

4) на подготовку бумажной документации и задержку доставки, связанную с ее оформлением, приходится 10–15 % транспортных расходов. Устранить эти потери может электронный документооборот;

5) создание виртуальных цепей поставок, которые позволяют учитывать риски всей цепи поставок в целом, а не отдельных субъектов, согласовать и скоординировать действия отдельных участников.

Источники

1. Национальная стратегия социально-устойчивого развития Республики Беларусь до 2030 года [Электронный ресурс] // Министерство экономики Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://economy.gov.by/uploads/files/NSUR2030/Natsionalnaja-strategija-ustojchivogo-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitija-Respubliki-Belarus-na-period-do-2030-goda.pdf>. — Дата доступа: 01.03.2022.

2. LPI. Рейтинг 2018 г. [Электронный ресурс] // THE WORLD BANK. — Режим доступа: <https://lpi.worldbank.org/>. — Дата доступа: 01.03.2022.

*Я. В. Клинецвич, аспирант
yaroslavkintsevich@gmail.com
БГЭУ (Минск)*

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ДАННЫХ МАРКЕТИНГОВОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ

В целом анализ данных можно условно разделить на несколько видов:

1) визуальный и информационно-поисковый анализ. При данном методе анализа новые знания об объекте не приобретаются, однако можно более детально его рассмотреть в существующих базах данных путем запросов;

2) OLAP (оперативно-аналитический анализ). Происходит агрегация данных, в результате появляется возможность нахождения закономерностей;

3) Data Mining (интеллектуальный анализ). Используется для нахождения скрытых закономерностей, повторяющихся шаблонов, кластеров. С его помощью можно получить модели, позволяющие лучше понимать исходные данные и предсказывать их поведение.

Методы интеллектуального анализа широко используются во многих сферах, например в телекоммуникационных компаниях (анализ доходности клиентов, анализ рисков, защита от мошенничества), промышленности (прогнозирование качества продукции в зависимости от технологического процесса), финансовых организациях (принятие решения о кредитоспособности), страховании (оценка рисков).

Маркетинговая информационная система, которая присутствует на предприятиях, обычно включает в себя информацию о проведенных маркетинговых исследованиях, о взаимоотношениях с поставщиками, потребителями; данные о продажах, о существующих технологиях; стратегии повышения качества, управления маркетингом; системы управления корпоративным сайтом. Однако маркетинговая информационная система должна быть дополнена следующими данными:

- базы данных по накоплению знаний всех сотрудников предприятия;
- база знаний обо всех стратегических преимуществах;
- зафиксированные отклонения между полученным и ожидаемым уровнем сервиса в глазах потребителя;
- информация об управлении качеством на всех стадиях обслуживания;
- базы данных и знаний о создании гибкой системы адаптации при изменении внешних условий.

Интеллектуальный анализ данных основан на построении моделей, которые можно использовать для обработки необходимой информации. В рамках модели имеющаяся информация структурируется и выдается в формате, который позволяет выполнить интеллектуальный анализ с максимальной эффективностью.

Основными свойствами методов Data Mining можно назвать масштабируемость (способность обеспечивать предсказуемый рост факторов для достижения результата), точность, гибкость, быстроту, проверяемость, популярность, интерпретируемость.

У владельцев бизнеса существует высокая степень доверия к интеллектуальным исследованиям, так как на их основе предоставляются обоснования к существующим моделям, данным и отчетам, соответственно, можно разрабатывать эффективные маркетинговые стратегии. При этом начинает формироваться бизнес-интеллект компании путем формирования новых знаний методами кластеризации знаний, постановки задач, распознавания процессов, систем, данных, ситуаций, разработки новых моделей на основе данных искусственного интеллекта, интегрированных интерактивных технологий.

Накопление информации о потребителе, даже с первого раза кажущейся ненужной, способствует выработке конкурентных решений, стратегий, инноваций, а также ведет к накоплению интеллектуального капитала фирмы и, как следствие, капитала бренда. Технологии Business Intelligence и Data Mining становятся философией современного бизнеса. Вырабатываемые на их основе бизнес-решения становятся толчком для развития бизнеса и способствуют его эффективному управлению.

*О. И. Козловская, магистр экон. наук
o.olga13@mail.ru
БГЭУ (Минск)*

ОСОЗНАННОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ И МИНИМАЛИЗМ — МЕЙНСТРИМЫ СОВРЕМЕННОСТИ

Объектом научного исследования осознанное потребление стало в 1970-х гг. Повышенное внимание мировой общественности в эти годы к проблемам окружающей среды привело к определенной реакции производителей, выразившейся в появлении в 1980 г. концепции социально-этичного маркетинга. В соответствии с новой концепцией производитель должен стремиться к сбалансированности трех составляющих: удовлетворение потребностей покупателей, интересов общества и получаемой им прибыли. В рамках концепции социально-этичного маркетинга особого внимания заслуживают экологические аспекты социальной ответственности маркетинга. Экомаркетинг, или экологический маркетинг, возник еще в 1990-х гг. как продолжение социально-этичного маркетинга. Однако рост интереса к нему со стороны потребителей пришелся на начало 2000-х гг. В 2013 г. выходит в свет книга блогера, защитника окружающей среды и сторонника Zero Waste Неме Беа Джонсон «Дом без отходов. Как сделать жизнь проще и не покупать мусор», которая потом переводится и издается на 20 языках мира. Сторонников Zero Waste (и не только их) Беа Джонсон призывает к отказу от ненужного, ограничению необходимого, использованию уже ранее приобретенного, к отдаче на переработку того, что нельзя использовать, и отправке в компост всего остального [1].

Наряду с осознанным потреблением в обществе появился новый тренд — минимализм. Основатель и редактор Becoming Minimalist Джошуа Беккер в своей книге «Меньше значит больше. Минимализм как путь к осознанной и счастливой жизни» рассказывает читателям о концепции минимализма. По его мнению, «минимализм — это сознательное продвижение вещей, которые мы любим больше, и устранение всего, что отвлекает нас