

**Е.Г. Матюшонок**

*Научный руководитель — кандидат экономических наук Р.П. Валевич  
БГЭУ (Минск)*

## **СОЦИАЛЬНАЯ СЕТЬ — ИСТОЧНИК ПРОДВИЖЕНИЯ БИЗНЕСА**

Поиск новых инновационных рыночных ниш обеспечивает становление и развитие традиционного и нового бизнеса. В решении этой задачи большую помощь оказывает информационная революция, которая подтолкнула к созданию цифровой экономики.

В настоящее время социальные сети становятся не только поставщиком развлекательной информации, но в первую очередь источником продвижения бизнеса. Правомерность такого вывода была проверена по материалам использования возможностей социальных сетей для развития бизнеса на примере свадебного салона *Fiamma*, который имеет собственный торговый объект, находится в городе Береза. Свадебный салон был открыт 25 февраля 2019 г. Город Береза насчитывает небольшое количество конкурентов, поэтому была поставлена задача изучить возможности получения конкурентных преимуществ среди имеющихся свадебных салонов города с целью обеспечения большей доли рынка. Для этого были созданы аккаунты в социальных сетях и использованы различные инструменты и возможности социальных сетей для того, чтобы расширить клиентскую базу салона и выявить, будет ли это способствовать увеличению выручки в салоне.

Оценка эффективности размещения информации о салоне проведена по пяти критериям на примере социальных сетей Instagram, ВКонтакте, Одноклассники. Было проанализировано пять критериев и выставлены экспертные оценки по результатам исследования.

Для подтверждения правильности выводов о значимости и интересе социальных сетей у пользователей дополнительно было проведено анкетирование среди студентов 2–4 курсов факультета коммерции и туристической индустрии. По результатам анкетирования студенты также считают, что наиболее эффективной социальной сетью для развития бизнеса является Instagram, 2-я позиция — ВКонтакте, 3-я позиция — Одноклассники (см. таблицу).

Итоговая таблица экспертной оценки значимости социальных сетей

Критерий оценки	Instagram	ВКонтакте	Одноклассники
1	2	3	4
1. Количество подписчиков	5	4	2
2. Участие в розыгрышах	5	0	0
3. Обратная связь с клиентами (скорость ответа)	4	0	3

Окончание табл.

1	2	3	4
4. Количество людей, которые откликнулись сами	4	3	2
5. Возможности интерфейса	5	4	3
Итого	23	11	10

С помощью системы поддержки принятия решений Assistant Choice был проведен контроль достоверности полученных результатов с учетом весовых коэффициентов, предоставленных по степени значимости и важности критериев. Было выявлено некоторое расхождение с результатами экспертных оценок и опроса студентов. На 2-м месте оказалась социальная сеть Одноклассники, а не ВКонтакте, но социальная сеть Instagram по результатам работы программы и экспертных оценок, опроса студентов по-прежнему является наиболее эффективной для ведения бизнеса.

Таким образом, мы рекомендуем при выборе социальной сети проводить экспертные оценки и использовать систему поддержки принятия решений.

И все же главным критерием эффективности использования социальных сетей для продвижения бизнеса является продажи товаров, которые выросли после создания аккаунтов свадебного салона на 10–12 %.

Следовательно, используя возможности социальных сетей для продвижения своего бизнеса можно увеличить рост продаж, привлечь большее количество и тем самым увеличить долю рынка.

**О.А. Моисеенко**

*Научный руководитель — кандидат технических наук А.Н. Лилишенцева  
БГЭУ (Минск)*

## **РАЗРАБОТКА МЕТОДИЧЕСКИХ РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО УСТАНОВКЕ ПОДЛИННОСТИ ЦИТРУСОВЫХ СОКОВ**

Сегодня одновременно с наличием широкого ассортимента соков на современном рынке достаточно сложно провести их идентификацию и предупредить фальсификацию. Возникает необходимость в усилении контроля за качеством соковой продукции и разработке критериев подлинности соков.

Среди многочисленных показателей, характерных для анализа подлинности цитрусовых соков, можно выделить следующие: растворимые сухие вещества, кислотность, редуцирующие сахара (глюкоза, фруктоза), формольное число, показатели Brix и Ratio, содержание ниригина и гесперидина, содержание растворимых и нерастворимых волокон и оксиметилфурфуrolа.