**СИСТЕМА АВТОМАТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА МНЕНИЙ ПОКУПАТЕЛЕЙ**

***Е.Н. СЕРИКБАЕВ, У.А. ТУКЕЕВ***

Система автоматического анализа мнений покупателей помогает компаниям узнавать о качествах выпускаемых товаров, о плюсах и минусах работы компаний, быть в курсе событий о конкурентах в режиме реального времени. Ведется анализ всех информационных каналов: СМИ (печатные издания, телевидение, веб-страницы, информационные сайты и агентства), социальные сети. Полученные данные помогают компаниям улучшить качество выпускаемого продукта, увеличить или сократить выпуск, сделать аналитический отчет [1].

Пользователю системы необходимо ввести ключевые слова, связанные с деятельностью компаний: название компаний, наименование выпускаемых товаров, топ-менеджмент, название конкурентных компаний. По ключевых словам, выполняется поиск соответствующих запросов, собираются материалы, определяется тональность и делается дайджест. По собранным материалам осуществляется количественный анализ, выводиться графический отчет. Посылается уведомление об упоминаниях по электронной почте. В зависимости от предложений клиента можно дополнять и другие функций. Для извлечения материалов используется веб-краулер.

На сегодняшний день наиболее известными системами автоматического анализа мнений и отзывов являются: STATISTICAText miner -Анализ мнений в социальных сетях; Sentiment - социальная платформа, помогающая компаниям и контактными центрами связываться с клиентами в социальных сетях; Attensity Analyze- система анализа текста и языка из большого объема бесед покупателей.

Наряду с иностранными системами анализа есть и наши отечественные[2]. Они способны не только отслеживать местные СМИ и сайты, но зарубежные. На сегодняшний день мониторинг социальных сетей играет важную роль для жизнедеятельности компаний, так как именно здесь обсуждается наиболее важные аспекты товаров и услуг.

Социальные сети являются лучшими источниками для сбора анализа и клиентских отзывов. Система автоматического анализа мнений покупателей позволяет полно и детально изучить отзывы пользователей о товарах предприятия или компаний. Результаты анализа дают возможность при необходимости корректировать маркетинговые программы с учетом мнений пользователей. Разработанная система будет имеет коммерческий так и научный интерес.

**СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. В.А. Яцко Система автоматического анализа мнений покупателей // Журнал: Прикладная информатика Том 10 №4(58). 2015. – С.5-7

2. http://www.alem.kz/, http://www.mediasystem.kz/ewb, http://www.newsline.kz/