

## ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

**Введение.** В современном мире социальные сети активно используются в деловых целях при общении с клиентами и продвижении новых продуктов или услуг. Поскольку между коммуникациями и продвижением существует прямая связь, социальные сети легко интегрировались в маркетинговую сферу. Массовый рост использования социальных сетей влияет на поведение потребителей. Например, появилась возможность консультироваться друг с другом, что повлияло на отношения между потребителем и брендом, причем потребитель находится в более выгодном положении. Социальные сети повлияли на маркетинг, изменив способы, которыми потребители делятся, оценивают и выбирают информацию. В данной статье описаны основные изменения в поведении потребителей с активным развитием социальных сетей.

**Основная часть.** Мы живем в динамическом мире, который каждый день меняется. Если еще несколько десятков лет назад человеку особо не приходилось выбирать марку молока, то теперь глаза разбегаются от разнообразного выбора. Современный покупатель погружен в необъятное море товаров и марок. Раньше, чтоб достучаться до потребителей, компании использовали традиционные СМИ: реклама в телевизорах, на радио, в газетах. За последние 30 лет все изменилось. Люди больше не хотят пассивно слушать то, что им навязывают бренды. Благодаря социальным сетям, покупатели стали проявлять большую активность при поиске товаров. Они ищут информацию, сравнивают цены, им тяжело угодить — у них появился выбор, всегда можно найти другой бренд. Поэтому важно, чтобы организации существовали не только в физическом, но и в виртуальном мире.

Широкое распространение социальных сетей позволяет компаниям сохранять свои позиции на интернет-площадках, продвигая свои продукты, находя новые способы взаимодействия с клиентами.

Одной из основных причин, по которой социальные сети имеют такую огромную силу в влиянии на предпочтения клиента, является его способность создавать тенденции и вирусные ощущения. Например, один пост или видео, которое станет вирусным на таких платформах, как TikTok, может мгновенно катапультировать продукт или бренд в центр внимания, что делает его разговором о городе. Этот вирусный эффект может привести к значительному увеличению интереса и спроса клиентов, в конечном итоге формирует их предпочтения и влияет на их решения о покупке.

Также социальные сети предоставляют клиентам платформу, чтобы высказать свое мнение и поделиться своим опытом с другими. Благодаря обзорам, комментариям и сгенерированным пользователями контента люди имеют право влиять на решения о покупке своих сверстников.

Другим важным аспектом влияния социальных сетей на предпочтения клиентов является сила влиятельных лиц и блогеров, рекламирующих тот или иной бренд. Это люди, накопившие большое количество подписчиков в социальных сетях, обладают способностью повлиять на мнения и предпочтения своих подписчиков. Одобряя продукт или услугу, влиятельные лица могут создать чувство доверия и доверия, что заставило своих последователей разработать предпочтение бренду, которую они продвигают. Это явление породило маркетинг влияния, где компании сотрудничают с влиятельными лицами, чтобы использовать свое влияние и охватить более широкую аудиторию.

В 2024 году более пяти миллиардов людей в мире используют соцсети — это примерно 62,6 % населения Земли. С каждым годом число людей, пользующихся соцсетями, увеличивается. Так, за последний год их количество выросло на 5,7 %, а с 2017 года на 89,4 % [1].

В апреле 2024 года социальными сетями пользовались 62,6 % населения Земли, то есть примерно каждый шестой человек.

Самой популярной социальной сетью в мире является Facebook, которая в 2024 году насчитывает более 3 млрд активных пользователей в месяц (рисунок 1) [1].

На втором месте YouTube (2,5 млрд пользователей). Третье место — Instagram (2 млрд), четвертое — WhatsApp (2 млрд) и на пятом месте TikTok (1,5 млрд) [2].

Самые популярные типы контента в социальных сетях — это короткие видеоролики (66 %), изображения (61 %), прямые эфиры (37 %), GIF-изображения и мемы (32 %), а также текстовые посты (32 %) и авторский контент (26 %).

В Китае более 1 млрд человек пользуются социальными сетями. По прогнозам, к 2027 году это число вырастет до 1,21 млрд (рисунок 2).

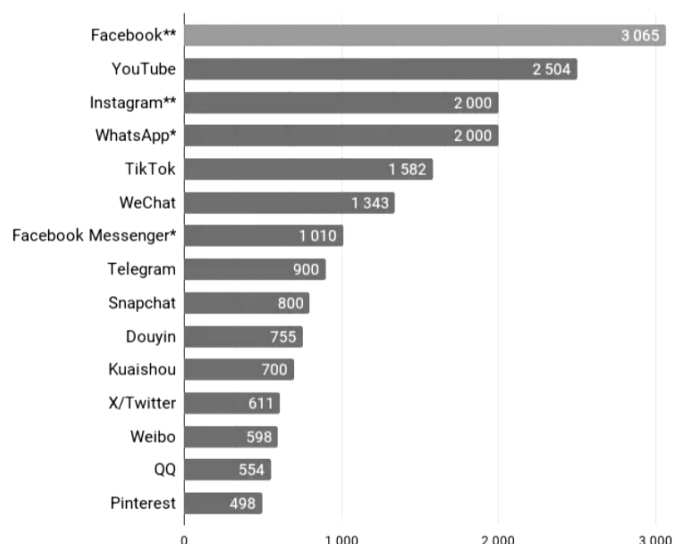


Рисунок 1 — Самые популярные соц. сети в мире на 2024 г.

Индия занимает второе место в мире по количеству пользователей социальных сетей — 755 млн человек. За ней следуют США и Индонезия с 302 и 217 млн пользователей соответственно. На пятом месте — Бразилия со 165 млн пользователей.

Россия занимает 6-е место по количеству пользователей соцсетей [3].

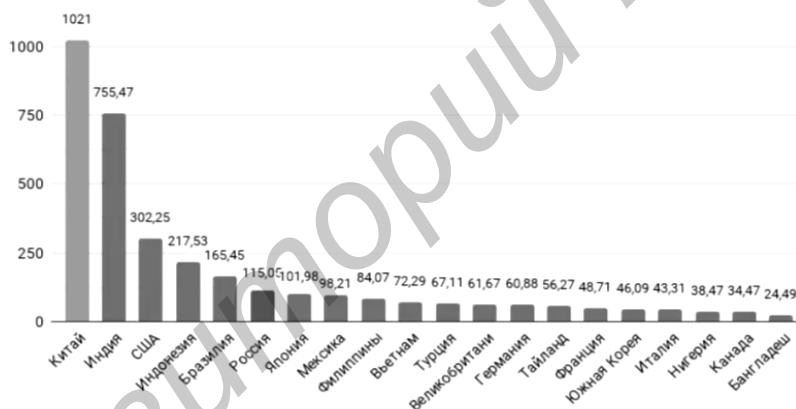


Рисунок 2 — Страны с наибольшим количеством пользователей

В социальных сетях 53,6 % пользователей — мужчины, 46,4 % — женщины.

Таким образом, количество пользователей социальных сетей среди мужчин составляет примерно 2,64 млрд, а среди женщин — 2,25 млрд.

Facebook, гигант социальных сетей, объединяющий людей по всему миру, добился огромного успеха за свою 13-летнюю историю.

Его доходы неуклонно растут в течение последних нескольких лет. В 2019 году общий доход компании составил 70,7 млрд долларов, что на 27 % больше, чем в 2018 году.

Рекламные и другие сборы составили 98 % от общего дохода в 2019 году, а остальные 2 % поступили от платежей и других источников. Из этого рекламного дохода 87 % приходится на мобильную рекламу по сравнению с 84 % в 2018 году [4].

Основным источником дохода Facebook является продажа рекламных мест на различных платформах, включая основное приложение Facebook, Instagram и Messenger.

Собственный доход YouTube быстро рос. Google купила YouTube в 2006 году за 1,65 миллиарда долларов. В 2010 году выручка компании достигла 800 миллионов долларов, а к 2020 году выручка выросла до 19,8 миллиардов долларов, что составляет около 10% от общей выручки компании Alphabet (182 миллиарда долларов за этот год).

Доходы Instagram от рекламы составили 11,3 миллиарда долларов в 2018 году, 17,9 миллиарда долларов в 2019 году, 22 миллиарда долларов в 2020 году, 32,4 миллиарда долларов в 2021 году и 16,5 миллиарда долларов в первой половине 2022 года [5].

**Заключение.** Благодаря социальным сетям компании могут легко донести информацию о своих продуктах и брендах до широкой аудитории, создавать целевые рекламные кампании и взаимодействовать с клиентами.

Социальные сети существенно влияют на принятие потребителями решений о покупках, формировании их предпочтений и лояльности к брендам. Поэтому компаниям важно учитывать этот фактор при разработке маркетинговых стратегий и взаимодействии с аудиторией.

#### Список цитируемых источников

1. Статистика социальных сетей в мире (сентябрь 2024) : [сайт]. — URL: <https://inclient.ru> (дата обращения 28.09.2024).
2. Самые популярные социальные сети в мире по состоянию на апрель 2024 года, по количеству активных пользователей в месяц потребителя : [сайт]. — URL: <https://www.statista.com> (дата обращения 28.09.2024).
3. Сколько людей пользуются социальными сетями (статистика 2024 года) : [сайт]. — URL: <https://www.demandsage.com> (дата обращения 28.09.2024).
4. Статистика доходов и использования Facebook за 2024 год: конкурентные тенденции, которые вам нужно знать : [сайт]. — URL: <https://digixxe.com> (дата обращения 28.09.2024).
5. Как Instagram зарабатывает деньги : [сайт]. — URL: <https://www.investopedia.com> (дата обращения 28.09.2024).

УДК 004.9

Д. В. Гордич

*Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи, Республика Беларусь*

*Научный руководитель  
А. И. Калько*

### МОДЕЛИРОВАНИЕ ЛОГИЧЕСКОЙ ИГРОВОЙ ПРОГРАММЫ «BRAIN BUSTERS» СРЕДСТВАМИ VISUAL STUDIO C++

**Введение.** Компьютер служит помощником в решении задач и развлечением. Игровая индустрия активно развивается уже полвека, притягивая внимание к разработке игровых вселенных, их проектированию и реализации. Актуальность данной курсовой работы заключается в возможности попробовать свои силы в этой сфере.

Цель работы — разработка логической игры «Brain Busters» или «Угадай слово». Задача — освоить возможности Visual Studio C++ для создания игр.

Visual Studio C++ — это наиболее продвинутая визуальная среда для быстрой разработки на C++ под Windows, содержащая около 200 компонентов, что облегчает создание программ. В работе использовалась именно эта среда [1].

Visual Studio интегрирует Палитру компонентов, разделённую на функциональные группы, и предлагает библиотеку из более чем 100 повторно используемых визуальных компонентов, которые можно перетаскивать на форму. Кроме стандартных элементов управления Windows, библиотека включает новые компоненты для диалогов и работы с базами данных [2].

Уникальное сочетание удобства разработки пользовательских интерфейсов и компонентной архитектуры упрощает программирование в Visual Studio [3].

**Основная часть.** Компьютер выбирает случайное слово из списка, добавляет в него несколько случайных букв меняет буквы местами и выводит на экран. Задача игрока — угадать слово за наименьшее время. Игра должна содержать меню, используя которое можно:

- 1) устанавливать уровень сложности в зависимости от длины слова (до 5 букв лёгкий, до 8 средний, больше 8 тяжёлый);
- 2) ознакомиться с правилами игры получить основную информацию о программе;
- 3) таблица рекордов.

Для начала определим главную часть программы «Brain Busters», которая заключается в угадывании слова, которое изменяется с помощью компьютера. Логично предположить, что сначала игроку будет тяжело втянуться в процесс, поэтому форм, в которых угадываются слова будет 3, конечно же, каждая из них соответствует своему уровню сложности. Так же в каждой новой форме добавляется новый усложняющий игру фактор, а именно: добавление букв или символов в слово, таймер.

Программа позволяет угадывать заранее записанные в файл слова с последующей зашифровкой их, путём преобразований изнутри и добавлении ложных символов (в зависимости от уровня сложности). Основной функционал достаточно прост, он состоит из текстовых полей и кнопок, отслеживающих результата.

Преобразование слов и их последующее разгадывание достаточно интересный процесс. Сначала мы должны вызвать случайное число, чтобы после из файла достать то слово, что соответствует этому числу, после мы благодаря библиотеке IO указываем имя файла:

“WordSpisok.txt” — текстовый файл, где хранятся слова, которые в будущем нужно будет угадывать игроку.