Інформаційне забезпечення допомоги у прийнятті рішень на основі дописів соціальних мереж

Дмитро Таланчук
Кафедра СКІД
Національний університет "Львівська політехніка"
Львів, Україна
dmytro.talanchuk@gmail.com

Олександр Марковець
Кафедра СКІД
Національний університет "Львівська політехніка"
Львів, Україна
oleksandr.v.markovets@lpnu.ua

Abstract. Information from social networks is an important part of the organization activity. According to information from social networks organizations and institutions make appropriate management decisions. Feedback from social networks can play a leading role in the life of the organization, because based on this information organization can make a fateful decision.

Ключові слова: соціальна мережа, інформація, зворотний зв'язок, допис, група, стратегія.

Використання соціальних мереж стає дедалі популярнішим серед установ чи різних компаній. Підвищення популярності зумовлене великою кількістю активних користувачів. Соціальні мережі стали безкоштовною платформою для просування послуг та товарів.

При правильному підході до використання соціальної мережі, компанія чи установа зможе отримати від користувачі заслужену оцінку своїх товарів чи послуг, рекомендації та побажання. Аналізуючи отриману інформацію відповідальним працівником, можна розробити стратегію розвитку, визначити на які сторони діяльності слід більше звернути увагу та направити зусилля та на основі цієї інформації приймати відповідні управлінські рішення.

Прийняття рішень на основі отриманої з соціальних мереж інформації потребує високих знань у галузі інформаційних технологій та менеджменту. Аналізуючи дану інформації слід взяти до уваги і те, що у соціальних мережах широко використовуються боти, які можуть бути створені зловмисниками чи конкурентами з метою зниження рейтингу тої чи іншої установи. Однак боти – це не єдине джерело недостовірної інформації, слід ретельно вивчати зворотний зв'язок і від користувачів, аналізуючи зміст відгуку та профіль самого користувача на достовірність.

Наявність в установи групи чи сторінки у соціальній мережі стає необхідністю в сучасних реаліях світу. У соціальних мережах зареєстровано мільйони людей в Україні та світі. Створення такої сторінки не потребує фінансових витрат, за виключенням реклами, і не потребує великої кількості часу. Однак наявність такої сторінки не гарантує популярності серед користувачів.

Працівник, що займається веденням сторінки чи групи, повинен володіти знаннями менеджменту, бути грамотним, обізнаним у основних поняттях установи ті принципах її роботи, критично мислити та вміти приймати відповідні рішення. Такого працівника можна назвати менеджером, адже він свого роду керівник, що відповідає за інформаційну діяльність установи в Інтернеті. Менеджер часто приймає рішення, що тягнуть за собою фінансові витрати, і грамотний підхід та володіння потрібними знаннями допоможуть уникнути надмірного використання ресурсів установи. Усі управлінські рішення мають бути своєчасними, грамотний менеджер не повинен забувати про терміни, усі накази повинні бути обґрунтованими та чітко сформульованими, щоб серед виконавців не виникало різних непорозумінь і не несло шкоди установі. Розвиток сучасних інформаційних технологій сприяє інформатизації управлінської діяльності,

Lviv Polytechnic National University Institutional Repository http://ena.lp.edu.ua

та дозволяє не тільки накопичувати інформацію, а й здійснювати її всебічний аналіз та встановлювати причинно-наслідкові зв'язки між певними явищами та процесами. Управлінська діяльність породжує управлінські рішення, тобто директивні акти, що цілеспрямовано впливають на об'єкт управління та базуються на проаналізованій інформації.

В Україні компанії зазвичай створюють сторінки у соціальні мережі "Facebook". Розглядаючи соціальну мережу з точки зору працівника організації, можна зробити висновок, що найважливішим для установи є зворотний зв'язок з користувачами. Зворотним зв'язком користувачів вважається їх реакція на продукт чи послугу організації та комунікативна взаємодія з компанією. До зворотного зв'язку можна віднести телефонний дзвінок, анкетування, надісланий лист на електронну пошту, залишений відгук чи коментар, у соціальній мережі "Facebook" це може бути вподобання з відповідною реакцією, поширення допису.

Перевагою вподобань у "Facebook" над вподобаннями у других соціальних мережах є можливість реагувати на дописи основними емоціями людини, такими як радість, здивування, сум та злість, окрім емоцій присутнє класичне вподобання у формі пальця вверх та вподобання з знаком у формі серця. З їх допомогою можна легко визначити ставлення аудиторії до інформації з допису. Великі компанії з допомогою цих вподобань часто влаштовують голосування, де просять користувачів, в залежності від їх думки, реагувати на пост певною реакцією, отримана інформація допомагає працівникам компанії розробляти стратегію розвитку та реалізації своїх послуг та товарів. Алгоритм соціальної мережі "Facebook" розроблений таким чином, що чим більше вподобань під постом, тим більша аудиторія його бачить

Популярність соціальних мереж серед освітніх закладів, на відміну від бізнесу, в Україні тільки набирає обертів. Найчастіше свої сторінки створюють вищі навчальні заклади. З їх допомогою вони інформують студентів та вступників про важливі події в житті університетів, та активно розміщують дописи протягом всього року, адже позитивний імідж у соціальних мережах може привести до вищого навчального закладу нових студентів, оскільки чимало батьків чи самих абітурієнтів шукають інформацію про університет у соціальних мережах .

Аналізуючи отримані дані потрібно брати до уваги й те, що багато людей не читають висвітлену інформацію та тиснуть у голосуваннях на будь-яку відповідь, або ж ставлять вподобання не ознайомившись з постом. Тому слід аналізувати інформацію перед прийняттям рішень, що можуть впливати на різні аспекти роботи установи.

Використання соціальних мереж буде корисним всім видам установ, компаній чи організацій. Створення сторінок у них підвищить імідж, та надасть корисну інформацію, що надходить від клієнтів. Правильно проаналізувавши отриману інформацію, можна розробити стратегію розвитку та прийняти відповідні управлінські рішення, що призведе до збільшення потоку клієнтів та фінансів до установи.

Література

[1] О.Г.Додонов, В.Г.Путягін, В.О.Валетчик, "Інформаційно-аналітична підтримка прийняття управлінських рішень", Реєстрація, зберігання і обробка даних.Т7, №2, с.77-93,2005.

[2] Марковець О.В., Пелещишин А.М., Хміль І.О., "Реалізація системи опрацювання звернень громадян до органів влади у гетерогенних веб-середовищах" Наукові праці Донецького національного технічного університету Серія: "Інформатика, кібернетика та обчислювальна техніка". – Красноармійськ, 2015 №1 (20)', С.169-175

[3] А.Киричко, "Використання нових медіа у формуванні іміджу ВНЗ", Вісник Книжкової палати. №2, с.42-44, 2015.

[4] Марковець О. В., Березняк Є. Ю., Лисик Б. О., Кравець Р. Б., "Інформаційна модель системи проведення соціологічних досліджень у веб-середовищі", Вісник Національного університету "Львівська політехніка", Серія Інформаційні системи та мережі: – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2016. – № 854. – С. 274-282.

Lviv Polytechnic National University Institutional Repository http://ena.lp.edu.ua