

4. Використання інформаційних систем в управлінні маркетинговою діяльністю підприємств. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2019/172.pdf (дата звернення: 08.04.2022).



Коротун Ніна Вікторівна
(*наук. керівник – кандидат наук з державного управління, ст. викл. Бондар В. Д.*)
Національний університет «Острозька академія», м. Острог

СУЧАСНА МОДЕЛЬ ІНФОРМАЦІЙНОГО АНАЛІТИКА В УМОВАХ РОЗВИТКУ BIGDATA В УКРАЇНІ

В умовах динамічного розвитку інформаційних технологій роль інформаційного аналітика починає набувати інших рис та значень. Поява нових додаткових професійних компетентностей та інструментів роботи з даними є одним із наслідків розвитку IT-сфери. BigData – це якісно новий етап в інформаційній епосі, який формує іншу парадигму у менеджменті інформацією та ролі інформаційного аналітика, його професійних компетентностей.

Дослідження цієї теми здійснювали вітчизняні та закордонні науковці, а саме В. М. Варенко [1] (основний напрям – інформаційна аналітика, проблематика розвитку, компетентності аналітиків), М. Гілберт [11] (розвиток аналітики в умовах розвитку BigData), Т. Х. Давенпорт [10] (формування професійних компетентностей інформаційного аналітика в умовах інформаційних технологій, BigData), Р. П. Задорожна [3] (вплив BigData на діяльність інформаційного аналітика) та ін.

Аналітика як сфера діяльності давно сформувалася, і коли говоримо про аналітику, не можемо не говорити відповідно про її основний суб'єкт – аналітика, інформаційного аналітика. У Великому тлумачному словнику української мови [2, с. 17] та у Словнику іншомовних слів [6] поняття «аналітик» має трактування – «1. Фахівець, який здійснює аналіз речовин. 2. Переносно – той, хто має схильність до аналізу своїх переживань, поведінки, оточення» [2, с. 17], [6]. Два наукові джерела не повністю розкривають суті цього поняття, а лише поверхнево торкнулися розкриття поняття.

Для глибшого розкриття поняття «інформаційний аналітик» необхідно зрозуміти, чим є інформаційна аналітика, адже існує логічний взаємозв'язок між цими поняттями. Російський науковець В. Д. Попов визначає «інформаційну аналітику як теоретичну та практичну сферу діяльності, спрямовану на формування методологічної бази дослідження об'єктивної та достовірної інформації про актуальні, соціально важливі події (процеси), що мають місце в суспільстві» [5, с. 297]. Дослідниця проблематики інформаційної аналітики Н. А. Сляднева дає власну характеристику діяльності аналітика, і тим самим окреслює функціонал того, кого називають аналітиком. «Аналітик, спираючись на інформаційні моделі (відбитки в інформаційному просторі подій, фактів, дій, ідей, думок, почуттів людей, природних, соціальних, політичних, фінансових, економічних процесів і т. ін.), виявляє в них об'єктивні закономірності й тенденції, визначає механізми, які їх рухають, причинно-наслідкові зв'язки. У цьому сенсі аналітик створює нове знання про фрагмент реальності, який знаходиться в полі його професійного інтересу, виступаючи де-факто дослідником своєї предметної сфери» [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**, с. 112].

За кордоном інформаційного аналітика частіше називають Data Scientist. Саме цю назву використовують роботодавці у вакансії інформаційного аналітика та у різних сферах діяльності. Але ми не можемо стверджувати, що саме Data Scientist вміщає ті семантичні характеристики, які має інформаційний аналітик, які визначають у вітчизняному науковому просторі.

Внаслідок аналізу різних бачень науковцями визначення інформаційного аналітика було сформоване власне поняття «інформаційний аналітик». Інформаційний аналітик – спеціаліст,

що займається збором, обробкою великого обсягу даних, представленням цих даних у різних форматах, які є результатом його інтелектуальної діяльності – новим знанням; який повинен володіти різними технологіями, практичними методами обробки інформації, знаходити та відтворювати логічність, закономірність у зібраних даних; вміння подати інформацію у потрібній формі (план, інструкції) для ухвалення найкращого рішення.

В умовах розвитку BigData інформаційний аналітик починає оволодівати новими додатковими професійними компетентностями. Було проаналізовано наукові роботи періодом 2012–2019 рр. відомих спеціалістів із розвитку інформаційних технологій, аналітики та з розвитку BigData: А. Алі [8], Л. А. Барросо [9], М. Гілберт [11], Т. Х. Давенпорт [10], Ш. Джебле [12], М. Косінські [13], Д. Кроукрофт, Р. Л. Мітчел [14] та ін. У своїх роботах вони дослідили основні тенденції розвитку аналітики в умовах розвитку BigData, що зумовили появу нових hard skills та soft skills в інформаційного аналітика.

Основні з них було визначено: вміння користуватися технологіями збору та накопичення великих даних; вміння оцінювати поточну ситуацію, правильно та швидко зібрати оперативні дані для ефективного прийняття рішень, розв'язання проблем; мати креативне мислення, нестандартний підхід до розв'язку завдань, новаторство; теоретичні та практичні знання в ІТ-сфері: програмування, вміння взаємодіяти та користуватися об'єктами зі штучним інтелектом; вміння візуалізувати інформацію з використання різних призначених для цього програм; вміння користуватися хмарними технологіями та видобувати за допомогою них дані; знати алгоритм збору та обробки даних із соціальних мереж, розуміти функціонал роботи соціальних мереж.

Для відображення компетентнісної сучасної моделі інформаційного аналітика було порівняно професійні компетентності інформаційного аналітика в Україні та за кордоном, взятих з сайтів пошуку роботи з вакансії інформаційного аналітика (аналітика). Було обрано найбільш поширені сайти з пошуку роботи в Україні: Jobs.ua, Robota.ua, Work.ua, UA.Jooble.org, та за кордоном: LinkedIn, Indeed, Monster, Neuvoo.

Було взято та проаналізовано 20 вакансій з чотирьох українських сайтів: Jobs.ua – 3 вакансії, Robota.ua – 8 вакансій, Work.ua – 5 вакансій, UA.Jooble.org – 4 вакансії; та 20 вакансій із чотирьох закордонних сайтів: LinkedIn – 5 вакансій, Indeed – 5 вакансій, Monster – 5 вакансій та Neuvoo – 5 вакансій.

Спільною професійною компетентністю стала наявність вищої освіти (бакалавр, магістр). Із функційних обов'язків: 1) здійснювати інформаційно-аналітичну роботу: навички класифікації, збору, обробки даних, аналізу; навички підготовки звітів; підготовки аналітичних, інформаційних матеріалів; 2) вміння інтерпретації великих масивів даних та візуалізувати інформацію; 3) автоматизація процесів у роботі.

Щодо відмінних характеристик у функційних обов'язків, в Україні більше орієнтується на такі здатності: вміння формувати прогнози та рекомендації, коротко- та довгострокове планування; здійснення регулярного моніторингу й аналізу даних, їх консолідація для різних поставлених завдань; розробка стандартизованих інформаційних панелей та спеціальних звітів для прийняття управлінських рішень. А за кордоном орієнтуються більше на такі функційні обов'язки: увага до тенденцій в наявній інформації для забезпечення релевантності нових рішень, вимог; співпраця з усіма важливими відділами в організації; використання статичного моделювання, поєднання програмування з аналітикою.

Спільне у вимогах особистих якостей для інформаційного аналітика було виділено: аналітичне мислення, увага до деталей, відповідальність, здатність до швидкого навчання, організованість, ініціативність, пунктуальність, комунікабельність, вміння працювати в команді. Відмінне є в Україні: системність, працелюбність, стресостійкість. А за кордоном: швидка адаптація, організаторські здібності, висока вмотивованість, допитливість.

Отже, було досліджено поняття «інформаційний аналітик» у вітчизняній та закордонній науковій літературі, на базі якої були розглянуті різні підходи науковців та сформовано власне визначення інформаційного аналітика. Визначено головні тенденції розвитку в аналітиці в умовах розвитку BigData, що зумовило появу нових додаткових професійних компетентностей в інформаційного аналітика.

Список використаних джерел

1. Варенко В. М. Аналітика: сучасні тенденції та виклики. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*, 2019. № 1. С. 118–123.
2. Великий тлумачний словник сучасної української мови: 250 000 / уклад. та голов. ред. В. Т. Бусел. Київ; Ірпінь: Перун, 2005. VIII, 1728 с.
3. Задорожна Р. П. Big data – новий інформаційний феномен цифрової епохи. *Економіка та управління АПК*, 2016. № 1–2. С. 64–72.
4. Курносов Ю. В., Конотопов П. Ю. Аналітика: методологія, технологія и організація інформаційно-аналітичної роботи. Москва: Русаки, 2004. 550 с.
5. Попов В. Д. Інформаційна політика. Москва: РАГС, 2009. 436 с.
6. Словник іншомовних слів. URL: <https://ev.vue.gov.ua/wp-content/uploads/2018/04/D0%9C%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D1%87%D1%83%D0%BA-%D0%9E-%D1%80%D0%B5%D0%B4.-%D0%A1%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D0%B8%D0%BA-i%D0%BD%D1%88%D0%BE%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D0%B8%D1%85-%D1%81%D0%BBi%D0%B2.pdf> (дата звернення: 25.05.2021).
7. Гордулакова Г. Ф. Аналіз інформації: технології, методи, організація: учебно-практичне посібник. Санкт-Петербург: Професія. 2009. 512 с.
8. Ali A., Qadir J., Rasool R., Sathiseelan A., Zwitter A., Crowcroft J. Big data for development: applications and techniques. URL: <https://bdataanalytics.biomedcentral.com/articles/10.1186/s41044-016-0002-4#Sec33> (дата звернення: 25.05.2021).
9. Barroso L. Clidaras J., Hölzle U. The datacenter as a computer: An introduction to the design of warehouse-scale machines. URL: <https://www.morganclaypool.com/doi/abs/10.2200/S00516ED2V01Y201306CAC024> (дата звернення: 25.05.2021).
10. Davenport T. H., Barth P., Bean R. How 'Big Data' Is Different. URL: <https://sloanreview.mit.edu/article/how-big-data-is-different/> (дата звернення: 25.05.2021).
11. Hilbert M. Big data for development: From information-to knowledge societies. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2205145 (дата звернення: 25.05.2021).
12. Jeble S., Kumari S., Patil Y. Role of big data and predictive analytics. URL: https://www.researchgate.net/publication/309809606_Role_of_big_data_and_predictive_analytics (дата звернення: 25.05.2021).
13. Kosinski M. With big data comes big responsibility. URL: <https://www.ft.com/content/1c3e27ee-8b2f-11e2-8fcf-00144feabdc0> (дата звернення: 25.05.2021).
14. Mitchell R. L. 8 big trends in big data analytics. URL: <https://www.computerworld.com/article/2690856/8-big-trends-in-big-data-analytics.html> (дата звернення: 25.05.2021).



Блажівська Тетяна Петрівна

(*наук. керівник – кандидат наук з державного управління, ст. викл. Бондар В. Д.*)

Національний університет «Острозька академія», м. Острог

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ОСОБИСТОГО БРЕНДУ В МЕРЕЖІ «ІНСТАГРАМ»

Поняття бренду та його формування привертає все більше уваги науковців і широкої аудиторії, адже з цим суспільство зіштовхується щодня. Доступ до глобальної мережі «Інтернет», наявність різноманітних соціальних мереж, месенджерів та додатків для спілкування зумовило величезний ажіотаж навколо блогерства. Попри те, що значна частина користувачів соцмереж регулярно взаємодіє з інфлюенсерами, все ще залишається багато невизначеності щодо поняття особистого бренду, ролі соціального медіамаркетингу у формуванні та просуванні персональних брендів. Отже, основною метою дослідження є визначення характеристики формування особистого бренду у мережі «Інстаграм».