

МОДЕЛИРОВАНИЕ ПРОЦЕССА ВЫБОРА И ВНЕДРЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ В ИНТЕРНЕТЕ

Данилов А.Д.

Научный руководитель – д.т.н., проф. Соловйова Е.А.

Харьковский национальный университет радиоэлектроники
(61166, Харьков, пр. Ленина, 14, каф. Социальной информатики, тел. (057)
702-15-91)

E-mail: Skil06@ukr.net, тел. 0934930997

In the given abstract of the report the process of creation of informational business model of choice and implementation of social networks in Internet with the purpose of the competitiveness of the organization increasing is considered. The social network is considered as an instrument for knowledge management.

Актуальность исследования социальных сетей обуславливается потребностью современных предприятий в постоянном усовершенствовании своей деятельности для повышения конкурентоспособности. В связи с повышением ценности интеллектуального капитала компании, знаний ее сотрудников все чаще появляется необходимость в современных способах обмена, передачи и сохранения знаний. Эффективным средством управления знаниями являются социальные сети. Применение социальных сетей в Интернете позволит компаниям и общественным организациям выйти на новый уровень взаимодействия между участниками социальной сети.

Немаловажным вопросом также является процесс выбора социальной сети для организации. На данный момент существует множество различных социальных сетей в Интернете разной направленности, так же существует большой выбор средств построения интернет сетей, начиная с простейших конструкторов социальных сетей (Ning.ru, Taba.ru) и заканчивая мощными программными средствами построения социальных сообществ.

При выборе социальной сети необходимо учитывать ряд факторов, таких как цели создания, бюджет проекта, задачи которые будут решаться при помощи социальной сети, предполагаемый круг пользователей. Облегчить процесс выбора социальной сети для организации поможет информационная бизнес-модель выбора социальной сети, направленной для решения проблем конкретной организации.

Использование системологии для определения запроса надсистемы позволит построить информационную бизнес-модель с учетом функционального назначения социальной сети и задач, для решения которых она предназначена.

Используя знания, полученные при построении фрагмента классификации функций социальной сети[1], построена информационная модель (рисунок 1) описывающая процесс выбора социальной сети в

Интернете для повышения конкурентоспособности организации. Данная модель описывает основные процессы, происходящие в организации при выборе социальной сети (определение целей и задач, решаемых социальной сетью; выбор способа и программного средства создания социальной сети; краткое описание процессов, связанных с непосредственным введением социальной сети в эксплуатацию, способов популяризации использования социальной сети сотрудниками).

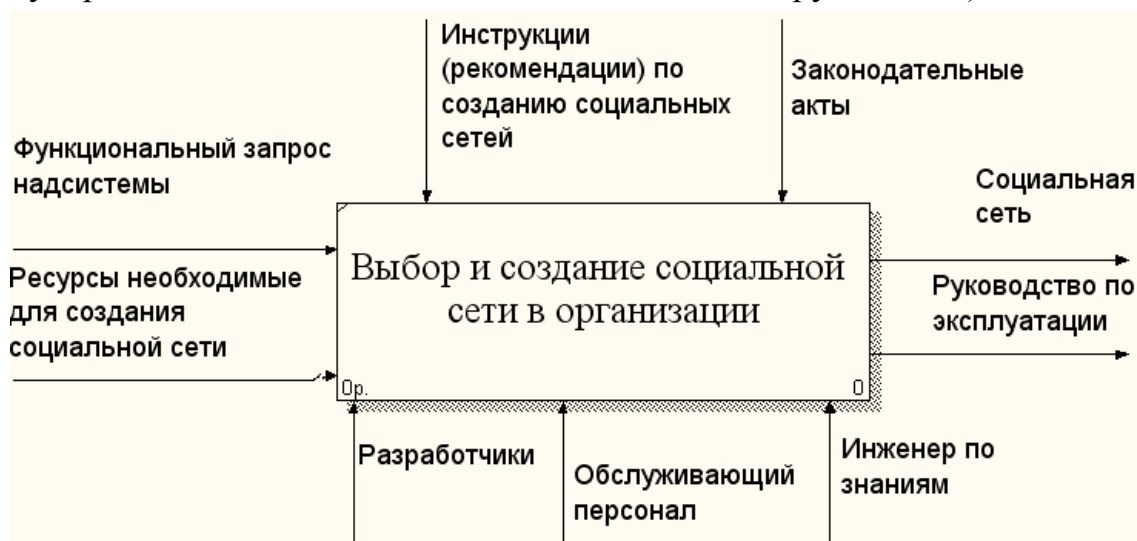


Рисунок 1 - Контекстная диаграмма информационной модели процесса выбора и создания социальной сети в организации.

Использование построенной информационной модели позволит упростить и ускорить процесс выбора и внедрения социальной интернет сети в компании и сделать изменения, необходимые для эффективного функционирования социальной сети, минимальными; позволит снизить затраты при построении и использовании социальной сети в Интернете.

Использование социальных сетей украинскими и зарубежными кампаниями даст им возможность не только повысить свою конкурентоспособность на рынке труда, но и создать в своей организации мощный фундамент для дальнейшего развития[2].

Использованная литература:

1. Mikhail Bondarenko, Nikolay Slipchenko, Kateryna Solovyova, Viktoriia Bobrovska, Andrey Danilov. Systemological Classification Analysis In Conceptual Knowledge Modeling. // Information Book Series «INFORMATION SCIENCE & COMPUTING». Supplement to the International Journal «INFORMATION TECHNOLOGIES & KNOWLEDGE» 2010. Варна, Болгария. Pp. 169-176.
2. Данилов А.Д. Анализ социальных сетей в рамках создания обучающейся организации. / 14-ый международный молодежный форум «Радиоэлектроника и молодежь в 21-м веке». Сб. материалов форума Ч.2. Харьков: ХНУРЭ, 2010. С. 422.