися відео та фільми, на 37 % більше слухати музику [9].

З того часу, як почали діяти протоколи карантину та соціального дистанціювання, відвідуваність таких сторінок, як Facebook та YouTube зросла майже до 30%, які ставали основним каналом розваг та соціалізації. Twitter теж зафіксував зростання власного першого кварталу на 23% для щоденних активних користувачів у порівнянні з 2019 роком [14].

Дослідження тенденцій росту кількості користувачів соціальних мереж у світі в період пандемії COVID-19

здійснено за допомогою методів економіко-математичного моделювання з використанням програми Microsoft Excel. Тенденція росту кількості користувачів соціальних мереж у світі в період 01.10.2019— 01.10.2021 рр. розрахована за допомогою трендової моделі (рис. 2), де зміна показника кількості користувачів соцмереж описує поліноміальна трендова модель виду $y = 0,0006x^2 + 0,113x + 3,5088$.

Встановлено, що отримані регресійні рівняння є значущими, перевірка істотності зв'язку за F — критерієм дає змогу це стверджувати.

Таким чином, результати кореляційно-регресійного моделювання характеризують зв'язок між часткою охоплення ринку та часом. Наведені регресійні рівняння є прийнятними та рекомендовані до використання в якості трендових моделей для подальшого прогнозування. На основі результатів проведених досліджень та побудови лінії тренду росту кількості користувачів соціальних мереж у світі, здійснено прогнозування зміни тенденцій досліджуваного показника. Прогноз розраховано на 4 майбутніх квартали 2021—2022 рр. (рис. 3).

Досліджувана вище поліноміальна модель, що зображає динаміку росту кількості користувачів, достатньо достовірно характеризує тенденцію, що склалася у світі. Прогнозування тенденції найближчих 4 кварталів свідчить про подальший стрімкий ріст кількості користувачів соціальних мереж, якщо не зміниться коронавірусна ситуація. Встановлений тип динаміки показника дозволяє аналізувати та прогнозувати тенденції росту й надалі.



Рис. 4. Основні причини використання соціальних мереж в період пандемії

На основі проведеного дослідження сформовано основні причини використання соціальних мереж (рис. 4). З дослідження випливає, що найбільш вагомими причинами використання соціальних мереж є: потреба бути в контакті з друзями й сім'єю; проводити вільний час; отримувати нову інформацію; знаходити цікавий контент; бути в курсі подій.

Переважає більшість причин наведеного на рисунку 4 пов'язана із речами, які люди цілком можуть отримувати в офлайн середовищі. Оскільки в силу карантинних обмежень та контролю за їх дотриманням, що вводили різні держави світу, велика частина офлайн заходів, а саме: зустріч з друзями та родичами; покупка друкованих видань та інших непродовольчих товарів; різні розважальні цен-

три та інтерактивне дозвілля — стали повністю чи сильно обмеженими у доступності. Оскільки коронакриза сильно вдарила по економіці та доходах домогосподарств зокрема, то така перевага соцмереж, як відносна безкоштовність (смартфон та оплата інтернету) для заповнення базових соціальних потреб людей вплинула на темпи їх зростання.

Змінилася і поведінка користувачів. Якщо раніше в пріоритеті було міжособистісне спілкування, то в часи коронавірусу мережі стали вкрай потрібними ще й бізнесу — для власної промоції. Загалом минулого року близько 40% юзерів використовувало соцмережі для роботи [8]. Велика частка бізнесу перевела або ж розширила свою діяльність у соціальних мережах, в більшості це стосується діяльності яка направлена на продаж товарів, менше надання послуг. Також бізнес використовував соціальні мережі не тільки для розваг, а й для забезпечення зв'язку між працівниками, які працювали віддалено.

ВИСНОВКИ З ПРОВЕДЕНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ЦЬОМУ НАПРЯМІ

Соціальні мережі почали активно зростати після початку перших локдаунів по всьому світу, і навіть після завершення першої хвилі та початку другої продовжили нарощувати кількість користувачів. Загалом пандемія сильно вплинула на сприйняття контенту та поведінку користувачів у соціальних мережах. Як наслідок, користувачі почали більше часу проводити онлайн, стали більш критичні до гламуризованого контенту та більш доляльно ставитися до того, де все показано без перебільшень. Під час пандемії зростає кількість фейкової інформації, що в основному пов'язана саме з COVID-19 та вакцинацією. Якщо ситуація кардинально не зміниться, то впродовж наступного року кількість користувачів лише продовжить стрімко зростати.

Перспективами подальших наукових досліджень у цьому напрямі є вивчення впливу пандемії на підхід до онлайн-покупок та зміну поведінки споживачів у соціальних мережах.

Література:

1. Gettleman, Jeffrey; Schultz, Kai. Modi Orders 3-Week Total Lockdown for All 1.3 Billion Indians". The New York Times. 2020. 24 March. ISSN 0362-4331
2. Данько Ю.А. Соціальні мережі як форма сучасної комунікації: плюси і мінуси. Сучасне суспільство: політичні науки, соціологічні науки, культурологічні науки. 2012. С. 179—184.
3. Поплавський М. Соціальні мережі як культурно просвітницький ресурс. Український інформаційний простір. 2021 (І(5)), 12—27. URL: [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(5\).2020.206043](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(5).2020.206043)
4. Динник І. Соціальні мережі як засіб суспільного розвитку. Ефективність державного управління. 2017. Вип. 1 (50). Ч. 1. С. 64—69.
5. Бочко О.Ю., Кузяк В. В., Aleksandraviciute В. Дослідження ринку соціальних мереж світу. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. 2020. Вип.16. Т. I. С. 84—93.
6. Матяш Т. За 2020 рік в українських соцмережах зафіксували понад 250 тис. фейків про ковід. МКІП URL: https://lb.ua/society/2021/11/03/497724_za_2020_rik_ukrainskih_sotsmerezah.html (дата звернення: 24.10.2021).
7. Как COVID-19 меняет потребительские привычки и влияет на тенденции в eCom? Playon. URL: <https://platon.ua/ua/news/kak-covid-19-menyayet-potrebitelskie-privychki-i-vliyaet-na-tendenczii-v-ecom.html> (дата звернення: 24.10.2021).
8. Пристай Д. Онлайн 2020. Як пандемія вплинула на онлайн-користування URL: <https://hromadske.ua/posts/socmerezhi-2021-tiktok-starshaye-facebook-perevazhno-zhinochij-a-strichku-mi-gortayemo-400-miljoniv-rokiv> (дата звернення: 21.10.2021).

9. Кондратенко М. За рік карантину кількість українців у соцмережах зросла на сім мільйонів. URL: <https://www.dw.com/uk/za-rik-karantynu-kilkist-ukraintsiv-u-sotsmerezhakh-zroslo-na-sim-milioniv/a-56899697> (дата звернення: 18.10.2021).

10. Ultimate Guide to Onlyfans. URL: <https://influencermarketinghub.com/glossary/onlyfans/> (дата звернення: 24.10.2021).

11. Social media users pass the 4.5 billion mark. URL: <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/10/social-media-users-pass-the-4-5-billion-mark/> (дата звернення: 14.10.2021).

12. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview> (дата звернення: 24.10.2021).

13. Пандемія і соціальні мережі: що змінилось у 2020-му? URL: <https://www.prostir.ua/?kb=pandemiya-i-sotsialni-merezhi-scho-zminylosya-u-2020-mu> (дата звернення: 24.10.2021).

References:

1. Gettleman, J. and Schultz, K. (2020), "Modi Orders 3-Week Total Lockdown for All 1.3 Billion Indians", The New York Times, vol. 24 March. ISSN 0362-4331
2. Danko, Y. (2012), "Social networks as a form of modern communication: pros and cons", *Suchasne suspil'stvo: politychni nauky, sotsiolohichni nauky, kul'turolohichni nauky*, pp. 179—184.
3. Poplavskiy, M. (2021), "Social networks as a culturally educational resource", *Ukrains'kyj informatsijnyj prostir*, vol. 1 (5), pp. 12—27.
4. Dynnyk, I. (2017), "Social networks as a means of social development", *Efektivnist' derzhavnoho upravlinnia*, vol. 1 (50), no. 1, pp. 64—69.
5. Bochko, O., Kuziak, V. and Aleksandraviciute, B. (2020), "Investigation of the global social networking market", *Aktual'ni problemy rozvytku ekonomiky rehionu*, vol. 16, pp. 84—93.
6. Matyash, T. (2021), "In 2020, more than 250,000 fakes about COVID were revealed in Ukrainian social networks", *МКІП*, available at: https://lb.ua/society/2021/11/03/497724_za_2020_rik_ukrainskih_sotsmerezah.html (Accessed 24 October 2021).
7. Playon (2021), "How is COVID-19 changing consumer habits and affecting trends in eCom?", available at: <https://platon.ua/ua/news/kak-covid-19-menyayet-potrebitelskie-privychki-i-vliyaet-na-tendenczii-v-ecom.html> (Accessed 24 October 2021).
8. Prystai, D. (2021), "Online 2020. How the pandemic affected online use", available at: <https://hromadske.ua/posts/socmerezhi-2021-tiktok-starshaye-facebook-perevazhno-zhinochij-a-strichku-mi-gortayemo-400-miljoniv-rokiv> (Accessed 21 October 2021).
9. Kondratenko, M. (2021), "During the year of quarantine, the number of Ukrainians on social networks increased by seven million", available at: <https://www.dw.com/uk/za-rik-karantynu-kilkist-ukraintsiv-u-sotsmerezhakh-zroslo-na-sim-milioniv/a-56899697> (Accessed 18 October 2021).
10. Influencer Marketing Hub (2021), "Ultimate Guide to Onlyfans", available at: <https://influencermarketinghub.com/glossary/onlyfans/> (Accessed 24 October 2021).
11. We Are Social (2021), "Social media users pass the 4.5 billion mark", available at: <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/10/social-media-users-pass-the-4-5-billion-mark/> (Accessed 14 October 2021).
12. Datareportal (2020), "Digital 2020: global digital overview", available at: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview> (Accessed 24 October 2021).
13. Public space (2020), "Pandemic and social media: what has changed in 2020?", available at: <https://www.prostir.ua/?kb=pandemiya-i-sotsialni-merezhi-scho-zminylosya-u-2020-mu> (Accessed 24 October 2021).

Стаття надійшла до редакції 11.11.2021 р.