

Галина Чорноус, Яна Фаренюк, Вінцентас Роландас Гедрайтіс, Ерстіда Ульвідієне, Ганна Харламова

Науково-орієнтована система підтримки прийняття маркетингових рішень для управління брендом

Щоби покращити маркетингову діяльність та управління брендом та обґрунтувати прийняття найефективніших маркетингових рішень, організації мають впроваджувати різні інформаційні технології, математичні методи та моделі в систему підтримки прийняття маркетингових рішень (MDSS). Метою цієї статті є формування архітектури MDSS, модельний базис якої ґрунтується на інструментах Data Science, зокрема регресійного аналізу та методів машинного навчання. Запропонована модель MDSS – це мультиагентна інформаційна система, що містить дев'ять інтелектуальних агентів (моніторинг ринкового середовища, обробка даних, моделювання комплексу маркетингу, підтримка цінової політики, управління портфелем, стратегічний аналіз, прогнозування, сегментація клієнтів та класифікація клієнтів). Функціональність цих агентів реалізується з допомогою Data Science, що надає змогу оптимізувати маркетингову діяльність (наприклад, розробити ефективну стратегію управління брендом і її елементами (стратегія управління портфелем, цінова політика й медіастратегія) або розв'язати проблеми залучення нових і утримання поточних клієнтів із максимальною віддачою від маркетингових інвестицій). MDSS аналізує маркетингове середовище, медіаактивність та бізнес-показники, будуючи різні моделі та прогнозуючи різні комбінації маркетингових чинників, щоб вибрати найкращий із них. Спільна робота агентів MDSS пропонує особам, які приймають рішення, інтерактивні звіти. Результати дослідження є науковою основою для прийняття ефективних маркетингових рішень на основі даних, а запропонована модель MDSS може стати частиною інтелектуальної системи планування маркетингової діяльності.

Ключові слова: мультиагентна система, прийняття рішень, інтелектуальний агент, моделювання, маркетингова стратегія, комплекс маркетингу, підприємство

Класифікація JEL: M30, C10, C61, D81



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.