

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL

Infotehnoloogia teaduskond

Informaatikainstituut

Infosüsteemide õppetool

Startup projektide arendus: nende võrdlev analüüs koos mõjuga sotsiaalmajanduslike valdkonnale Facebook'i näitel.

Bakalaureusetöö

Üliõpilane: **Daniil Smirnov**

Üliõpilasrühm: **IABB 62**

Üliõpilaskood: **104241**

Juhendaja: **assistent Lea Elmik**

Autorideklaratsioon

Deklareerin, et käesolev lõputöö on minu töö tulemus ja seda ei ole kellegi teise poolt varem kaitsmisele esitatud.

.....

(kuupäev)

.....

(lõputöö kaitsja allkiri)

| | |
|---|----|
| Аннотация | 6 |
| Annotatsioon..... | 7 |
| Annotation | 8 |
| Словарь понятий и сокращений | 9 |
| Введение | 12 |
| 1. История стартапов и их развития | 13 |
| 1.1. Понятие стартапа | 14 |
| 1.1.1. Стартап как компания | 14 |
| 1.1.2. Стартап как проект..... | 19 |
| 1.2. Развитие стартапов и их законы | 21 |
| 2. Различные стартап проекты: их сравнительный анализ и влияние на социально – экономическую сферу..... | 23 |
| 2.1. Зарождение и развитие стартап проектов на примере Facebook..... | 23 |
| 2.1.1. История Facebook..... | 23 |
| 2.1.2 Быстрый взлет | 25 |
| 2.2. Сравнение таких стартап проектов как социальные сети по различным параметрам | 26 |
| 2.2.1 Сравнение по функциональной части | 26 |
| 2.2.2 Сравнение по группам | 33 |
| 2.2.3 Сравнение оформления дизайна | 35 |
| 2.2.4 Сравнение по количеству пользователей и целевой аудитории..... | 36 |
| 2.2.5 Сравнение по контролю новостных лент..... | 39 |
| 2.3. Взаимодействие Facebook с другими компаниями и создание собственных инноваций..... | 42 |
| 3. Влияние социальных сетей на социально-экономическую сферу. Новые концепции бизнеса..... | 46 |
| 3.1. Возможности заработка..... | 46 |

| | |
|--|----|
| 3.2. Критика | 51 |
| 3.3. Что необходимо, чтобы ваш проект был успешным. | 54 |
| Заключение..... | 59 |
| Resümee | 60 |
| Abstract..... | 61 |
| Использованные материалы | 62 |

Список иллюстраций

| | |
|--|-----------|
| Рисунок 1. Содержание развития стартап проектов. | 19 |
| Рисунок 2. Табличный вывод +/- социальных сетей на примере Fb./Vk. | 31 |
| Рисунок 3. Табличный вывод +/- социальных сетей на примере Fb./Vk. | 32 |
| Рисунок 4. Структура создания и использования групп. | 35 |
| Рисунок 5. Целевая аудитория двух популярных соц. сетей и соотношение пользователей по разным параметрам. | 38 |
| Рисунок 6. Ценность каждого действия для общего показателя EdgeRank. | 41 |
| Рисунок 7. Таблица способов заработка в социальных сетях. | 47 |
| Рисунок 8. Способы инвестиций на определенных стадиях развития стартап проектов: | 57 |

Аннотация

Даниил Смирнов (2014). Развитие стартап проектов: их сравнительный анализ и влияние на социально-экономическую сферу на примере Facebook. Бакалаврская работа. Таллиннский Технический Университет. Факультет Инфотехнологий. Институт информатики. Таллинн. 58 стр. 22 использованных источника. 9 иллюстраций.

Целью работы было выяснить, что такое стартап проекты и их сравнительный анализ на примере социальной сети – Facebook. А также оценка влияния на социально-экономическую сферу таких проектов.

В ходе изучения возникновения термина – старап проект, были определены лидеры таких проектов. Также был выведен лидер у социальных сетей, которым является –Facebook. Помимо этого были выявлены особенности и различия наиболее значимых представителей в данной области проектов, а также их общее влияние на другие сферы.

В ходе изучения структуры таких проектов, была создана платформа, которая позволяет взаимодействовать людям друг с другом, для ведения дел в различных отраслях.

Определив основные задачи и элементы таких проектов, стало ясно, что социальные сети, оказывая услуги обществу, выявили новые способы заработка и постоянно совершенствуют их.

Также были выведены проблемы, с которыми сталкивается общество с развитием этих проектов.

Annotatsioon

Daniil Smirnov (2014).

Startup projektide arendus: nende võrdlev analüüs koos mõjuga sotsiaalmajanduslike valdkonnale näiteks Facebook. Bakalaureusetöö. Tallinna Tehnikaülikool. Infotehnoloogia teaduskond. Informaatikainstituut. Tallinn. 58 lk. 22 kasutatud allikat. 9 joonist.

Töö eesmärgiks oli välja selgitada, mida endast kujutuvad startup-projektid ja nende võrdlev analüüs Facebook'i näitle. Samuti oli hinnatud projektide mõju sotsiaalmajanduslike valdkonnale.

Startupide mõiste uurimise käigus on tuvastatud liidrid sellistes projektides. Samuti oli välja selgitatud sotsiaalse võrgustiku liider - Facebook. Lisaks oli välja toodud käsitleva valdkonna tähtsamate esindajate omapärad ja erinevused ning nende ühine mõju teistele valdkondadele.

Nende projektide struktuuri uurimise käigus, oli loodud platvorm, mis lubab inimestel suhelda üksteistega, et töötada erinevates sfäärides. Kui selliste projektide võtmeküsimused ja elemendid on kindlaks otsustatud, sai selgeks, et sotsiaalsed võrgustikud, mis pakuvad avalikke teenuseid, annavad inimestele võimalust teenida raha uuel viisil. Samuti oli välja selgitatud probleemid, millega tegelevad inimesed kasutades selliseid projekte.

Annotation

Daniil Smirnov (2014). The development of Startup projects: a comparative analysis and the impact on the socio-economic area on the example of Facebook. Bachelor thesis. Tallinn University of Technology. Faculty of Information Technology. Department of informatics. Tallinn. 58 pages. 22 used sources. 9 figures.

The aim of this thesis is to find out what the startup project really is and do it's comparative analysis on the example of the social network - Facebook. As well as the assessment of the influence on the socio-economic impacts of such projects.

In examining the emergence of the term - startup project, have been identified leaders of such projects. The leader of the social networking is - Facebook. In addition to this, were identified characteristics and differences of the most significant representatives of the projects in this area, as well as their overall impact on other areas.

In the course of studying the structure of such projects, was created a platform that allows people to communicate with each other to conduct business in various industries.

The key issues and elements of such projects were identified and it became clear that social networks providing service to the public revealed new ways of earning and constantly improving them.

Also the problems of this projects which society can not avoid were revealed.

Словарь понятий и сокращений

| Понятие/сокращение | Соответствие на английском языке | Объяснение |
|---------------------------|---|--|
| Всемирная паутина | World Wide Web | Распределенная система, предоставляющая доступ к связанным между собой документам, расположенным на различных компьютерах, подключенных к Интернету. |
| Веб-сайт | Website | В компьютерной сети объединенная под одним адресом совокупность документов лица или организации. |
| Контент | Content | Любое информационно значимое наполнение информационного ресурса – текст, график. |
| Баннер | Banner | Графическое изображение рекламного характера. |
| Блог | Blog | Это веб-сайт, основное содержимое которого – регулярно добавляемые |

| | | |
|-----------|---------------|---|
| | | записи, изображения, мультимедия. |
| Форум | Message board | Класс веб-приложений для организации общения посетителей веб-сайта. |
| Пост | Post | Отдельно взятое сообщение в форуме. |
| Репост | Repost | Повторное создание удалённой статьи, при котором текст статьи практически не отличается от предыдущей версии. |
| Стартап | Startup | <p>В словаре общей лексики - «стартап», это недавно созданная фирма, обычно интернет-компания, которая находится на стадии развития и исследования рынков.</p> <p>В научно техническом словаре - ввод в действие, спуск.</p> <p>В экономическом словаре - пуск проекта, освоение новых видов продукции.</p> |
| Френдлист | Friendlist | Список добавленных вами друзей на каком-либо форуме. |

| | | |
|---------------|---------------------------|---|
| Интерфейс | Interface | Совокупность возможностей взаимодействия двух систем, устройств или программ, определённая их характеристиками, характеристиками соединения, сигналов обмена и т. п. |
| Френдлента | Friendpage | Лента сообщений друзей, обычно отсортируванная по времени издания. |
| Чат сообщения | Chat message | Средство обмена сообщениями по компьютерной сети в режиме реального времени |
| соцсеть | Social networking service | Платформа, онлайн сервис или веб-сайт, предназначенные для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений, визуализацией которых являются социальные графы. |

Введение

Интернет резко ворвался в этот мир, и несмотря на его не большой срок существования, прочно закрепился в жизни почти каждого человека. Он объединил миллионы компьютеров, мобильных телефонов и множество других электронных устройств в единое целое. Интернет продолжает прогрессировать, все больше и больше людей становятся зависимыми от Всемирной сети, можно смело утверждать, что Интернет поглотил человечество.

Основными направлениями использования интернета являются:

В бизнесе это:

- совместное использование ресурсов и информации (базы данных, архитектуры клиент-сервер);
- коммуникации (электронная почта, совместная работа удаленных сотрудников, видеоконференции);
- деловое общение с другими компаниями;
- электронная коммерция.

Частными лицами:

- доступ к удаленной информации;
- общение (электронная почта, MSN, ICQ);
- электронные развлечения (on-line игры);
- электронный бизнес (интернет-магазины).

С развитием Интернет-технологий возрастает количество людей занятых удаленной работой. Пишутся бизнес планы под различные Интернет-проекты, создается все больше виртуальных организаций, запускаются стартап проекты.

Одной из инноваций Интернет направления являются стартап проекты, которые пользуются большим спросом у молодых начинающих бизнесменов. Человеку хочется придумать что-то свое, у него зарождается идея, которую он будет стремиться воплотить, которая, в свою очередь, будет приносить пользу и прибыль. Таким образом и придумываются и создаются так называемые стартап проекты.

1. История стартапов и их развития

Как часто вам приходилось слышать слово стартап? В последнее время этот термин набрал обороты и все чаще терроризирует наше внимание. Стартапы становятся очень популярным вариантом для начала собственного бизнеса. На сегодняшний день эта сфера занятости приходится в основном на молодых людей в возрасте 20-30 лет.

Впервые понятие «стартап» появилось в США в 1939 году. Тогда в штате Калифорния в городе Сан-Франциско стали уделять большое внимание почти все предприятия и фирмы, занятые в сфере разработок новых технологий. В то время студенты Стэнфордского университета Дэвид Паккард и Уильям Хьюлетт создавали свой проект, которому и дали название стартап. Со временем этот проект перерос в компанию под названием Хьюлетт-Паккард.

На сегодняшний день стартапами называют почти все интернет проекты, которые, в свою очередь, отличаются друг от друга какой-то «изюминкой».

Сегодня в Интернете существует множество таких стартап проектов.

Наиболее популярные стартап проекты:

- Самая большая Интернет-энциклопедия — Википедия, запущенная в январе 2001 года, куда ежедневно выкладывается большое количество статей.
- Такие социальные сети как Facebook и «ВКонтакте», где зарегистрированы миллионы людей, и их число растет с каждым днем.
- Видео обменник — Youtube, который содержит самую большую видео базу в Интернете.
- Flickr – один из самых больших сервисов для хранения фотографий.
- Поисковая система — Google, с помощью которой люди находят необходимую им информацию в Интернете.

Все эти проекты являются лидерами в своих сферах. Также в Всемирной сети фигурируется множество других стартапов, в основе которых лежит другая идея. Можно встретить и аналоги таких проектов, которые преуспели чуть меньше, или котируются лишь в определенной стране.

[1].

1.1. Понятие стартапа

В переводе с английского (start-up означает запускать):

- в словаре общей лексики - «стартап», это недавно созданная фирма, обычно интернет-компания, которая находится на стадии развития и исследования рынков.
- в научно техническом словаре - ввод в действие, спуск.
- в экономическом словаре - пуск проекта, освоение новых видов продукции.

Как мы видим, общего определения не найти, но можно выбрать несколько ключевых слов, от которых можно отталкиваться.

В России существует мнение, что стартап проект, это интернет-магазин, социальная сеть, информационный сервис или же просто необычный сайт, ведь многие, услышав слово стартап, приводят в пример именно эти проекты.

Англоязычный же человек понимает стартап как компанию, которая соответствует ряду определенных условий.

Более сбалансированное понятие стартапа, это фирма, осуществляющая свою идею, разработку и выпускающая непосредственно свой продукт или предлагающая свои услуги.

1.1.1. Стартап как компания

Стартап-компания — это относительно недавно созданная компания, которая строит свой бизнес на основе инновационных технологий, еще не вышедшая, или едва начавшая выходить на рынок компания с ограниченными ресурсами.

[8].

Сокращенная классификация стадий развития стартапа:

- посевная стадия (seed stage),
- стадия запуска (startup stage),
- стадия роста (growth stage),
- стадия расширения (expansion stage),
- стадия «выхода» (exit stage).

Посевная стадия (seed stage) — формируется идея и просчитываются прогнозы стартапа, присутствуют небольшие расходы, доходы отсутствуют.

Стадия запуска (startup stage) — расходы значительно увеличиваются, появляются первые доходы.

Стадия роста (growth stage) — доходят далеко не все стартапы, компания проходит точку безубыточности, появляется первая прибыль.

Стадия расширения (expansion stage) — прибыль компании растет.

Стадия «выхода» (exit stage) — прорыв на большой рынок, прибыль инвестора фиксируется через продажи акций.

Иногда применяется и более расширенная классификация стадий развития стартапа:

1. Пре-стартап стадия

- Стадия pre-seed (pre-seed stage)
- Seed стадия (seed stage)
- Прототип (prototype)

[1], [8].

- Работающий прототип (working prototype)
 - Альфа-версия проекта или продукта (alpha)
 - Закрытая бета-версия проекта или продукта (private beta)
 - Публичная бета-версия проекта или продукта (public beta)
2. Запуск проекта в эксплуатацию или продукта в производство
- Запуск, или ранняя startup-стадия (launch, or early startup stage)
 - Стадия startup (startup stage)
 - Работа с первыми клиентами, или поздняя startup-стадия (first clients, or late startup stage)
3. Пост-стартап стадия
- Стадия роста (growth stage)
 - Стадия расширения (expansion stage)
 - Стадия выхода (exit stage)
 - PRE-IPO stage (при выходе через проведение IPO — Initial Public Offering, или первичное размещение компанией своих акций на бирже)
 - IPO (при выходе на IPO)
- 1) Предстартаповая стадия — появляется идея, которая при своем развитии может приносить прибыль.

Предпосевная стадия — уже существующая идея приходит к своему логическому завершению. Начинается сборка различных документов (бизнес-план, технические задания и другие), в которых подробно объяснена вся суть проекта и отображены все стороны вопроса (от финансовых до развития).

Посевная стадия — идея уже становится проектом, собраны все необходимые документы, начинается поиск инвесторов. Самым главным становится предоставление идеи, ее смысла и привлекательности, всех необходимых документов лицу, заинтересованному во вложениях тех или иных средств в нашу идею. [1], [8].

Прототип — создается дизайн и функциональная часть проекта, как правило, на этой стадии еще легко получить вложения от инвесторов, так как ваш проект реализуется и становится более привлекательным для вложения в него средств.

Работающий прототип — если ваш проект дошел до этой стадии, не имея никаких вложений, значит необходимо разузнать у инвесторов причину отказа финансирования и устранить недостатки.

Альфа-версия проекта, закрытая бета-версия проекта, публичная бета-версия проекта — эти стадии развития нужны для разведки проекта (сайта) с помощью комментариев незаинтересованных лиц, когда же дизайн и функциональная часть проекта будут удовлетворять будущих пользователей, тогда проект запускается и начинает заниматься привлечением новых клиентов и поисков новых ресурсов.

2) Запуск проекта — проект создан, собраны все документы, существуют средства, поставлены планы. Основной целью является продвижение проекта, сделать его конкурентоспособным и не дать ему потухнуть.

Запуск, или ранняя стадия — проект запущен, основной целью является реклама и пиар проекта, отталкиваясь от выделенных на это средств.

Стартап стадия — стадия, на которой начинает не хватать средств на раскрутку проекта, необходимы дополнительные вложения инвесторов.

Работа с первыми клиентами — появляются клиенты и партнеры, инвестируются вложения, кажется успех достигнут, но не стоит забывать о том, что бизнес не обходится без везения, к достигнутому нужно продолжать работать и отдавать себя бизнесу, выполнять на каждой стадии тактические задачи.

3) Постстартаповая стадия — ваш проект является уже успешной компанией с хорошей прибылью, которая работает над своим развитием, привлечением новых клиентов, территориальным и географическим расширением и выходом на новые рынки.

Стадия роста — компания растет и вместе с этим расширяется и растет прибыль.

Стадия расширения — компания расширяется, открываются новые филиалы, число работников растет, увеличивается число компаньонов, заключается новые контракты, борьба с конкурентами на ранке.

Стадия выхода — если компания пошла на спад, необходимо срочное реагирование, продажа компании частичная или полная, распределение акций среди инвесторов, размещение акций на рынке.

[1].

Таблица номер 1: Содержание развития стартап проектов:

| Стадия | Целевой результат | Тип ведущей деятельности | Фокус внимания |
|----------------|---|---------------------------------------|--|
| Пре-стартап | Создать продукт/услугу | Продуктовая | Акцент на поиск идеи, разработку и развитие продукта/услуги |
| Запуск проекта | Внедрить продукт/услугу на рынок | Продуктовая, Предпринимательская | Вывод продукта/услуги на рынок и создание первичной структуры по сбыту продукта/услуги |
| Пост-стартап | Создание структуры по продвижению продукта/услуги и получению прибыли | Предпринимательская, административная | Дальнейшие продвижение и сбыт продукта/услуги |

В данной таблице я попытался выделить основные стадии развития проектов и сделать между ними различия, чтобы определить, на что именно направлен акцент внимания у разработчиков проектов.

1.1.2. Стартап как проект

Стартап как проект имеет место в корпоративных структурах. Он рассматривается как развитие нового направления бизнеса. Это может быть новый продукт или услуга с использованием уже существующих ресурсов компании. В стадии начинания это проект, как правило, находится внутри компании. После запуска и инвестиционного периода

проект может быть выпущен в самостоятельное обеспечение, в зависимости от прибыли и политики компании. Если же самостоятельное прибывание на рынке не удалось, отталкиваясь от более сильных конкурентов, то компания может вновь взять под свой контроль их инновационный проект, или же вовсе отказаться от него и выставить на продажу акции, так как основная прибыль корпорации не зависит от этого неудавшегося проекта.

Инновационный проект должен обладать рядом свойственных ему характеристик и следовать определенному плану развития. Также должны выполняться все стратегические планы и тактические задачи, если корпорация в действительности хочет преуспеть в новой сфере деятельности.

Изменения. Реализация проекта всегда несет в себе изменения вещественной системы или предметной области, в которой реализуется проект. Если грамотно подойти к этой части, то желаемый результат достигается легче.

Существует ограниченность во времени осуществления проекта. Начало проекта всегда связано с началом затрат усилий и средств на развитие проекта. Завершение же проекта наступает, когда все установленные цели выполнены и проект готов к эксплуатации, или же, когда стало ясно, что поставленная цель не может быть достигнута и не хватает ресурсов для ее реализации, тогда проект сворачивается.

Инновация. Проект должен порождать большие результаты, достижения, продукты.

Не обходится и без ограниченность требуемых ресурсов. Каждому проекту необходимы различные ресурсы: финансы, люди, техника, оборудование, материалы. Объем, выделяемых ресурсов всегда ограничен. Сложно получить большие вложения, так как все упирается в бюджет компании.

Комплексность. Комплексность проекта означает учет всех как внутренних, так и внешних факторов, прямо или косвенно влияющих на прогресс и результаты проекта.

Стартап как проект подразумевает, что основной целью взаимодействия корпорации со стартапом, является расширения сферы деятельности компании с развитием бизнеса, с достижением целевых показателей. [2].

Стартап как компания, в этом случае можно выделить следующие стадии развития такого проекта:

- Концепция
- Планирование и разработка
- Освоение
- Реализация
- Завершение

Различие в стадиях развития стартапа как продукта и стартапа как проекта, кроется в обязанностях главного менеджера проекта. Если же внимание главы проекта (стартап как продукт) сконцентрировано на самом продукте, его функциональной части, рекламе и продвижению, то глава проекта (стартап как проект) сконцентрирован по большей части на самом процессе управления этим проектом, а не на его содержательной части.

1.2. Развитие стартапов и их законы

Проект запущен и развивается, но ресурсов по прежнему не хватает, у основателей компании встает вопрос, как выкручиваться из ситуации, чтобы проект не прогорел. Многие основатели компании убеждены, что достаточно нанять на работу именно тех людей, которые помогут им обосноваться и закрепиться на должности генерального директора компании, однако это не означает того, что содержательная часть проекта будет выполняться должным образом, и проект будет развиваться и приносить запланированную прибыль. Необходимо нанять людей, которые действительно будут отдавать себя проекту, принося новые идеи и совершенствуя старые. Именно такие сотрудники, которые поддерживают и улучшают дела компании, ценятся корпорациями. Каждый работник должен работать на своей должности и четко выполнять отведенные

ему обязанности, в противном случае, компания не будет выполнять установленные цели. Генеральный директор, в свою же очередь, должен следить за всем процессом в целом, заниматься стратегическим развитием, планированием и заключением новых контрактов, ведь генералы сами по себе никогда не выигрывают сражения на поле битвы, а лишь строят стратегию и руководят своими подчиненными.

Следует помнить, что построение бизнеса и его развитие, это долгий процесс, требующий не мало времени. Следует строго придерживаться намеченному плану и плыть по течению. Ежемесячные и ежеквартальные задачи, главная цель в развитии бизнеса и приобретении прибыли.

Зачастую встречаются управляющие, которые мыслят в краткосрочных перспективах. Они совершают необдуманные поступки, например, одноразовые сделки, не приносящие должной прибыли, выдвигают свои требования клиентам ради лишнего куска, когда твоя компания еще не закрепились на мировом рынке, недооценивают конкурентов, выпускают недоделанный (некачественный) продукт, который может и не прижиться на рынке сбыта, рассчитывают на обещания клиентов, из-за всех этих проблем можно попасть в ловушку, сделав компанию недееспособной.

Чтобы избежать всех вышеперечисленных проблем, управляющим необходимо прислушиваться к своим работникам, которые могут выдвигать полезные мнения, идеи, комментарии. Постоянная коммуникация среди своих работников, взаимопонимание — залог к успеху всей компании. Для этого необходимы конференции, на которых будут рассматриваться проблемы и способы их решения, а также выдвигаться полезные советы. Следуя такому принципу работы, и конечно же, рассчитывая на удачу, ведь на нее приходится большая доля успеха, ваша компания будет развиваться и ваш продукт будет востребован на мировом рынке.

[4], [7], [2], [5].

2. Различные стартап проекты: их сравнительный анализ и влияние на социально – экономическую сферу.

Развитие и успех стартап проектов непосредственно связаны с развитием и становлением компаний, которые занимаются разработками информационных инноваций. Это могли быть уже существующие компании, заметившие хорошую идею, вложившиеся в нее, тем самым, расширившие свою сферу деятельности и добившиеся большой прибыли. Либо это могло быть каким-то школьным или университетским увлечением, переросшим в дальнейшем в продуктивную компанию, повлиявшею на различные сферы, такие как экономическая и социальная. Практически все успешные начинания были замечены инвестиционными компаниями, взявшими в оборот тот, или иной проект. Всем известен стартап проект — Facebook, из самостоятельно развивавшегося университетского увлечения, эта идея достигла мировых высот, повлияв на весь мировой бизнес. В следующей главе я рассмотрю историю развития Facebook и его стремительный рост, как социальной сети. А также проведу сравнительный анализ по различным параметрам с другими социальными сетями.

2.1.Зарождение и развитие стартап проектов на примере Facebook

2.1.1. История Facebook

Facebook – не был первым в своем роде. Однако, на сегодняшний день является самой крупной и популярной социальной сетью во всем мире. На 4 октября 2012 года аудитория Facebook составила 1 миллиард пользователей. Суточная активность составила 526 миллионов человек. Около 500 миллионов используют мобильное приложение Facebook. Доходы компании в первом квартале 2012 года составили 1 миллиард 58 миллионов долларов, что на 6,5 % меньше предыдущего квартала. Реклама принесла \$872 миллиона прибыли, другие источники — \$186 миллионов. Отсюда можно сделать вывод, что именно

эта социальная сеть является самой популярной и превосходит все другие сети как по посещаемости, так и по заработку.

Как известно, Facebook был основан в 2004 году Марком Цукербергом и его соседями по комнате Эдуардо Саверином, Дастином Московичем и Крисом Хьюзом во время их обучения в Гарвардском университете. Идея такого сайта пришла Марку еще в школьном возрасте, поступив в Гарвард, в 2003 году он пишет код для сайта FaceMash. Сайт быстро разрастался, но был закрыт администрацией университета из-за нарушения авторских прав и безопасности, в ходе чего М. Цукереберг был исключен, но после затем оправдан. В следующем семестре он пишет новый код для нового веб-сайта. Позже, 4 февраля был запущен сайт — Thefacebook, по адресу thefacebook.com.

Через несколько дней после запуска сайта несколько студентов из этого же университета объявили Марка Цукерберга в хищении их идеи о создании социальной сети под названием Harvardconnection.com

Изначально аудитория Facebook была рассчитана на студентов Гарвардского университета, затем постепенно разрасталась по другим университетам страны. В 2004 году Facebook регистрируется в качестве компании, в том же году получает свои первые инвестиции от основателя системы PayPal Питера Тила.

На момент изобретения Facebook, уже успешно развивался другой проект социальный сети под названием MySpace, в котором была представлена возможность создания личного профиля, сообществ, ведение блогов, размещение фотографий и видеороликов, а также прослушивание аудиотреков.

Долгое время MySpace являлся самой популярной социальной сетью в Интернете, но за последние годы его посещаемость значительно снизилась, причиной тому стала конкуренция с другой социальной сетью — Facebook.

По началу, Facebook ничем не отличался от других социальных сетей, имея схожую функциональную часть с другими проектами, однако разработчики Facebook были очень энергичными, обладая превосходными математическими и аналитическими способностями, что позволило им разработать и усовершенствовать изначальноную платформу своего сайта. Многие инвесторы видели будущее за крупными и

перспективными Интернет порталами, тогда акцент внимания и пришелся на Facebook, что и позволило проекту развиваться и расширять свою сферу услуг.

MySpace, который считался, на то время, королем социальных сетей был свергнут из-за слабого решения коммерческих вопросов, отсутствия гибкости и плохой рекламы. Люди перестали расценивать MySpace, как привлекательную социальную сеть и стали иммигрировать на Facebook, который, по сути, так и приобрел статус короля социальных сетей. Все что для этого понадобилось — это благоприятное стечение обстоятельств, хорошая реклама и своевременное реагирование на интерес народа.

2.1.2 Быстрый взлет

Facebook является еще относительно молодой компанией и ее взлет был стремительным, не смотря на наличие конкурентов, которым так и не удалось превзойти М. Цукерберга.

По-настоящему дела пошли в гору, когда в 2005 году компания убрала из своего названия приставку «The» после покупки доменного имени Facebook.com.

Разработчики понимали, что нужно расширять проект и увеличить целевую аудиторию веб-сайта, так в 2006 году доступ в соцсеть был открыт для каждого пользователя Интернета старше 13 лет, имеющего адрес электронной почты.

В 2007 году всемирно известная компания Microsoft объявила о приобретении 1,6 % акций Facebook за 240 млн \$, годом позже Facebook объявил об открытии международной штаб-квартиры в Дублине. Трафик веб-сайта значительно рос после 2009 года, в 2010 стоимость компании составила 41 млрд \$. Таким образом, Facebook стала третьей по величине интернет-компанией в США (после Google и Amazon).

В скором времени этот веб-сайт посетило столько народу, что он превзошел по своей посещаемости такого Интернет-гиганта, как Google. Facebook также стал лучшей из социальных сетей в восьми отдельных рынках в Филиппинах, Австралии, Индонезии, Малайзии, Сингапуре, Новой Зеландии, Гонконге и Вьетнаме, в то время как другие бренды держали лидирующие позиции лишь на отдельных рынках, в их числе принадлежащий Google Orkut в Индии, Mixi.jp в Японии, CyWorld в Южной Корее, и продукт Yahoo! Wretch.cc на Тайване.

[10], [9].

Вывод следующий, развитие было быстрым и стабильным, с каждым днем страница веб-сайта привлекала все больше пользователей. С ростом популярности одной компании, дела их конкурентов начинают ухудшаться, таков закон бизнеса, чего не удалось избежать другим компаниям. Недостаточно креативный подход и отсутствие инноваций заставило общество, имевшее возможность сравнения, отвернуться от конкурентов Facebook. Таким образом, социальная сеть под названием Facebook вышла в единоличные лидеры списка социальных сетей.

2.2. Сравнение таких стартап проектов как социальные сети по различным параметрам

На сегодняшний день разрабатываются все больше различных стартап проектов, большой популярностью пользуются такие проекты, как социальные сети, они стали, своего рода, символом эпохи. Уже не сам по себе Интернет как всемирная сеть, а его «социальная разновидность» стала наиболее востребованной. С помощью социальных сетей совершаются глобальные вещи, например, не так давно в арабских странах благодаря соцсетям поменялись государственные режимы, не говоря уже о том, что с их помощью информационная волна общего мнения выносит на поверхность общественного сознания кучу разных событий, которые раньше ни за что не стали бы достоянием общественности. На мой взгляд, стоит всерьез задуматься о социальных сетях. По-настоящему социальные сети приобрели свою популярность в середине 2000 -х годов, когда стали развиваться такие проекты как: Facebook, Одноклассники, Вконтакте, MySpace, Twitter.

2.2.1 Сравнение по функциональной части

Что же легло в основу социальных сетей?

Ответ прост, добавление друзей и виртуальное общение с ними, а также самовыражение.

Самой популярной и могучей социальной сетью является Facebook. Сегодня там насчитывается более 900 млн. зарегистрированных пользователей.

Уникальность страницы Facebook заключается в том, что тут используется большое количество функций, которые привлекают посетителей, и которые доступны только на социальной сети Facebook. Другие схожие сайты или аналоги предоставляют своим пользователям гораздо меньшие функциональные возможности, что и уменьшает трафик посетителей.

По сути, предназначение таких стартапов, как социальные сети почти одинаково.

Основная функциональная часть заключается в общении друг с другом по средством обмена сообщениями, обменом информации, просматриванием профиля.

Что же можно делать в Facebook? Почему он такой популярный? Что притягивает к нему миллионы людей?

- 1) Объединение друзей, семьи, потерянных контактов с помощью добавления нужного вам аккаунта в свой френдлист.
- 2) Информация о том, чем занимаются ваши друзья, и в тоже время информирование их о своей деятельности.
- 3) Распространение сообщений, ссылок, фотоальбомов и видеоклипов.
- 4) Ведение блога в Facebook Notes.
- 5) Организация мероприятий, встреч, вечеринок. Приглашение друзей на концерты, конференции, прогулки и прочее.
- 6) Игры с друзьями.
- 7) Вручение виртуальных подарков, открыток и других цифровых объектов.
- 8) Объединение в группы и сети для объединения людей со сходными интересами.
- 9) Приобщение к фан группам музыкантов, групп, актеров, фильмов, сериалов, телевизионных шоу, политиков и бизнесменов.
- 10) Покупка и продажа на Facebook Marketplace.

- 11) Распространение резюме, поиск работы и поиск работников.
- 12) Объединение с другими людьми для работы над проектами.
- 13) Продажа собственных или корпоративных товаров и услуг.

И это еще не весь перечень досуга, который доступен зарегистрированным пользователям на Facebook

В рамках общения вы можете:

- рассказать о себе, используя фотографии, видео- и аудиозаписи;
- найти старых друзей или быть найденными ими;
- найти новых друзей;
- общаться с единомышленниками и организовывать совместные мероприятия;
- быть на связи с друзьями и близкими на расстоянии;

В профессиональных целях и для продвижения бизнеса вы можете:

- искать работу
- предлагать работу
- искать и находить клиентов
- вести групповые проекты
- покупать и продавать

Также Facebook предлагает множество функций, с помощью которых пользователи могут взаимодействовать между собой. Среди наиболее популярных — виртуальное

подмигивание, фотоальбомы и «стена», на которой знакомые пользователя могут оставлять сообщения. Пользователь может контролировать уровень доступа ко своей информации, опубликованной в его профиле, и определять, кто имеет доступ к той или иной части страницы.

«Лайки»

«Лайк» - это своего рода выражение одобрения или согласия на понравившуюся запись, фотографию и т. д. Подобной функцией обладает и Вконтакте, если пользователь желает одобрить чью-то запись, видео, аудио, фото то для этого разработана кнопка - мне нравится, имеющая тоже назначение, что и «лайк». В Одноклассниках также имеется такая функция – лайк, однако, она отличается от лайков в Facebook и Вконтакте тем, что после нажатия ее уже нельзя удалить, когда у ее конкурентов данная функция является обратной. Зато в Одноклассниках для дополнительного одобрения фотографий имеется шкала оценивания. Пользователь может оценить чью-либо фотографию по 5ти бальной шкале. После нажатия на оценку, также имеется возможность понизить ил повысить ее.

Для привлечения все большего количества пользователей, разработчики все чаще стараются обновлять уже существующие функции.

Так, например, пользователям появилась возможность самостоятельно выбирать адрес своей страницы (www.facebook.com/<выбранный_адрес>) в то время, когда во многих других социальных сетях на страницу пользователя можно попасть только по идентификатору (на Facebook изначально пользователю даётся страница с адресом http://www.facebook.com/profile.php?id=<порядковый_номер_пользователя>).

Фейсбук уступает местным соцсетям (Вконтакте), в плане интерфейса, устройства френдленты, скорости работы, в Интернете появляется множество жалоб, по поводу скорости работы Facebook, действительно, я сам неоднократно замечал, как обновление сообщений, загрузка видео или аудио занимает намного больше времени, чем Вконтакте.

[9], [11].

Изначально Вконтакте регистрация была только по приглашениям, сейчас же является открытой. Схожая ситуация и с Facebook, где аудитория приходилась лишь на участников университета, а позже стала доступной для всех пользователей.

Facebook и Вконтакте предоставляют отличную функцию своим пользователям – чат-сообщения, что гораздо удобнее, чем постоянно обновлять страницу для прочтения новых сообщений. Однако эта часть лучше реализована Вконтакте. Модальное окно сообщения можно перетаскивать по экрану в зависимости от удобства, что невозможно в Facebook. В остальном эти функции похожи, обновляются самостоятельно, можно прикреплять различные файлы.

Еще одно большое отличие Вконтакте от Facebook в том, что в русской версии вы сможете всегда найти новинку фильма, песни, что не возможно у американского представителя, так как этот проект находится под жестким контролем представителей в борьбе за авторские права.

Сейчас Вконтакте ценен, как файлохранилище, действительно, в нем выкладывается большое количество аудио- и видеозаписей, благодаря этому данная соцсеть составляет большую конкуренцию самым популярным аудио- и видеосайтам. Многие пользователи создают свой аккаунт только ради прослушивания и просмотра музыки и видеороликов.

Другой русско-язычный проект — Одноклассниками - сайт, который был рассчитан на восстановление утраченных контактов, так, например, одноклассники, которые не виделись несколько лет имеют возможность, зарегистрироваться на сайте и восстановить старые связи — эта идея была взята за основу создание проекта. На пути развития разработчики экспериментировали с регистрацией, в одно время создание своего аккаунта было платным, однако эта идея не увенчалась успехом, и поток пользователей сократился, что привело к первоначальному плану — бесплатной регистрации.

Табличный вывод +/- социальных сетей на примере Fb/Vk.

[18], [15].

Таблица номер 2: Табличный вывод +/- социальных сетей на примере Fb/Vk:

| Социальная сеть Facebook | | |
|--------------------------|---|--|
| Функциональная часть | + | - |
| | Френдлист, Сообщения, Чат сообщения, Привлекательный дизайн, Открытая регистрация, «Лайк», «Check-in», Мобильное приложение, Множество других функций | Скорость работы веб-сайта, Отсутствие аудио и видео файловых хранилищ, Плохая обратная связь, Сложен в использовании, Поиск не по категориям |

Таблица номер 3: Табличный вывод +/- социальных сетей на примере Fb/Vk:

| Социальная сеть Вконтакте | | |
|---------------------------|---|---|
| Функциональная часть | + | - |
| | Френдлист, Сообщения, Чат сообщения, Привлекательный дизайн, Открытая регистрация, «Лайк», Мобильное приложение, Наличие аудио, видео файлов, Нормальная скорость работы веб-айта, Поиск по категориям, Легок в | Отсутствие «Check-in», Плохая фильтрация новостной ленты, Плохая обратная связь |

| | | |
|--|---------------|--|
| | ИСПОЛЬЗОВАНИИ | |
|--|---------------|--|

В данных таблицах, основываясь на проведенный анализ сравнения функциональной части социальных сетей, я выделил основные плюсы/минусы социальных сетей по функциональной части.

2.2.2 Сравнение по группам

Особый интерес предоставляет возможность рекламировать себя, свой продукт, свой бизнес.

В 2007 году независимым программистам была предоставлена возможность создавать собственные приложения (игры, средства обмена музыкой, фотографиями и т. д.), а также зарабатывать на этом. Смотря на статистику, благодаря этой возможности, посещаемость сайта значительно возросла.

Facebook предоставляет неплохие инструменты для создания своих групп, чем не может похвастаться Вконтакте.

Совсем недавно на Facebook было только два вида сообществ: группы и страницы.

Группы были предназначены для объединения людей вокруг общего интереса, а страницы — вокруг бренда. И вот появился новый вид групп, которые предназначены для общения среди друзей и знакомых. Именно поэтому в группу можно добавлять своих друзей.

Функциональная часть очень проста. Такая группа состоит из стены, на которой каждый участник этой группы может оставлять публикация разного рода: видео, аудио, фотографии и просто текст, также все участники получают уведомления о новой записи в хронике. Они могут реагировать на это, по средством «лайка», то есть отметить понравившуюся им публикацию. Получение уведомления — хорошая своего рода инновации, встроенная в функциональную часть. С помощью постоянных уведомлений увеличиваются просмотры записей, а вместе с этим растет и посещаемость группы.

Именно данная функция делает группы востребованными для создателей сообществ и получения трафика на сайт.

Однако у такой инновации существуют и минусы. Недостаток заключается в отсутствии приглашений в такую группу. Таким образом, в группу можно добавить любого человека, которому будут приходить уведомления о новых записях в ленте, что ведет к засорению почты. Несмотря на некоторые нюансы, трафик, проходящий через группы и веб-сайт, в целом все равно растет.

По сути, создание таких сообществ – групп Вконтакте не сильно отличается по своей структуре от Facebook. Группа выглядит также в виде стены, на которой участники могут оставлять свои публикации (текст, видео, аудио фотографии и т. д.). Группы бывают открытые, куда могут зайти все пользователи, при чем вам не нужно быть подписанным на обновления этой группы. Закрытые группы — вход только по приглашениям или подписанным пользователям. Также существует функция одобрения опубликованной записи - «Мне нравится». Различие же таких групп от Facebook заключается в том, что подписанным пользователям не приходит никаких уведомлений о добавлении новых публикаций. Все опубликованные записи, фотографии, аудио и видео автоматически переносятся в вашу хронику новостей, тем самым рекламируя себя. Большой минус такой реализации в том, что если пользователь подписан на большое количество групп, то его хроника будет постоянно переполнена новостями, причем как важными, так и, абсолютно, ненужными, что часто раздражает пользователей.

[15].

Таблица номер 4: Структура создания и использования групп:

| Характеристики | Facebook | Вконтакте |
|------------------------|--|--|
| Вид | стена | стена |
| Вход | Свободный | По приглашениям/подписаться |
| функции | Добавление любого контента, «Лайк» | Добавление любого контента, «Мне нравится» |
| Уведомление обновления | Появление уведомления в специальном окне | Отсутствует уведомление, все обновления автоматически переходят в вашу новостную ленту |

В данной таблице, основываясь на сравнение групп социальных сетей, я выделил основные характеристики групп и их использование.

2.2.3 Сравнение оформления дизайна

В Интернете существует, как многие утверждают, аналоговый проект с Facebook – Вконтакте. Действительно, дизайн его очень схож с дизайном Facebook. Не вооруженным глазом видно, что многие детали в оформлении интерфейса позаимствованы у Facebook.

- компоновка блоков и их пропорции
- цветовая гамма
- подбор шрифтов
- оформление отдельных элементов дизайна (заголовки, ссылки, картинки)

Разработчики Facebook подавали иск в суд на хищение дизайна, но, несмотря на это, дизайн у Вконтакте даже лучше чем у Facebook, отличающийся своей изящностью и удобством.

В отличие от Вконтакте, Facebook имеет видимость резинового дизайна. Именно видимость, потому что на самом деле блок ленты активности и другие блоки имеют тоже фиксированную ширину, просто для больших разрешений справа появляется дополнительный блок.

Вконтакте является хорошим сайтом для продвижения своей рекламы, своего бизнеса или своих услуг. В этих социальных сетях зарегистрировано огромное количество аккаунтов, что говорит об огромной ценности социальной сети для владельцев любого рода бизнеса, ибо в этой массе людей практически наверняка можно найти своего потребителя. Однако, Вконтакте рассчитан, лишь на русскоязычную аудиторию, в то время как Facebook популярен во всем мире. Facebook, в свою очередь, с огромным количеством сервисов и возможностей вполне может стать единственной площадкой для рекламы. А таргетинговая реклама — это то, чем пользоваться нужно обязательно, ибо с помощью этого сервиса появляется возможность рекламировать товар только своей целевой аудитории.

Вывод таков, социальная сеть в целом является хорошей организацией для продвижения любого товара с помощью выставляемой там рекламы. Однако, на страницах этих социальных сетей присутствует большое количество рекламы. Конечно, это неотъемлемая часть сайта, но это лишь на руку разработчикам сайтов, что для пользователей, то я уверен, что они не удовлетворены излишней насыщенностью этой рекламы.

2.2.4 Сравнение по количеству пользователей и целевой аудитории

Приведено количество людей зарегистрированных в популярных социальных сетях:

Facebook - 901 млн. пользователей,

Twitter - 555 млн. пользователей,

Google - 170 млн. пользователей,

Вконтакте — 111 млн. пользователей

Далее следует такой немаловажный показатель как среднее количество проведенного времени в социальной сети на пользователя (мин. в месяц):

- Facebook - 405,
- Вконтакте - 300
- Twitter - 21,
- Google - 3.

В данной таблице, основываясь на проведенных результатах, я сделал выводы по целевой аудитории и по соотношению пользователей по разным параметрам двух популярных социальных сетей.

[15], [17].

Таблица номер 5: Целевая аудитория двух популярных соц. сетей и соотношение пользователей по разным параметрам:

| Социальная сеть | Facebook | Vkontakte |
|--|-----------------------------|-----------------------------|
| Число зарегистрированных пользователей | 901 млн. пользователей | 111 млн. пользователей |
| Число мужчин (%) | 48 % | 49 % |
| Число женщин (%) | 52 % | 51% |
| Целевая аудитория (%) | 29 % (18-25), 23 % (26-34) | 29 % (18-24), 27 % (25-34) |
| Среднее время на сайте в месяц (%) | 405 минут | 300 минут |

Из данной таблицы, мы видим, что в популярнейшей социальной сети России Вконтакте преимущественно общается молодежь, младшее поколение, когда аудитория Facebook - 29% пользователей этой социальной сети находятся в возрасте от 18 до 25 лет и 23% - в возрасте от 26 до 34 лет.

Я сделал вывод, что люди в студенческом возрасте, имеют больше свободного времени и проявляют больший интерес к виртуальному общению, чем уже состоявшиеся личности, в задачу которых входит содержание семьи, которые, лишь изредка, заходят на свою страницу, с целью поинтересоваться жизнью своих друзей. Также, учитывая тот факт, что Facebook рассчитан на мировую аудиторию, в то время, когда ее конкурент Вконтакте направлен лишь на русскоязычных пользователей, следует вывод, что население земного шара намного больше, чем население русскоязычных людей, отсюда показатели по числу зарегистрированных пользователей и проведенному среднему времени в сети намного выше у Facebook, чем у его конкурента - Вконтакте.

[17].

2.2.5 Сравнение по контролю новостных лент

Основной функцией Facebook, как социальной сети, является обмен информации. В последнее время многих пользователей беспокоят сверх новостные потоки, которые не имеют никакого отношения к твоей новостной ленте, такие излишние потоки новостей отталкивают пользователей. По сравнению с другими стартап проектами — Вконтакте, Одноклассники, где пользователи постят или репостят в своей ленте информацию того или иного плана, тем самым засоряя новостную ленту своих друзей или подписчиков, у Facebook происходит четкая фильтрация новостной ленты.

Вы когда-нибудь задумывались, как происходит контроль вашей новостной ленты в Facebook?

Причина отсеивания вашей новостной ленты кроется в алгоритме EdgeRank.

Согласно этой формуле вычисляется перечень новостей, которые вы должны увидеть.

К примеру, вы сможете прочитать наиболее важные новости от ваших друзей.

Любой размещенный пользователем пост сначала будет проверен и оценен по ряду критериев. В конечном счете, пост увидят лишь некоторые друзья. Именно благодаря этой технологии Facebook, мы не утонули в потоках ненужной нам информации.

EdgeRank контролирует посты как в закладке «Последние», так и в «Популярные новости». В «Последние» через алгоритм в хронологическом порядке проходят посты с кастомизированного списка друзей и страниц, т.е. посты только тех друзей или страниц, от которых ожидается интересная для получателя информация. В «Популярные новости» пользователя попадают те новости, тематика которых определена как важная путем подсчета их важности.

[13].

Можно выделить три основных критерия, по которым алгоритм определяет ценность публикуемых пользователем записей:

- Частота взаимодействия
- Значимость контента
- Время

Частота взаимодействий — определяется количество взаимодействий двух объектов.

Ваш пост, наиболее вероятно, появится в новостной ленте тех людей, которые уже ранее взаимодействовали с вами. Такие действия как комментарии, отправка сообщений, репосты, нажатия «лайка» влияют на показатель частоты взаимодействия, чем больше этих взаимодействий, тем больше вероятность появления у конкретного пользователя вашей новости.

Значимость контента — чем больше пользователей комментировало, репостило или отмечало некоторую запись понравившейся, тем чаще вероятность появления вашего поста у этих пользователей.

У различных действий имеется различный вес:

- Поделиться с друзьями – высокий вес
- Комментарий – средний/высокий вес
- Отметка «Мне нравится» – средний вес
- Нажатие – низкий вес

Время — чем старше новость, тем быстрее она теряет свою ценность. Это способствует заполнению новостной ленты более свежей информацией.

Алгоритм поиска Вконтакте схож с Facebook, чем чаще вы взаимодействуете с другим пользователем, тем наиболее вероятна выдача, именно, этого пользователя в результатах поиска.

Иллюстрация показывает ценность каждого действия для общего показателя EdgeRank. Количество взаимодействий, веса и времени определяется по трех бальной шкале (1-3).

Таблица номер 6: Ценность каждого действия для общего показателя EdgeRank:

| Публикации в ленте новостей | действие | Кол-во взаимодействий | вес | время | ценность |
|---|--------------------------|-----------------------|-----|-------|----------|
| Брат (создана недавно, нет вовлеченности) | фото | 3 | 3 | 3 | высокая |
| Друг с университета (создана 12 часов назад, высокая степень вовлеченности) | статус | 1 | 1 | 1 | низкая |
| | Комментарий общего друга | 3 | 2 | 2 | средняя |
| | Комментарий общего друга | 3 | 2 | 3 | высокая |
| | Комментарий общего друга | 3 | 2 | 1 | высокая |
| Брендовая страница (создана 4 часа назад, высокая степень вовлеченности) | фото | 1 | 3 | 3 | высокая |
| | «Мне нравится» | 1 | 1 | 1 | низкая |
| | Репост/поделиться | 1 | 3 | 3 | высокая |
| | Комментарий фана | 3 | 3 | 3 | высокая |
| Знакомый (создана 2 часа назад, низкая степень вовлеченности) | статус | 1 | 1 | | низкая |

В данной таблице, основываясь на результатах исследования формулы отсеивания новостей, я сделал наглядный пример того, как выглядит взаимодействие конкретного лица с конкретным контентом информации другого пользователя. Ссылаясь на три основных критерия данной формулы (частота взаимодействия, важность контента и

время) я рассчитал вероятность появления опубликованного контента в вашей новостной ленте.

2.3. Взаимодействие Facebook с другими компаниями и создание собственных инноваций.

Мир бизнеса меняется, а вместе с ним меняются потребности и интересы людей. Еще, совсем недавно, королем у социальных сетей являлся MySpace, который был свергнут с вершины другим проектом — Facebook. Не прошло и десяти лет, как Facebook стал самой популярной и влиятельной социальной сетью в Интернете, стал приносить огромную прибыль, и по своей посещаемости, превзошел многие стартап проекты.

Но время никого не жалеет, у Facebook появился достойный конкурент — Google+.

Лишь за считанные месяца после появления Google+, его аудитория возросла до 25 миллионов пользователей и продолжает набирать обороты. С каждым днем там регистрируется все больше людей, тем самым составляя конкуренцию Facebook.

Эти две соцсети работают, абсолютно, по разному принципу. Аудитория Google+ на сегодняшний день насчитывает более 90 миллионов пользователей, что делает это проект, на мой взгляд, успешным и конкурентоспособным. Его еще большему развитию мешает лишь тот факт, что его воспринимают как клона Facebook.

Одной из основных функций Facebook является поиск людей, с которыми пользователь уже знаком и хочет добавить их в свой список контактов.

Google+ ориентирован прежде всего на то, чтобы помочь пользователю завести новые контакты.

Пользователей Facebook объединяют отношения, в то время как пользователей Google+ связывают общие интересы.

[14].

В то время как в Facebook пользователи, в основном, обмениваются сообщениями личного характера, в Google+ на первом плане стоит обмен ссылками, видео и прочим контентом. Различия не столь велики, но ощутимы.

Уникальной функцией Google+ являются «Тусовки», которые дают возможность начать Live-Chat и в режиме свободной дискуссии обсудить тему, по которой был сделан пост. И здесь Google+ стремится объединять людей на основе их интересов. Не исключено, что в будущем данная функция получит статус наиболее распространенного инструмента во все более набирающем обороты направлении маркетинга—Social Media Marketing.

С появлением такого конкурента акции Facebook значительно упали. К 18 августа 2012 года, стоимость акций Facebook упала до \$19, таким образом понизив рыночную стоимость компании в два раза с момента выхода на биржу. В 2013 году социальная сеть опубликовала финансовую отчетность, которая показывает снижение чистой прибыли компании на 95%. За 2012 года прибыль составила \$64 млн., в итоге эта сумма оказалась в 5 раз меньше полученной за аналогичный период 2011 года, в котором компании удалось получить \$302 млн.

Невооруженным глазом видно, что дела компании несколько приостановились, теперь разработчикам Facebook придется значительно потрудиться, чтобы исправить ситуацию.

Что же придумают основатели данной социальной сети, какие инновации у них остались на черный день?

Таким образом, 4 апреля 2013 года Facebook объявила о создании своей платформы для Android смартфонов - Facebook Home. Идея о создании собственного мобильного телефона, почему бы и нет, возможно, эта идея и впрямь поправит дела компании.

Компания Facebook первой среди социальных сетей выпустила собственную оболочку для Android, а также представила мобильный телефон на базе смартфона HTC.

Мобильного решения от Facebook ждали давно, однако веяли лишь слухи об ее реализации, теперь же все реально. [6].

Новинка заменяет лентой социальной сети Cover Feed традиционный домашний экран и экран блокировки. Таким образом, чтобы быть в курсе обновлений, достаточно просто активировать телефон, не входя в само приложение. По мнению основателя соцсети, Facebook Home поможет пользователям направить свое внимание на круг своих контактов, не отвлекаясь на отдельные приложения.

Эта новинка уже доступна на рынке, ее стоимость составляет 99 долларов США, что является весьма приемлемой ценой и не должно оттолкнуть покупателей.

Стоит заметить, что ни одна другая социальная сеть не обладает такими возможностями, хотя бы, на данный момент запустить свою мобильную платформу.

В 2010 году компания подписала соглашение с сервисом интернет-телефонии Skype, согласно которому планируется интеграция его в социальной сети.

Позже был представлен новый интерфейс групп, написанный с нуля. Разработчики ожидают, что нововведение позволит быстрее и безопаснее обмениваться информацией между ограниченным кругом людей.

Также во время недавно обвалившегося на компанию кризиса, Марком Цукербергом, на созванной пресс-конференции, была представлена новая функция поиска Graf Search.

История создания алгоритмов социального поиска от Facebook восходит к самому началу работы социальной сети. Первый внутренний поисковый алгоритм назывался - PPS. Принцип его работы заключался в поиске по ключевым словам. Однако, уже тогда поисковый принцип был персонализированным, а специальные фильтры позволяли пользователю осуществлять поиск по людям, страницам, местам и группам.

Затем в 2009 году команда разработчиков Facebook начала работу над новым алгоритмом поиска, который позже получил название — Typeahead. Принцип этого алгоритма заключался в том, что он начинал выдавать пользователю результаты уже во время ввода поискового запроса в строку. Анализ происходил следующим образом, части слова сопоставлялись с персонализированной базой. Этот алгоритм был сделан на основе многих алгоритмов, также в него был интегрирован и предшествующий ему алгоритм PPS. Это было сделано для того, чтобы при необходимости пользователю выдавалась

расширенная информация по его запросу. В последствии синтез уже существующих алгоритмов поспособствовал созданию множества программ и формул. Результатом чего и стала идея о создании социального поиска Graf Search.

В то время как первый вид поиска ориентируется на то, чтобы выдавать как можно больше ссылок по запросу, Graph Search ориентирован на то, чтобы давать ответы на заданные вопросы. Эффективность поиска достигается с помощью введения различных фильтров, теперь можно искать информацию по запросам такого вида как - «фотографии моих друзей опубликованные в 2010 году» и т.п.

Различие поиска Вконтакте от Facebook заключается в том, что в русском проекте поиск возможен по многим критериям:

Можно выбрать поиск по популярности или же по дате регистрации, затем можно указать страну того человека, которого вы собираетесь найти. Также можно указать город, школу, университет. Возможен и поиск по возрасту человека, необязательно указывать точный возраст, достаточно выбрать диапазон. Можно выбрать пол человека, которого вы ищете. Все это способствует быстрому поиску людей, чего нету у Facebook. Также Вконтакте возможен поиск сообществ, в котором вы можете указать тип сообщества: любой, группа, страница, встреча и выбрать регион сообщества. Также существует отдельный поиск для видео- и аудиозаписей, чего в Facebook попросту нет.

Вывод таков, что когда ваш проект находится под угрозой, вам приходится оперативно действовать, чтобы изменить ситуацию. Информация, которая была представлена основателем Facebook, держалась в секрете, что взбудоражило общественность. Особенно, большой интерес был вызван у журналистов, блогеров и простых пользователей социальной сетью. Такой, своего рода пиар ход, о представлении собственной системы поиска и операционной мобильной системы сделал свое. Он привлек внимание большой публики, конференция и послужила, своего рода, рекламой. Остается надеяться, что после выхода на мировой рынок последних инноваций, дела у компании пойдут в гору и она не потеряет свой статус — короля социальных сетей.

[20].

3. Влияние социальных сетей на социально-экономическую сферу. Новые концепции бизнеса.

Проводя сравнительный анализ социальных сетей по различным параметрам, я сделал выводы, как с помощью этих параметров люди могут зарабатывать деньги. Также проанализировав некоторые пункты социальных сетей, я выделил перечень критики, которая чаще всего встречается со стороны общественности. Более того, изучив развитие такого стартап проекта, как – Facebook и его быстрый взлет, я составил план действий, которому необходимо следовать при развитии своего проекта. Обо всех этих пунктах: как такие проекты влияют на бизнес и общество, я расскажу в данной главе.

3.1. Возможности заработка

Возможности заработка всегда присутствовали в любой сфере деятельности. С появлением Интернета многие люди начали «бороздить моря» в поисках возможности заработать во Всемирной паутине. С годами Интернет развивался и разрастался, а вместе с ним увеличивались и состояния людей. На сегодняшний день сотни людей заработали целые состояния благодаря Интернету. Пожалуй, тоже самое можно сказать и о социальных сетях. Сегодня почти у каждого есть своя страница в Facebook, Вконтакте или же в им подобном веб-сайте. Здесь собраны люди разного возраста и социального положения, которые ведут активную виртуальную жизнь. Социальные сети не только объединяют людей, но и являются хорошей средой для заработка. Создатели таких проектов сколотили огромнейшие состояния благодаря своей идеи, но такие проекты позволяют зарабатывать ни только разработчикам, но и простым пользователям. Многие люди регистрируются в социальных сетях только ради заработка.

Так как же все таки можно заработать с помощью социальной сети?

На самом деле, существует множество способов заработка в соцсетях. Отталкиваясь от сравнительного анализа социальных сетей, особенно их функциональной части, я проанализировал и выделил самые простые и популярные способы заработать.

Таблица способов заработка в социальных сетях:

Таблица номер 7: Таблица способов заработка в социальных сетях:

| Способы заработка | Использование | Заработок |
|----------------------------------|---|--|
| Создание узко-тематических групп | Создание и раскрутка группы с дальнейшей перепродажей. | Зависит от популярности вашей группы и ее тематики. |
| Размещение рекламы в группах | Предоставить место для рекламного баннера клиентам с целью заработка. | Зависит от количества и величины продаваемых баннеров для рекламы. |
| Создание приложений | Создание и раскрутка приложения, возможно, с дальнейшей перепродажей. | Зависит от актуальности идеи и ее востребованности у целевой аудитории |
| Работа на социальную сеть | Разработчики нанимают людей с целью выполнения различных задач. | Зависит от степени сложности поставленной перед вами задачи и уровня вашей подготовки. |

[20]. [21]

Создание узко-тематических групп — она создается любим участником соцсети, важно помнить тематику создания, например, это может быть группа по каким-либо интересам (любители дайвинга) или, допустим, фан группа, исключительно для фанатов музыкальной группы или спортсмена. Естественно, по началу придется много трудиться, делать рассылку, добавлять участников, наполнять группу материалом для обсуждения и все это самостоятельно. Зато в будущем, такая группа переходит в режим самонаполнения. На этот момент группа имеет множество подписчиков, которыми неоднократно выкладываются свежие новости и темы для обсуждения. А админу группы остается лишь следить за порядком в группе и изредка подкидывать интересные факты. Данный способ является хорошей возможностью для продвижения своего товара или услуг, конечно, ваше предложение должно быть уникальным, чтобы обойти конкурентов, если вы хотите, чтобы ваша идея увенчалась успехом. Когда группа уже полностью раскручена, вы можете продать ее за хорошие деньги, например, представителям той области, чей товар или услугу вы рекламируете. Однако не стоит забывать, что тут присутствуют и минусы, ваша группа всегда может быть закрыта за рекламу или нарушения правил сайта, поэтому стоит весьма аккуратно подходить к делу, если же вы все таки рассчитываете заработать доллар, другой.

1. Размещение рекламы в группах — также является хорошей прибылью. Если ваша группа набрала обороты, то создатели начинают заниматься поиском рекламодателей, для продвижения товаров или услуг в вашей группе. Часто рекламодатели сами находят подходящую уже раскрученную им группу и предлагают за деньги разместить свою рекламу. На странице в вашей группе имеется свободное место, которые может стать местом для рекламы. Таким образом с поставщиком рекламы заключается долгосрочный договор, где компании покапают баннер определенного размера и выставляют туда свою рекламу, они также могут выставлять туда ссылки на свою страницу, в зависимости от их желания. Чем больше баннер и чем благоприятней его месторасположение, тем выше его цена. Таким образом, хорошие баннеры могут приносить тысячи долларов в месяц. Однако не стоит забывать о нарушении рекламы и правил социальной страницы, в которой создана данная группа. Из-за тех или иных нарушений ваша страница может быть заблокирована. Поэтому сначала стоит

четко изучить все правила, связанные с выставлением рекламы в определенной соцсети.

2. Еще одним прибыльным делом является создание и размещение различных приложений на страницах социальных сетей. Такая возможность появилась, относительно, недавно. Но уже является одной из самых популярных и прибыльных способов заработка. Приложения могут быть различного рода — игры, тесты, программы, с помощью которых можно просматривать или прослушивать видео - и аудиоролики. Некоторые из них являются бесплатными приложениями, но большинство устроены так, что для их использования нужно заплатить некую внутреннюю валюту. Пользователи приложений покупают себе виртуальные вещи, предлагаемые в конкретном приложении, и платят за это виртуальную валюту. Таким образом, разработчики соцсетей выплачивают определенный процент из дохода создателю этого приложения. Они также могут полностью выкупить приложение у его создателя. Заработки на приложениях уже обогнали другой способ — рекламу. Если вы независимый программист, у вас есть много свободного времени и ресурсов, то вам стоит заняться этим делом. Так как многие приложения приносят большую прибыль ее создателям, например, приложение «Счастливый фермер», размещенное в социальной сети Вконтакте, помогло заработать свыше 20 млн. его создателю. Если сравнивать по величине заработка приложений размещенных в социальных сетях, то лидером здесь является — Facebook.
3. Пожалуй самым простым способом заработать — является работа на социальную сеть. Крупным соцсетям постоянно требуются админы, специалисты в технической поддержки, разработчики приложений и работники для другой вида деятельности. Например, Вконтакте постоянно нанимают работников для разработки новых идей. Зачастую место жительства не играет роли, если вы хороший специалист и у вас есть компьютер и Интернет, то перед вами открыты все дороги. За такую работу также неплохо платят, но на этом вы можете не ограничиваться, данная работа может являться дополнительным заработком, все зависит от вашего свободного времени и желания.

Существует еще множество способов заработать в социальных сетях, однако эти являются наиболее прибыльными и доступными для пользователей Интернета. Если же выбирать конкретную социальную сеть, чтобы заработать, то я бы посоветовал Facebook, так как в отличие от аккаунта, страницы Facebook доступны для просмотра незарегистрированными пользователями. Такая возможность способствует быстрому продвижению своего бизнеса в интернет за счет создания своей подписной базы из числа незарегистрированных пользователей. Это одно из существенных преимуществ страницы Facebook. Поскольку Facebook является самой популярной соцсетью на данный момент и его проходимость трафик людей значительно превышает другие соцсети, то стоит выбрать именно этот веб-сайт для продвижения своего бизнеса.

Вообще, в Facebook отлично встроен и действует технологичный принцип взаимодействия и общения. «Лайк» - приводит к вирусному распространению любой информации для большого количества людей. Именно это преимущество Facebook все интенсивнее завоевывает свое место среди предпринимателей и компаний. В результате чего, происходит активное развитие и распространение отраслей бизнеса. Также на странице Facebook присутствует статистика посещаемости страницы. Это еще одно преимущество, которое способствует продвижению бизнеса. Статистика дает возможность делать анализ переходов по странице и динамики источников трафика. Также она дает возможность понять, какая публикация является наиболее эффективной.

То есть, статистика подсказывает вам, какую запускать рекламу, какие ключевые слова лучше всего использовать. Благодаря этой статистике, пользователи могут анализировать все эти данные и совершенствовать продвижение своего бизнеса в Интернет.

Вывод таков, Facebook (Вконтакте) — уникальная платформа для построения отношений среди людей и продвижения своего бизнеса. Однако, стоит помнить, что данная социальная сеть — это не прямые продажи. Вы не сможете просто рекламировать и продавать свой продукт. Самым важным фактом является построение отношений между вами и вашими клиентами, если вы хотите, чтобы уровень ваших продаж увеличивался, то необходимы хорошие отношения с вашими потенциальными клиентами. На мой взгляд, этот фактор является наиболее важным, который следует учесть при начинании своего бизнеса.

[22], [20], [21].

3.2. Критика

Несмотря на обилие положительных аспектов социальных сетей, они также несут за собой и «кучу» негатива. Факт, что социальные сети вызывают привыкание и зависимость у большинства пользователей. Как и другие социальные каналы, соц. сети вошли в привычку и стали неотъемлемой частью виртуальной реальности. Основной аудиторией таких веб-сайтов, в основном, является молодежь, у которой уйма свободного времени, большую часть которого они тратят перед монитором своих компьютеров. Действительно, если у подростка нету никаких увлечений, ему ничего не остается кроме того, как погрузиться в виртуальную жизнь.

Основываясь на сравнениях социальных сетей, я выделил основные пункты, по которым общественность чаще всего критикует такие веб-сайты.

- 1) По сути, социальная сеть — это наркотик, которым злоупотребляют пользователи. Этот самый наркотик поглощает людей, отнимая у них почти все свободное время, тем самым изолируя их от реальной жизни. Конечно, общение с помощью Интернета, когда не хватает времени встретится со всеми друзьями, спасает вас, экономя тоже время. Но, когда это переходит в привычку, тем самым, сугубо влияя на нашу общественную жизнь. Люди становятся более ленивыми, они забывают о полезности коммуникации в реальной жизни. Даже когда, время от времени, они выбирают в общество, неоднократно замечал, что в их руке присутствует мобильный коммуникатор, уставившись в которой они игнорируют своего собеседника.

Вывод следующий, здесь нет ничего положительного, они своего рода, стремятся показать свою «продвинутость», тем самым демонстрируя свой эгоизм. Но таково наше время и с этим ничего не поделать, стоит принять это явление таким, какое оно есть.

- 2) Делают ли социальные сети человека более тупым? Многие убеждены, что с появлением компьютера человек стал более тупым и ленивым. Раньше мы читали

книги, обменивались информацией общением в реальной жизни. Теперь же все это делается с помощью Интернета.

На мой взгляд, тот факт, что сейчас за человека почти все делает и думает машина, нет ничего плохого. Мы живем в 21 веке, когда наука не стоит на месте, пытаюсь выйти за пределы нашего понимания. Возьмем тот же калькулятор, разве с его приходом человек разучился считать? По мне, изобретение таких устройств наоборот помогает человеку развиваться. Человек познает технику и ее возможности. Эти устройства облегчили наши задачи, и не стоит их за это упрекать. Возможности сети так же позволяют открыть новые горизонты в самых различных областях человеческого знания и общественной практики. Социальные сети, в отличие от книг и телевидения, позволяют человеку участвовать в создании контента. Человек не пассивно потребляет информационную повестку издательств и СМИ, а формирует собственное индивидуальное информационное пространство.

Вывод таков, соц. сети предлагают человеку новые возможности работы с информацией, дают новые знания. Также они дают возможность формировать собственные информационные пространства. Наличие такого пространства — это залог окончания эпохи массового общества.

Но это еще не все, социальные сети подвергаются критике по множеству оснований: несоблюдения прав общества, разглашение личной информации и так далее.

Поскольку такая социальная сеть, как Вконтакте рассчитана лишь на Россию или бывшие страны СССР, то им не суждено столкнуться с рядом других проблем. Что касается самого популярного веб-сайта в мире — Facebook, то в некоторых странах мира государство принудило местных провайдеров закрыть доступ к социальной сети — Facebook. Чаще всего такой процесс связан с некоторыми политическими ситуациями, разразившимися на территории государства или в качестве меры по борьбе с религиозными сторонниками. На самом деле, в Интернете ходили новости, что с помощью таких социальных сетей совершались даже государственные перевороты, но это уже дело самого государства, раз правительство не способно или не хочет, по разным

убеждениям, разбираться с возникшими ситуациями вокруг соцсетей, то пускай ограничивает или вовсе закрывает доступ своим гражданам.

Я пришел к выводу, что запрет может принести свои плоды и разрешить ситуацию в стране, но как отреагирует общество, по мне, так такое решение еще больше взбудоражит общественность и повлечет за собой еще большие проблемы.

- 3) Нарушение интеллектуальной собственности. Несмотря на тот факт, что политикой социальных сетей является то, что информация о пользователях принадлежит только пользователям и только они вправе самостоятельно ее разглашать, Facebook сам нарушает свои убеждения. Случались ситуации, когда руководители социальной сети разглашали информацию пользователей по просьбе суда, чтобы избежать собственного давления. Или же отказывались возвращать пользователям их же собственный контент, удаленный по тем или иным причинам страниц, тем самым отчуждая закон об авторских прав. Схожая ситуация и с другой соцсетью — Вконтакте, где техническая поддержка не следит за своими же обещаниями (правилами). Часто слышал критику в адрес администрации по поводу отказа восстанавливать утраченную страницу или возвращать сохраненные там документы, хотя со стороны пользователя не было совершено никаких противоречивых действий. Также Facebook имеет свойство использовать контактную информацию пользователей на свое усмотрение. Более того администрация не считает нужным уведомлять пользователей об удалении их аккаунтов, тем самым ставя под угрозу уничтожение хранившейся там информации. В добавок к этому, я замечал, что их техническая поддержка также хромает. Обращение за технической помощью или с жалобой весьма осложнено. Не существует определенного контактного адреса для обработки писем, таким образом сообщения пользователей либо вообще игнорируются, либо получают скупой ответ.

Вывод таков, что уследить за всеми письмами и жалобами техническая поддержка не в состоянии, там также работают люди, а не роботы, и они сами вправе отсеивать поступающие им письма и решать на какое сообщение стоит ответить, а которое стоит проигнорировать. Ведь ежедневно им отправляется большое количество неадекватных сообщений, которые не заслуживают даже малейшего внимания. Однако, предупреждать пользователя об удалении его анкеты или возвращать ему сохраненную там информацию все таки, я считаю необходимым.

Определенно, ответственность за это ложиться на администрацию сайтов, однако, у кого есть деньги, кто сумел взобраться на вершину славы, тот сам вершит правосудие, и нет смысла пытаться противостоять этому. Вы же можете подать иск в суд, но в конечном итоге, вам будет противостоять целая свита адвокатов, которые разорвут вас в пух и прах. Стоит ли это ваших усилий и нервов, решать вам.

3.3. Что необходимо, чтобы ваш проект был успешным.

Начало любого бизнеса несет за собой риск — неудачи, ведь при любом начинании, необходимо выполнить огромный уровень подготовки, продумать от и до суть проекта, учесть все нюансы, и даже, когда вся работа выполнена на 100%, приходится уповать на удачу, без нее не обходится ни один бизнес.

Так как же все-таки не ошибиться, как узнать — добьетесь вы успеха или же нет?

Самым ценным ресурсом при создании интернет-проекта является идея, именно за новой хорошей идеей все гонятся и готовы потратить большие деньги. Если идея существует в голове, а не на бумаге, она также может стоить хороших денег.

Зачастую, стартап проект — это рискованный проект, который может как оправдать себя в короткий срок и окупить все вложенные в него средства, так и прогореть.

Не секрет, что большинство стартапов заканчивается неудачей, удачных же намного меньше.

[1].

Придумывается инновационная идея, собираются ресурсы и средства, и идея начинает воплощаться в жизнь. Основателю идеи нужно максимально четко ответить самому себе на вопросы:

- 1) Что я буду продавать?
- 2) Кому я буду продавать?
- 3) Как я буду продавать?
- 4) Кто мои конкуренты?

Что я буду продавать? Вы должны четко определиться какой продукт или услугу вы хотите предоставлять своим клиентам. Нужно досконально просчитать свои доходы и расходы, не стоит забывать о непредвиденных расходах, которые постоянно случаются на старте проекта.

Кому я буду продавать или предоставлять свои услуги? Тут важно определить целевую аудиторию вашего продукта или услуги. Нужно понять, какому типу людей будет интересен ваш продукт или услуга, какого возраста должны быть эти люди, нужно также учитывать место предоставления ваших услуг, какие люди живут рядом с вами, одним словом нужно прощупать почву на наличие клиентов прежде, чем выпускать продукт.

Как я буду продавать? Также очень важный вопрос. Вам необходимо понять, как вы хотите продавать или предоставлять свои услуги, через интернет, или же у вас будет какой-то пункт сбыта. Однако, какой бы способ продвижения вы не выбрали бы, очень важно своевременно заявить о себе, нужно прорекламирровать свой проект и тип услуг или продукции, которые вы собираетесь предоставлять. Не стоит забывать, что хорошая рекламная компания стоит как больших усилий, так и больших денег. Пиар ход, пожалуй, один из самых важных пунктов вашего бизнеса, нужно продумать как и какой рекламой привлечь ваших будущих покупателей.

Вопрос о конкурентах. Пожалуй в любом бизнесе найдутся конкуренты, если же их нет, то вам не стоит расслабляться, попробуйте быть первооткрывателем и заставить поверить людей, что они не смогут прожить без вашей инновационной идеи. [12].

Если же у вас имеются конкуренты, не так все плохо, они помогают продвигать и вашу продукцию, даже помогают косвенно ее продавать. Но чтобы ваша компания была более конкурентоспособной, вам необходимо чем-то завлекать потенциальных клиентов.

Допустим: качество вашей продукции выше, а цена за нее ниже; работа, которая превосходит по скорости конкурентов; если у вас интернет-бизнес, то вам необходимо привлечь клиентов красотой вашего сайта, поэтому интерфейс вашего стартапа, должен быть привлекательным, удобным в использовании и рассчитан на целевую аудиторию.

Однако, сложно реализовать и запустить стартап проект самостоятельно, если же вы, конечно, уже не состоятельный человек, то вам необходимы инвестиции на развитие вашего проекта.

Финансирование стартапов делится на две основные категории:

- 1) Отложенное до стабильности
- 2) «Веерное»

К первому типу инвестиций относятся классические вклады с прогнозируемой отдачей.

Инвестор договаривается с разработчиками, что проект будет финансироваться, если он доживет до определенной стадии. Проект дорабатывается до оговоренной стадии и получает финансирование, другими словами покупаются акции проекта.

Второй способ финансирования - «веерный», отличается от классического тем, что инвестиции выдаются на ранней стадии проекта, практически, когда сформулировалась сама идея. Компания инвестор инвестирует лишь те проекты, которые способны окупить себя в десятки раз.

На сегодняшний день инвестициями в стартап проекты занимаются в основном «бизнес-ангелы» и венчурные фонды. Венчурные предприниматели вкладываются в молодые, но весьма перспективные начинания. Бизнес-ангелы — это частные предприниматели, которые самостоятельно определяют объект для своих вложений. Они инвестируют, как правило, на начальной стадии проекта. В основном, они не вмешиваются в развитие компании и не вносят свои условия, их цель получить прибыль в долгосрочной перспективе, так как вложения в стартап проекты — не основной способ дохода. В то время как, венчурные фонды вкладывают в развитие бизнеса средства своих вкладчиков. Как правило, они инвестируют проекты с наличием большого или среднего риска, но при

этом в перспективные проекты с большой потенциальной прибылью. Венчурные фонды также могут вложиться в проекты, которые находятся на начальной стадии развития, но в основном они предпочитают молодые компании, только что вышедшие на рынок, которые не располагают средствами для полноценного старта.

Таблица номер 8: Способы инвестиций на определенных стадиях развития стартап проектов:

| Стадия | Посевная стадия | Стартап стадия | Стадия раннего роста | Стадия расширения | Стадия выхода |
|--------------------|--------------------------------------|---------------------------------------|----------------------|--|--|
| Способы инвестиций | Семья, друзья, гранты, бизнес-ангелы | Гранты, бизнес-ангелы, посевные фонды | Венчурные фонды | Банковские кредиты, венчурные фонды, фонды прямых инвестиций | Стратегические и портфельные инвесторы |
| Сумма инвестиций | До 250 000 \$ | До 2 000 000 \$ | До 10 000 000 \$ | До 100 000 000 \$ | От 100 000 000 \$ |

В данной таблице, я попытался выделить, какие способы инвестиций и их сумма возможны на стадиях развития проектов.

Как найти инвестора для стартапа?

Одним из наиболее продуктивных способов поиска инвесторов для своего проекта является «Networking» - участие в отраслевых форумах и конференциях, в конкурсах стартапов и мероприятиях по венчурному инвестированию. Именно на таких конференциях вы можете получить анализ своего проекта, узнать ваши недостатки и найти себе инвестора. Также привлечь финансистов может помочь постоянное рекламирование своего проекта на специальных форумах и сайтах.

[3], [1].

Основываясь на изучении таких стартап проектов, как Facebook, проанализировав его стадии развития и успешный быстрый рост проекта, отталкиваясь оттого, что за какие-то пару лет проект уже обрел большие обороты. По посещаемости обогнал мировых лидеров существующих уже на тот момент социальных сетей, заработал огромные деньги и просто взбудоражил общественность.

Я сделал выводы, что если следовать четко намеченному плану, то ваш проект должен увенчаться успехом. Но у вас должна быть до мелочей продуманная идея, вы должны продумать, для кого вы разрабатываете эту идею, кто будет ее потреблять, как они будут ее потреблять. Следует наблюдать за конкурентами, чтобы вовремя реагировать на их действия. Самостоятельно запустить проект очень сложно, поэтому нужно найти спонсоров на каждую стадию развития вашего проекта, чтобы дойдя до определенного этапа не сесть в лужу. Если разработчики будут следовать каждому пункту, неважно, выбиваетесь вы из графика или нет, то в будущем ваш проект обязательно заметят, и кто знает, возможно, именно он, обгонит Facebook по количеству зарегистрированных пользователей и принесет вам большую прибыль, чем Facebook.

Заключение

С появлением термина - стартап проект и его развитием наша жизнь превратилась в «развлечение». Изначально такие проекты были задуманы с той целью, чтобы помочь пользователям интернета и заработать на этом немного денег. Но идея постепенно перерастала в нечто большее. Многие такие проекты стали лидерами в своих сферах и привлекли внимание общественности, повлияв на мнение почти каждого человека. Что до социальных сетей, они подняли уровень коммуникации во Всемирной паутине, сделав ее более управляемой. Анализ сравнения и развития стартап проектов показывает, насколько сильно человек стал зависеть от Интернета. Однако люди научились пользоваться этой зависимостью и зарабатывать на этом неплохие деньги. Сегодня стартап проекты полностью переплелись с развитием бизнеса, что несет за собой комплексные решения, подстраиваемые под дальнейшее развитие проектов. Постоянно внедряются новейшие технологии и решения. Если у тебя есть хорошая идея, как заработать деньги, то теперь в этом нет ничего «заоблочного», такую идею можно легко реализовать с помощью Интернета и стартап проектов. Главное своевременно и расчетливо подходить к вопросу. Идти стопа в стопу с развитием Интернета и интернет-проектов – значит быть конкурентоспособным на любом рынке.

Почувствовав силу влияния Интернета и различных стартап проектов на социально-экономическую сферу, стоит задуматься, смогут ли такие проекты, становясь все более «мощными» и успешными, постоянно внедряя какие-то инновации, сохранить границу между финансовыми интересами компании и интересами простых пользователей.

Resümee

Selle töö käigus oli uuritud startup projektide arendamine ja nende mõju sotsiaalmajanduslike valdkonnale. Tänapäeval on selliste projektide äri väga tulus ning sellel turul on olemas väga tugev konkurents. Samuti oli välja selgitatud sotsiaalse võrgustiku liider - Facebook.

Võttes startup projektide analüüsi saab järeldada, et selliste projektide kiire arenemine annab võimalusi teenida raha uuel viisil.

Sotsiaal võrgustikud, mis olid algselt mõeldud, et anna inimestele võimalusi suhelda üksteistega Internetis, tõstsid Interneti kommunikatsiooni taset ja on saanud äritegevuse vahendina erinevates valdkondades. Sotsiaal võrgustiku tulevik seisneb selles, et selliste projektide arendajad alati püüdleval meelitada rohkem inimesi leiutas midagi uut. Siiski ei tohi süvendada liiga kaugemale raha teenimise protsessi, et on vaja ka pöörduda inimeste vajaduste poole.

Abstract

In this paper was explained the termin of startup projects and their impact on the socio-economic field. Today such projects are very profitable for business. The leader of social networking is- Facebook.

Taking a startup project analysis it can be concluded that the rapid development of such projects provide opportunities to earn money in a new way.

Social networks, which were originally designed to provide people with opportunities to communicate with each other by the Internet, has increased the social level of communication and has become a tool in various fields of business. The future of social networking is that the developers of such projects always want to attract more people inventing something new. However, it must not push too far in the process of making money, it is necessary to turn to the needs of people outside.

Использованные материалы

[1] Что такое Стартап?

<http://constructorus.ru/finansy/chto-takoe-startap.html>

[2] Стратегия развития стартапа

http://www.ingria-startup.ru/media/presentations/strategiya_razvitiya_startapa/

[3] Финансирование стартапов

<http://www.meridiancapital.ru/rus/startup/>

[4] Стадии становления и развития стартапа, Дегтярев Алексей

<http://www.napartner.ru/blogs/post/713>

[5] Развитие стартапов: законы, Лев Хмелевский

http://leochmielewski.blogspot.com/2013/03/blog-post_480.html

[6] Запуск собственной операционной системы facebook, Лев Хмелевский

<http://leochmielewski.blogspot.com/2013/03/facebook.html>

[7] 2 главные вредные привычки стартаперов, Лев Хмелевский

<http://leochmielewski.blogspot.com/2013/03/2.html>

[8] Стартап

<http://ru.wikipedia.org/wiki/Стартап>

[9] Facebook

<http://ru.wikipedia.org/wiki/Facebook>

[10] MySpace

<http://ru.wikipedia.org/wiki/MySpace>

[11] Группы в facebook — функционал и недостатки

<http://smolive.ru/gruppyi-v-facebook/>

[12] Как не прогореть в бизнесе

<http://sublimaster.ru/prodazha-produkcii/kak-ne-progoret-v-biznese.html>

[13] EdgeRank в Facebook: друг или враг вашей страницы?

https://www.facebook.com/note.php?note_id=204760426227372

[14] Борьба социальных сетей — чем Google+ отличается от Facebook

<http://www.androidpit.ru/Chem-Google-otlichaetsa-ot-Facebook>

[15] Facebook против ВКонтакте — часть 2, Анатолий Попель

<http://popel-studio.com/blog/article/facebook-protiv-vkontakte-2.html>

[16] Как ВКонтакте пользоваться поиском?

<http://www.new-seti.ru/poisk-vkontakte/>

[17] Сравнение популярных социальных сетей: Активность пользователей.

<http://smmman.livejournal.com/1703.html>

[18] Обзор самых популярных социальных сетей

<http://softbuka.ru/arts/view-Obzor-samyh-populyarnyh-socialnyh-setei.html>

[19] Телефон от Цукерберга: соцсеть Facebook создала оболочку для смартфонов

<http://www.forbes.ru/tehnologii/internet-i-svyaz/236829-pervyi-sotsialnyi-faceboook-predstavil-svoi-smartfon>

[20] На встрече со СМИ CEO Facebook представил систему социального поиска Graph Search

<http://www.cossa.ru/news/244/31327/>

[21] Facebook – уникальная платформа для Бизнеса в Интернет!

<http://www.interval999.ru/?p=1806>

[22] Способы заработка в социальных сетях

<http://www.parten.ru/?event=article&cat=34&mes=116>