ПРИМЕНЕНИЕ И РОЛЬ НОВЫХ БИЗНЕС МОДЕЛЕЙ ЧЕРЕЗ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

Алина ГРИЧАННЫЙ

CZU: 005.511:004.738.5 danilcov.alina@gmail.com

The relevance of my research is driven by the rapid development of the digital economy and the increasing role of social networks in business. Many enterprises are re-evaluating their business processes and integrating commercial activities online. This is particularly relevant for companies seeking to enhance their competitiveness and adapt to changes in the business environment.

Применение и роль новых бизнес моделей через социальные сети является актуальной темой в условиях стремительного развития цифровой экономики и увеличения роли социальных сетей в бизнесе. Это особенно важно для предприятий, стремящихся повысить свою конкурентоспособность и адаптироваться к изменениям в деловой среде.

Множество ученых и практиков предложили различные определения бизнес-моделей, что позволяет глубже понять механизмы создания и извлечения ценности.

Рассмотрение различных определений бизнес-моделей от Адриана Сливоцкого, Генри Чесбро и Дэвида Дж. Тиза позволяет глубже понять, как различные аспекты деятельности компании интегрируются в стратегию, направленную на создание и извлечение ценности.

- **Адриан Сливоцкий (1996):** Определяет бизнес-модель как способ, которым компания уникально организует свою деятельность, определяет целевую аудиторию, формулирует и уточняет предложения, распределяет капитал, ставит задачи и создает ценность для покупателей, извлекая прибыль.
- **Генри Чесбро (2006):** Бизнес-модель представляет собой способ, используемый компанией для создания ценности и получения прибыли.
- **Дэвид Дж. Тиз (2010):** Бизнес-модель - это модель, которая определяет способ создания ценности для потребителя, привлекает их к приобретению продукта и получает прибыль.
- **Крис Зотт и Рафи Амит (2010):** Бизнес-модель - это система взаимосвязанных видов деятельности, реализуемых внутри и за пределами предприятия, создающая ценность для компании и ее партнеров.
- **Александр Шаталов (2010):** Бизнес-модель - совокупность стратегических решений, формулирующих способ ведения бизнеса и создание ценности в рамках сети создания ценностей.

Одним из ярких примеров успешного применения новых бизнес моделей через социальные сети является компания S.A. “Viorica COSMETIC”.

Компания S.A. “Viorica COSMETIC” производит косметику с 1989 года. В 2022 году рентабельность продаж увеличилась на 32 процентных пункта благодаря повышению валовой прибыли, снижению себестоимости продукции и росту доходов от продаж. Активное использование социальных сетей также способствовало увеличению доходов. Основные экономические и финансовые показатели: В период 2020-2022 годов отмечается тенденция роста основных показателей, указывающих на финансовую устойчивость компании. В 2022 году доходы от продаж увеличились на 129%.

S.A. “Viorica COSMETIC” **а**ктивно использует социальные сети для продвижения своей продукции, включая страницы в Instagram, Facebook и собственный сайт. Социальные сети помогают привлекать внимание пользователей через полезный контент, конкурсы и акции.

Анализ заказов: В 2022-2024 годах количество заказов, совершенных через социальные сети, значительно возросло в Молдове и Румынии. Это подчеркивает важность оптимизации системы онлайн-продаж. Анкетирование среди клиентов компании показало, что 60% респондентов предпочли бы покупки через социальные сети, но система онлайн-продаж требует улучшений.

Необходимо модернизировать бизнес-модель с использованием чат-ботов и искусственного интеллекта.

Для улучшения эффективности онлайн-продаж предлагается:

- Внедрение чат-ботов для автоматизации взаимодействия с клиентами.
- Усиление таргетированной рекламы для точного нацеливания на потенциальных клиентов.
- Использование новых социальных сетей: Активное присутствие в таких платформах, как TikTok и Pinterest, для привлечения новой аудитории.
- Оптимизация контент-маркетинга: Создание интересного и полезного контента для увеличения вовлеченности пользователей и повышения их лояльности.

Преимущества онлайн-продаж:

- Низкие затраты на склады и помещения.
- Широкие возможности визуализации.
- Оперативная обратная связь.
- Круглосуточные продажи.

Недостатки онлайн-продаж:

- Высокие затраты на разработку системы.
- Сложность в определении целевой аудитории.
- Необходимость круглосуточного мониторинга.

Этапы внедрения бизнес-модели:

1. Развитие страниц в социальных сетях Facebook, Instagram, TikTok, Pinterest и 2Performant.

2. Разработка интегрированной системы онлайн-инструментов для организации онлайн-продаж.
3. Развитие перспективных возможностей по совершенствованию онлайн-продаж

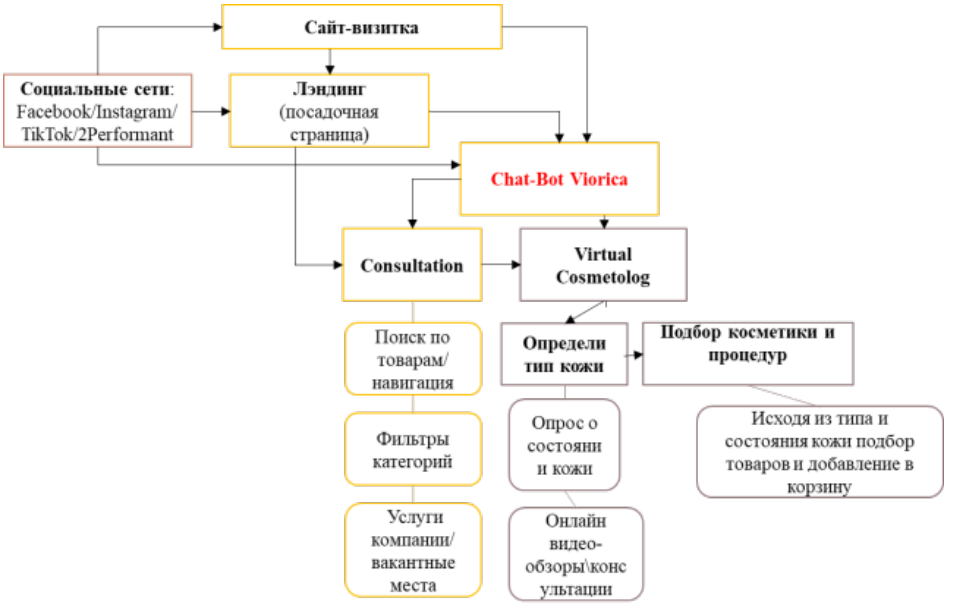


Рис.1 «Этапы внедрения бизнес-модели»

Социальные сети являются ключевым инструментом для бизнеса, увеличивая доходы за счет расширения аудитории. Рекомендуется активизировать деятельность в новых социальных сетях, развивать контент-маркетинг и внедрять чат-ботов для улучшения обслуживания клиентов.

Литература:

1. ЗОЛОТУХИНА, Е.Б., КРАСНИКОВА, С.А., ВИШНЯ, А.С. *Моделирование бизнес-процессов*. -М.: Курс: Инфра-М, 2017. – 79 с
2. СЕРГЕЕВА, О. Ю. и др. *Цифровая трансформация бизнеса* //Евразийский юридический журнал. – 2019. – №. 11.
3. ЧАЙКОВСКИЙ, А. А. *Использование стратегии клиентоориентированности, как конкурентного преимущества предприятия на рынке b2b 2020 год*

Recomandat
***Marian JALENCU**, dr., conf. univ.*