

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра экономической теории
и национальной экономики

Социальные сети как среда предпринимательской деятельности
АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студента(ки) 5 курса 561 группы
направления (специальности) 38.03.01 Экономика
профиль «Экономика предпринимательства»
экономического факультета
Джабраилова Майсарат Наримановна

Научный руководитель

д.э.н., профессор

должность, уч. степень, уч. звание

дата, подпись

Н. Г. Барашов

инициалы, фамилия

Заведующий кафедрой

к.э.н., доцент

должность, уч. степень, уч. звание

дата, подпись

Е.В. Огурцова

инициалы, фамилия

Саратов 2025 год

Введение. На современном этапе развития общества и экономики актуально и эффективно занимает место все больше и больше социальные сети. Еще пару лет назад через социальные сети открыть бизнес, продвинуть свой бренд, зарабатывать на рекламе и так далее было достаточно легко в сравнении с ситуацией на данный год. Внедрения технических средств и информационных технологий во все сферы жизни общества предоставляют новые возможности, повышение эффективности (в любой сфере) и расширение инструментария в продвижении бизнеса.

Работа через социальные сети сейчас очень распространена. Однако она не изучена до конца, это достаточно новый метод продвижения бизнеса в целом. Возникает ряд трудностей с подбором форм и методов продвижения бизнеса, но при этом информация оптимизируется, и появляются новые технологии и методы продвижения. То есть эта та сфера, которая на данный момент актуальна и интересна в изучении.

С февраля 2022 года в общественно-политической жизни Российской Федерации наблюдаются изменения, которые оказывают значительное влияние, в том числе, и на способы продвижения бизнеса. В марте 2022 года организация Meta, к которой относятся Instagram и Facebook была признана экстремистской, что повлекло за собой полное приостановление коммерческой и рекламной деятельности на указанных платформах для российских пользователей. По данным мониторинговой системы Brand Analytics в Instagram замечены самые большие оттоки: в период с 24.02.2022 по 24.03.2022 –30 % по контенту и –31 % по числу авторов. Facebook был менее популярен в РФ, поэтому после его блокировки «потери» оказались меньше.

В современном мире сложно представить организацию, которую не смогли бы найти через интернет, и которой не было в одной (или всех сразу) социальной сети. Мнение потенциального клиента о компании формируется еще до прямого контакта с ней. Любому бизнесу важно создать такие условия для коммуникации с клиентом, что бы ему понравилось еще до его взаимодействия с компанией.

Актуальность настоящего исследования заключается в необходимости использования социальной сети в предпринимательстве для поиска рабочих, эффективных инструментов и продвижения бизнеса на территории Российской Федерации и не только.

Методические вопросы процессов внедрения социальных сетей в предпринимательство были широко освещены в работах Бекетов Н.В., Гербер М.Э., Кудинов А., Наместникова И.В., Рекхем Нилл, Сенаторов А., Томас Кеглер, Третьяк О.А., Филл Барден, Щербаков С.

Целью работы является изучение социальной сети как среда предпринимательской деятельности, и понять, как управлять бизнесом в ней.

В соответствии с поставленной целью решаются следующие задачи:

— Изучить теоретические аспекты социальной сети в предпринимательской деятельности, проанализировать виды и особенности российских социальных сетей;

— Изучить социальную сеть как ведение бизнеса, рассмотреть современный подход к управлению бизнеса в сети;

— Изучить применение социальной сети в «KATERINA.ACCESSORIES» и предоставить рекомендации по их продвижению.

Объект исследования является социальные сети как среда предпринимательской деятельности.

Предмет исследования является экономическое отношение, возникающие в процессе развития и продвижения предпринимательства.

Структура выпускной квалификационной работы. Работа состоит из введения, двух глав, шести параграфов, заключения, списка использованных источников и приложений.

Во введении обоснованы актуальность темы исследования, излагаются цель и задачи, объекты и предметы исследований.

В первой главе «Теоретические основы исследования социальных сетей как среды предпринимательской деятельности» проводится исследование

основного понятийного аппарата данной темы, оценка состояния социальных сетей в предпринимательстве. Изучены основные виды и история возникновения социальных сетей, а так же какие есть особенности социальных сетей в России.

Исследование различных трактовок основополагающего понятия позволило выявить наиболее полное – социальные сети – это огромная площадка в интернете, которая позволяет общаться и обмениваться информацией географически не ограничено. А так же со временем социальные сети повлияли на экономическую, политическую, социальную и другие сферы.

Основное потребление социальных сетей в России предоставлено на Рисунке 1.



Рисунок 1. Потребление социальных сетей в России.
Источник: [https://mediascope.net/]

Динамика основных социальных сетей указывает на то, что огромное количество человек любым способом, но зарегистрировано на просторах интернета. И с каждым годом пользователей станет еще больше, так как все больше предпринимателей будут задействованы в социальных сетях.

Существуют два важных аспекта исследования сетей с точки зрения экономиста. Первый – это понимание того, как структура сети влияет на экономическую активность. Приведем примеры вопросов, рассмотренных в литературе: 1) какова роль социальных сетей в распространении информации о

заработной плате и занятости; 2) как условия торговли в сетевых рынках зависят от структуры сети и по сравнению с централизованными рынками; 3) каким образом образование и другие проблемы формирования человеческого капитала изменяются под влиянием социальной сети; 4) будут ли сети эффективными с точки зрения их последствий для экономической деятельности. Вторым важным аспектом исследования сетей с точки зрения экономиста является то, что экономические инструменты очень полезны при анализе как формирование сети, так и исследования их влияния, и эти инструменты могут дополнять друг друга из многих других дисциплин, которые также изучают социальные сети.

Социальные сети также играют роль при передаче информации работникам о специфике различных возможности трудоустройства, а также передаче информации фирмам о потенциальном присутствии в сети различных работников, что значительно упрощает трудоустройство и для работодателей, и для претендентов на различные должности. Эта роль относится не только к рынкам труда, но и к широкому спектру рынков, так как большинство товаров и услуг подразумевают некоторую неоднородность как с точки зрения того, что поставляется, так и что востребовано. Кроме того, это не единственная роль, которую играют сети в труде и на других рынках помогают смягчить ряд проблем, связанных с моральным риском и неблагоприятным выбором, и, таким образом, наряду с долгосрочными экономическими отношениями с известными партнерами могут доминировать краткосрочные анонимные транзакции.

С развитием компьютерной сети Интернет развитие событий резко ускорилось, масштабы увеличились, а социально-экономические проблемы возросли. К сожалению, официальных научных публикаций в данной области очень немного, изучаются лишь отдельные аспекты влияния Интернет на экономику, а экономические вопросы функционирования социальных сетей остаются неисследованными. Проблема заключается в бурном развитии социальных сетей, неуправляемом росте числа зарегистрированных активных

участников, как физических, так и юридических лиц. Каждая уважающая себя фирма или организация считает необходимым представлять себя в сети, чтобы не только идти в ногу со временем, но и более простым способом распространять свою рекламу, осуществлять другую информационную деятельность и подбирать кадры. Все большее число людей разных возрастов и социального статуса имеют свои страницы в сети, чтобы быстрее получать разнообразную информацию, расширять персональные контакты, находить сведения по интересам.

Подводя итог по главе в целом можно сказать, что социальные сети таят в себе огромный экономический потенциал, который постоянно возрастает с включением новых пользователей в сеть. Каждый участник сети является распространителем и получателем экономической информации, формирует спрос и предложение на определенные виды товаров и услуг, создает свои группы, в которых участники доверяют получаемой информации. Благодаря распространению научной информации происходит обучение пользователей сети, возрастает суммарный человеческий и интеллектуальный капитал общества. Следует выделить институциональную функцию социальных сетей, формирующих экономическое поведение.

Во второй главе рассмотрена социальная сеть как ведение бизнеса «ВКонтакте». В целом управление бизнесом это тяжёлый бизнес процесс, но благодаря социальным сетям и развитием некоторых платформ для анализа – это становится более комфортным для бизнеса.

Разберем основные плюсы предпринимательства в социальной сети «Вконатке»:

- Сама аудитория сети велика и почти достигла 100 млн. активных пользователей в месяц по данным 2020 г.
- ВК притягивает людей разных возрастов и взглядов, что в отличие от Одноклассников, где львиная доля пользователей женщины старшего поколения, позволяет продвигать любое направление бизнеса.

— Многие пользователи Вконтакте буквально живут внутри сообщества – ищут информацию и делают покупки, не переходя к внешним сайтам. Следствием этого является уникальность целевой аудитории (мало пересекается с трафиком из поисковиков Яндекс и Google).

— Технический функционал самих групп позволяет вести не только информационные проекты, но и напрямую создавать витрины с товарами и делать продажи через специальный модуль, не вкладываясь в разработку интернет магазина на персональном сайте.

Крупные и малые предприятия могут использовать социальные сети как инструмент для повышения узнаваемости бренда, продвижения контента, взаимодействия с клиентами, генерирования потенциальных клиентов, проведения маркетинговых исследований, анализа конкурентов, получения информации о своей аудитории или сотрудничества с влиятельными лицами.

Освоить с инструменты аналитики социальных сетей компания окажется в курсе невероятных рыночных информаций. Социальные сети могут дать представление о предпочтениях, мнениях и поведении клиентов, чтобы компания могла принимать обоснованные решения о продуктах и услугах.

Конечно, важную роль в ведении бизнеса через социальную сеть представляет собой электронная коммерция. Она дает полную информацию о доставке товара или услуг, платежи по сети, позволяет осуществлять различного рода информационные и операционные обмены между субъектами рынка, дает возможность управлять процессами проведения коммерческих операций с помощью электронных средств и сетевых соединений, предприятия осуществляется уже на глобальном рынке, применяется технологии электронного обмена данными и так далее.

Какую роль все—таки играет социальная сеть в экономике? Мне кажется работа через социальные сети и работа из дома сокращает уровень безработицы в России. Численность безработных в России в январе 2023 года снизилась до 3,6% от рабочей силы, что стало минимальным значением в новейшей истории страны. При этом реальный уровень ВВП в январе по оценке министерства был

на 3,2% ниже, чем годом ранее. Сейчас на рынке труда за весь 2022 год численность безработных граждан снизилась на 445 тыс.человек (13%). В 2023 год ситуация остается стабильной.

Таблица 1. Главная статистика по социальной сети Вконтакте

Российская аудитория ВКонтакте составляет 79.5 млн человек в месяц
Ежедневно ВКонтакте посещают 53.6 млн человек
Международная аудитория ВКонтакте – 101.7 млн человек в месяц
ВКонтакте является самой популярной социальной сетью России
Аудитория ВКонтакте растет в среднем на 32% каждый год
Приложение VK занимает 5–е место в рейтинге самых популярных приложений для Android в России
ВКонтакте занимает 1–е место по потреблению социальных сетей в России
Чаще всего ВКонтакте используют жители Санкт–Петербурга
ВКонтакте наиболее популярна в России (59.4% мирового трафика), Беларуси (9.04%) и Таиланде (6.7%)
Большинство пользователей ВКонтакте используют социальные сеть с помощью мобильных устройств (67%)
Аудитория ВКонтакте в России превышает аудиторию Telegram на 70.24%
Пользователи ВКонтакте смотрят 2.41 млрд видео в день
ВКонтакте более 27 млн авторов и 487 млн сообщений (российская аудитория)
Основной возраст пользователей ВКонтакте – 25–34 лет
Пользователи ВКонтакте проводят в социальные сети в среднем 45.2 минуты в день
В марте 2023 стоимость компании VK года составляла 1.06 млрд долларов.

Источник: <https://inclient.ru/vk-stats/>

Во все три года показатели абсолютной ликвидности превышали нормы 0,5%. Это и не плохо и не хорошо. Так как это указывает на то, что организация платежеспособная и в любой момент может покрыть свои долги. Но так же показывает что организация неоправданно задержки в использовании высоколиквидных активов. Можем заметить, что каждым годом организация

начинает более рационально их использовать и показатели примерно к 2025 году станут придерживать нормы.

По показателям текущей активности видим, что организация платежеспособная и останется такой в долгой перспективе. Стоит заметить, что в 2020 году показатели были слишком завышены по сравнению с другими годами. Скорее всего это связано с двумя факторами: организация относительно новая, вышла на рынок с интересной идеей, закупили рекламы (или бартер) с популярными людьми и из этого вытекает второй фактор; обостренная ситуация в 2020 году связанная с Covid-19 и в сложной обстановке они решили придержать деньги при себе.

Стабильно срочная ликвидность по норме больше 1%, а это значит что организация за счет имеющихся средств может покрыть все задолженности разом, при этом на счету останутся средства на другие нужды.

Таблица 2. – Затраты на мероприятия проводимые в организации «katerina.accessories»

Затраты мероприятий по увеличению эффективности организации «katerina.accessories»	
Перечень мероприятий	Затраты тыс.руб
Обеспечить персонал новым необходимым оборудованием	700 000
Повышение квалификации и обучением смежных специальностей	150 000
Постановка целей и анализ эффективности	50 000
Запуск партнерских программ и «сарафанное радио»	60 000
Предложенный бесплатный товар	20 000
Рассылка	5 000
Контент к праздникам	5 000

Источник: собственная разработка на основе изучения предприятия «katerina.accessories»

По всем проведенным мероприятиям видно, что организация имеет классифицированных специалистов, которая держит компанию на эффективном продвижении. Где в целом видно, как социальные сети напрямую влияют на компанию, как в финансовом положении так и в своем становлении как бренда.

Вывод из второй главы можно заключить такой, что социальная сеть в современном мире это не только средство для общения, но и для эффективности любого предприятия как частного так и государственного. Развитие социальной индустрии не стоит на месте, каждый день появляются новые способы и методы продвижения, новые форматы коммуникаций. И изучить данную тему в полном объеме достаточно трудно, так как это исследований очень мало, все они только в начале пути исследования.

Заключение. Таким образом, в результате проведенного анализа, была раскрыта проблема социальных сетей в предпринимательстве. В ходе исследования был проанализирован предприниматель в социальной сети, который показал, что в России активно развивают новый формат и исследуют новые формы введение управления бизнесом через социальную сеть.

Интернет маркетинг с каждым годом развивается все быстрее и эффективнее. Появляется огромное количество возможностей продвижения через социальные сети и ведение бизнеса в социальных сетях. Все больше и больше людей по всему миру погружаются в виртуальную сеть, модернизируют все что только можно через интернет. Это становится неотъемлемой частью жизни каждого из нас.

И конечно же, появление предпринимательства в различных социальных сетях становится нереальным большим количеством. Каждый может зайти со своей идеей, но не каждый может дойти до той цели которой хотели достичь. Именно поэтому сейчас сфера удаленной работы становится больше, для этого есть профессии, которые помогут в развитии и понимание какие ошибки были допущены. Не обязательно делать команду – можно найти всю информацию в интернете. Есть блоги полезные для бизнеса: как выйти на доход Вконтакте, как

выйти на маркетплейсы или как стать менеджером, как стать дизайнером или копирайтером итак далее.

Внедрения технических средств и информационных технологий во все сферы жизни общества предоставляют новые возможности, повышение эффективности (в любой сфере) и расширение инструментария в продвижении бизнеса.

Работа через социальные сети сейчас очень распространена. Однако она не изучена до конца, это достаточно новый метод продвижения бизнеса в целом. Возникает ряд трудностей с подбором форм и методов продвижения бизнеса, но при этом информация оптимизируется, и появляются новые технологии и методы продвижения. То есть эта та сфера, которая на данный момент актуальна и интересна в изучении.

На основании ВКР мы уже узнали в чем состоит актуальность в необходимости использования социальной сети в предпринимательстве для поиска рабочих, эффективных инструментов и продвижения бизнеса на территории Российской Федерации и не только.

Проработали социальные сети как среда предпринимательской деятельности, и поняли, как управлять бизнесом в ней.

В соответствии с поставленной целью решили следующие задачи:

— Изучили теоретические аспекты социальной сети в предпринимательской деятельности, проанализировать виды и особенности российских социальных сетей;

— Изучили социальную сеть как ведение бизнеса, рассмотреть современный подход к управлению бизнеса в сети;

— Изучили применение социальной сети в «KATERINA.ACCESSORIES» и предоставили рекомендации по их продвижению.

В итоге социальная сеть для предпринимательства дает огромный спектр решений по определённым проблемам, дает возможность грамотно подойти к продвижению и построить доверительные отношения с потребителями.

