

Сергій Козловський, Лариса Шаульська, Андрій Бутирський, Наталя Буркіна, Юрій Поповський

Маркетингова стратегія прийняття оптимальних управлінських рішень за допомогою інтелектуальної аналітики

У статті розглянуто методологію розробки стратегії маркетингу для прийняття оптимальних управлінських рішень за допомогою інтелектуальної аналітики. Розглянуто такі питання, як методи розробки стратегії маркетингу, програмні продукти на основі інтеграції інтелектуальної аналітики, оптимальний вибір авто з електричним приводом тощо. Предметом статті є побудова моделі оптимального прийняття рішень шляхом поєднання класичних статистичних та математичних методів і моделей, а також сучасних інформаційних технологій, зокрема методів смарт-аналітики. Концептуальну схему ефективного управління маркетингом створено відповідно до структурних компонентів: інформаційного, статистичного, математичного, аналітичного, технологічного тощо. Детально проаналізовано структуру й особливості кожного компонента. Концептуальну схему ефективного управління продемонстровано на простому прикладі оптимального вибору електромобіля. Для аналізу продажів авто з електричним приводом на українському ринку розглянуто набір факторів, на основі яких проведено кореляційний і кластерний аналіз. Розглянуто ключові фактори, що найбільшою мірою впливають на ціну електромобіля на ринку України. Усі розглянуті моделі електромобілів поділено на три групи з урахуванням співвідношення "ціна-якість".

Ключові слова: інтелектуальна аналітика, моделювання бізнес-процесу, статистичне забезпечення прийняття управлінських рішень, методи бізнес-аналітики, пошук попиту на електромобілі.

Класифікація JEL: A1, C1, C5, C6, C8.

Сергей Козловский, Лариса Шаульская, Андрей Бутырский, Наталья Буркина, Юрий Поповский

Маркетинговая стратегия принятия оптимальных управленческих решений с помощью интеллектуальной аналитики

В статье рассмотрена методология разработки стратегии маркетинга для принятия оптимальных управленческих решений с помощью интеллектуальной аналитики. Рассмотрены такие вопросы, как методы разработки стратегии маркетинга, программные продукты на основе интеграции интеллектуальной аналитики, оптимальный выбор автомобиля с электрическим приводом и т. д. Предметом статьи является построение модели оптимального принятия решений путем объединения классических статистических и математических методов и моделей, а также современных информационных технологий, в частности методов смарт-аналитики. Концептуальная схема эффективного управления маркетингом создана в соответствии со структурными компонентами: информационным, статистическим, математическим, аналитическим, технологическим и др. Детально проанализированы структура и особенности каждого компонента. Концептуальная схема эффективного управления продемонстрирована на простом примере оптимального выбора електромобіля. Для анализа продаж автомобилей с электрическим приводом на украинском рынке рассмотрен набор факторов, на основании которых проведен корреляционный и кластерный анализ. Рассмотрены ключевые факторы, в наибольшей степени влияющие на цену електромобіля на ринку України. Все рассмотренные модели електромобілей разделены на три группы с учетом соотношения "цена-качество".

Ключевые слова: интеллектуальная аналитика, моделирование бизнес-процесса, статистическое обеспечение принятия управленческих решений, методы бизнес-аналитики, поиск спроса на електромобілі.

Классификация JEL: A1, C1, C5, C6, C8.