

ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ІНТЕРНЕТ-МЕРЕЖІ З МЕТОЮ ПРОЕКТУВАННЯ ТА АНАЛІЗУ СОЦІАЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Редько Н.С.,

Київський університет імені Бориса Грінченка, м. Київ

Сьогодні процес глобалізації та розвитку економіки світу привели не тільки до популярності та застосування Інтернету в усіх сферах життя людей, а зробили його незамінним у сучасному бізнесі.

Інтенсивність спілкування в Інтернеті зростає досить динамічно. Інтернет — це інструмент ведення маркетингу, бізнесу та реклами, тому кожна корпоративна компанія має свій сайт.

Веденням маркетингу через Інтернет це абсолютно новий вид бізнесу, що застосовує традиційні та нові види інструментів для задоволення потреб споживачів задля отримання прибутку чи інших матеріальних благ.

Основною метою соціального бізнесу є задоволення потреб суспільства у важливих питаннях. Соціальний бізнес використовує властиві бізнесменам пристрасть, винахідливість, новаторство, завзятість, здатність планувати і обходитися малими ресурсами, а також орієнтованість на зростання для вирішення найбільш нагальних суспільних проблем.

Борнштейн вказує на кілька ключових змін, завдяки яким з'явилося соціальне підприємництво як явище:

- глобальне поліпшення добробуту і, відповідно, розширення середнього класу й зростання достатку, яке може використовуватися для фінансування соціальних проектів;
- зростання кількості демократичних і напівдемократичних товариств, що дозволяють своїм громадянам коригувати соціальні та екологічні помилки, що знаходяться поза сферами впливу уряду і бізнесу;
- активний розвиток нових комунікаційних технологій, що підвищило рівень обізнаності людей про глобальні суспільні проблеми та їх наслідки;
- більша доступність формальної освіти в цілому і зростання кількості людей з освітою на рівні коледжу зокрема, зумовило зростання загального рівня добробуту й підвищення обізнаності;
- зникнення багатьох перешкод для активної участі у справах суспільства жінок та інших раніше соціально пригнічених груп. Як зазначає Борнштейн, «в наші дні все більше людей має свободу, час, ба-

гатство, здоров'я, соціальну мобільність і впевненість для вирішення соціальних проблем новими і сміливими способами».

Соціальне підприємництво акумулює все найкраще з бізнесу і держсектора. З одного боку, воно втілює в собі підприємницький дух приватного сектора і силу економічних ринків, що дозволяє вирішувати проблеми. З іншого — намагається виправити становище на некоректно працюючих ринках і ставить інтереси суспільства понад приватні. Тому соціальне підприємництво служить гідною альтернативою виключно комерційному або виключно державному підходу до вирішення суспільних проблем.

Оскільки маркетинг у соціальній мережі є досить популярний, то нами було обрано соціальну мережу Facebook для створення віртуального офісу фірми «Ніч не спали». Перевагами такого виду соціального бізнесу є розбудова бізнесу за допомогою ІКТ, доступ з будь-якого місця світу, відсутність статичного офісу та персоналу, що скорочує витрати на комунальні послуги тощо.

Розробка почалась із процесу проектування сторінки «Ніч не спали» за допомогою Microsoft Project Professional. Саме тут ми визначили приблизні терміни створення сторінки, обговорення дизайну та його заповнення тощо. Далі ми почали створювати «Ніч не спали» у соціальних мережах, наприклад, Google+, ВКонтакте, LinkedIn та інших. Також було створено сайт віртуальної компанії «Ніч не спали», на якому було оголошено список послуг, загальну інформацію, наведено приклади робіт.

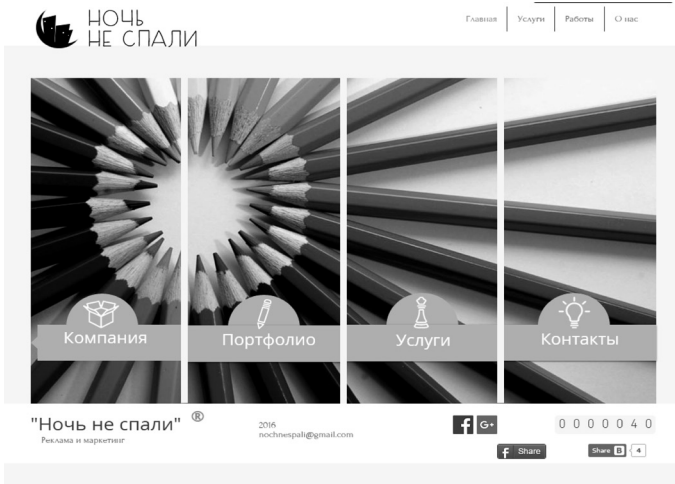


Рис. 1. Сайт студії «Ніч не спали»

Наступними кроками стали піар сторінок, проведення порівняльного дослідження та особливості поширення інформації про бізнес в Інтернеті (рис. 2).

Після цього було вивчено проблему створення електронного журналу в навчальних закладах м. Києва та почалось розроблення останнього (рис. 3).

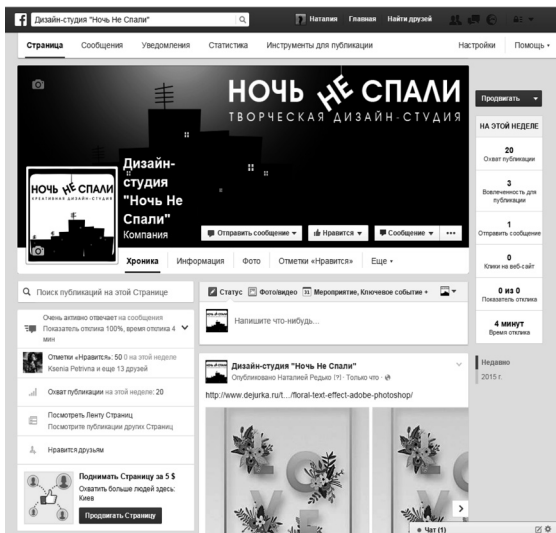


Рис. 2.
Сторінка «Ніч не спали»
на Facebook

Рис. 3.
Обкладинка журналу НВК № 240

