

Лекція «Використання програмних продуктів при розробці управлінських рішень»

Опрацювання даних міжнародних маркетингових досліджень здійснюється за допомогою пакетів прикладних програм, які розподіляють за групами (рис.1).

Класифікація програмних продуктів в галузі маркетингових досліджень	
Група 1.	Облікові програми
Група 2.	CRM-програми
Група 3.	Програми для аналізу обсягів продажу
Група 4.	Програми для моніторингу зовнішнього маркетингового середовища
Група 5.	Програми для проведення маркетингових досліджень

Рисунок 1. Класифікація програмних продуктів в галузі маркетингових досліджень

Облікові і CRM-програми призначені для накопичення і аналізу інформації про обсяги продажу, аналіз продуктів, клієнтів; основними користувачами програм цієї групи є штатні співробітники компанії (маркетолог-аналітик, бренд-менеджер). Система внутрішньої маркетингової звітності зазвичай базується саме на обліковій програмі, тобто на комп'ютерній системі, в якій веде облікову діяльність підприємство. Строго кажучи, програмний пакет для обліку не можна віднести до маркетингового програмного забезпечення, оскільки він є базою даних, в якій зберігається те, що так важливо для маркетолога – обсяги продажу, клієнти та інша інформація про комерційну діяльність компанії. Наприклад, Microsoft Excel, Access. У рідкісних випадках такою системою стають представники сімейства KIC / ERP. Більш пристосованими для маркетолога програмами для ведення внутрішньої маркетингової звітності є CRM-системи, хоча вони не завжди можуть бути альтернативою обліковій програмі. CRM-продуктів на ринку безліч: Sales Expert, MySAP CRM, Монітор 3.0 CRM.

Класифікація CRM-програм (Customer Relationship Management):

- **CRM (управління відносинами з клієнтами)** – набір програмних додатків, який дозволяє компанії відслідковувати історію розвитку взаємовідносин із замовниками, координувати багатосторонні зв'язки з постійними клієнтами та централізовано керувати продажами і клієнт-орієнтованим маркетингом, у тому числі через Інтернет.
- **SCM (управління ланцюгом поставок)** – це система управління логістичними ланцюгами, або ланцюгами поставок. При виробництві складних виробів, до складу яких входять комплектуючі різних постачальників, для компанії важливо забезпечити поставку необхідних деталей в необхідному обсязі та в зазначений термін.
- **ERP (планування ресурсів підприємства)** – це інформаційна система планування ресурсів підприємства, необхідних для здійснення продажів, виробництва, закупівель та обліку в процесі виконання клієнтських замовлень.
- **HRM (управління людськими ресурсами)** – системи для управління людським фактором, персоналом.

Програми для аналізу обсягів продажу призначені для бренд-менеджерів і маркетологів, що здійснюють формування та аналіз асортименту. У деяких випадках такі програми – це надбудови над обліковою системою підприємства. У деяких – окремий програмний пакет, куди необхідно імпортувати або вводити наявні дані. Основне завдання програм цієї групи полягає у забезпеченні аналізу прибутковості певних товарів і товарних груп, прогнозуванні попиту на товари. Програми, що входять в дану групу розрізняються за своїм функціоналом, тому в кожному випадку необхідно ретельно розбиратися чи підходить підприємству та чи інша програма. Приклад: «Бітрікс-24».

Програми для моніторингу зовнішнього маркетингового середовища призначені для регулярного збору і зручного зберігання інформації про мікро- і макросередовище компанії, що забезпечують накопичення і структуровану видачу інформації про конкурентів і ціни на їхню продукцію.

Програми для проведення міжнародних маркетингових досліджень призначені для підготовки дослідницького інструментарію, проведення опитувань, аналіз результатів опитувань. Користувачами подібного програмного забезпечення є в першу чергу дослідницькі підприємства.

Розвиток інформаційних технологій, постійне удосконалення пакетів прикладних програм, сучасне комп'ютерне обладнання дозволяє не тільки здійснювати пошук інформації, створювати бази даних, а й проводити їх швидко обробку та підготовку до аналізу, глибоку оцінку та представляти у найбільш зручному вигляді.

Під час обробки анкет за допомогою комп'ютерних технологій є можливість здійснити комп'ютерне статистичне моделювання за допомогою використання програмних засобів - табличного процесора Microsoft Excel. Програмний засіб Microsoft Excel має пакет «Аналіз даних», до якого входить набір засобів аналізу даних, призначений для рішення складних статистичних задач. Крім того Microsoft Excel має майстер

функцій, за допомогою якого здійснюють підрахунок результатів дослідження використовуючи функції СУМИ, дисперсійний аналіз – функція ДИСП, кореляційно-регресійний аналіз (функція КОРРЕЛ) та вирішують інші завдання з базами даних.

Результати польових досліджень представляють значний масив змінних, які достатньо складно опрацювати «ручним способом».

В сучасних умовах маркетологи також мають цілу низку спеціальних програм, які дозволяють прискорити та спростити процес обробки й опрацювання даних, підготовки результатів досліджень або дозволяють оптимізувати й спростити процедуру аналізу:

– **VORTEX**, призначена для введення первинних даних, зібраних під час прикладного маркетингового або соціологічного дослідження, обробки та аналізу результатів, представлення їх у вигляді таблиць, графіків, рисунків, діаграм з можливістю переносу їх у Microsoft Word й інші додатки Windows/NT.

VORTEX дозволяє здійснювати описову статистику змінних, що вивчаються, сегментувати споживачів за декількома ознаками, а також описувати цільові групи, тобто здійснювати поглиблений аналіз.

За допомогою **VORTEX** здійснюють кореляційний аналіз, який дозволяє виявляти залежності між змінними, що досліджувалися та виявляти їх вплив на маркетинговий результат.

– **SPSS для Windows** – це модульний, повністю інтегрований продукт, який має усі необхідні можливості, призначені для всіх етапів аналітичного процесу: планування, збору даних, доступу до даних та управління ними, аналізу, підготовки звітів і розповсюдження результатів.

SPSS для Windows – це найкраще програмне забезпечення, яке дозволяє вирішити бізнес-проблеми й дослідницькі завдання, використовуючи статистичні методи.

Програмне забезпечення **SPSS** дозволяє проводити частотний аналіз, описову статистику, кореляційний, дисперсійний, кластерний, факторний, регресійний аналіз.

За допомогою **SPSS** визначають:

- найбільш привабливі сегменти ринку;
- оптимальні стратегії позиціонування товарів/послуг відносно аналогічних товарів/послуг конкурентів;
- отримують оцінку товарів/послуг клієнтами;
- виявляють перспективи розвитку та нові можливості для росту;
- підтверджують або спростовують висунені на початку дослідження гіпотези.

– **Statistica** – це універсальна інтегрована система, яка призначена для статистичного аналізу й візуалізації даних, управління базами даних й розробки для користувачів додатків, які містять широкий набір процедур аналізу для використання в наукових дослідженнях, бізнесі та техніці.

Statistica – це сучасний пакет статистичного аналізу, в якому реалізовані усі найновіші комп'ютерні та математичні методи аналізу даних. Можливості **Statistica** дозволяють знаходити нові способи перевірки робочих гіпотез й дослідження даних.

Це програмне забезпечення дозволяє здійснювати широкий спектр процедур обробки статистичних даних:

- описову статистику,
- аналіз багатомірних таблиць,
- багатомірну регресію,
- дискримінаційний аналіз,
- аналіз відповідностей,
- кластерний аналіз,
- факторний аналіз,
- дисперсійний аналіз тощо.

Процедуру обробки та аналізу даних починають з перевірки анкет з точки зору правильності та повноти її заповнення, відповідності відповідей одна одній; якщо є можливість невірні дані виправляють. Кожній анкеті надають свій номер. Якщо анкета містила відкриті питання, то наступним є стадія їх кодування, яке здійснюється шляхом ознайомлення з усіма можливими відповідями, які потім групують та кожній з них надають визначений код (на практиці найчастіше використовують числові коди від 1 до 10 або 15, такі ж самі коди використовують і для закритих питань). Після кодування дані анкет заносять до комп'ютеру (у заздалегідь розроблені форми) і створюють базу даних. Занесені дані специфікуються – тобто здійснюють фільтрацію і готують спеціальні програми, внаслідок яких програмне забезпечення сприяє отриманню необхідних результатів на виході. Для підготовленої бази даних розробляють таблиці та інструменти представлення результатів, за допомогою яких відображають отримані наслідки. Аналіз та інтерпретацію даних здійснюють відповідно до поставленої мети завдань дослідження. На заключному етапі дослідники готують висновки та створюють звіт – структурований документ, який містить відомості та результати проведеного дослідження.

Зважаючи на те, що існує численна кількість програмних продуктів, що дає можливість маркетологам, фахівцям в галузі міжнародного маркетингу та зовнішньоекономічної діяльності отримувати інформацію про обсяги первинних торгових даних, надаючи їх у доступних, зручних та інтерактивних веб-додатках, цифрові технології надають можливість визначати альтернативні ринки, продуктивність конкурентів та інформацію про імпорт/експорт компаній за допомогою **інтегрованого контенту – онлайн платформ з фільтрами за запитом**.

Вітчизняні фахівці в галузі експортних стратегій називають такі **інструменти цифрового маркетингу прискорювачами виходу вітчизняних підприємств на нові зарубіжні ринки**, адже вони дають можливість безкоштовно та швидко отримувати інформацію про маркетингове середовище світових ринків [70, с. 56].

Більшість лідируючих підприємств-експортерів України в практиці використовують 5-6 онлайн платформ з фільтрами за запитом, список яких щодня поповнюється новими інтегрованими контентами, які розробляються та підтримуються світовими організаціями для надання інформаційної підтримки бізнес-діяльності підприємств.

Розглянемо можливості онлайн платформ, які застосовуються на сучасному етапі розвитку цифрових технологій в міжнародних маркетингових дослідженнях (додаток А).

«UN Comtrade Database» – база даних ООН зі статистики міжнародної торгівлі товарами та послугами, найбільша в світі онлайн платформа з фільтрами за запитом, яка надає вільний доступ до детальної інформації глобальної торгівлі, останніх тенденцій в галузі торгівлі товарами та послугами з вказанням національних та товарних профілів міжнародної торгівлі. Крім того, містить аналітичні таблиці з торговельними показниками, які формуються за запитом дослідника, коефіцієнти конверсії зовнішньої торгівлі, індекси зовнішньої торгівлі, показники експорту. База даних «Comtrade» це унікальна цифрова технологія, яка створена для демонстрації інноваційного та експериментального використання даних міжнародної бізнес-діяльності ринків, підприємств і дозволяє візуалізувати великий обсяг даних, метаданих, провідних інструментів отримання даних за запитом і альтернативних платформ розповсюдження інформації.

На сучасному етапі до складу цієї онлайн платформи входить 18 коннект-платформ, які розробляються і обслуговуються різними світовими фаховими організаціями, дають можливість здійснювати аналітичне дослідження в сфері міжнародного маркетингу:

- **Атлас економічної складності 2.0** (центр міжнародного розвитку в гарвардському університеті) – оновлюється щомісяця, наділений економічними функціями, візуалізує дані до 2016 року, є інструментом для досліджень міжнародних ринків продажу (показники за 50 років, 900 товарів, всі світові ринки), активно використовується інвесторами, підприємцями вченими;
- **DIG BEIS** – платформа міжнародна торгівля, розроблена і супроводжується Департаментом міжнародної торгівлі Великої Британії. Відображає оновлені дані з візуалізацією на карті світу: експорт, імпорт, торговий баланс в зручній для дослідника кольоровій гамі з використанням часових рядів, інформації за 10 найбільшими торговими партнерами, 10 товарними групами. Візуалізацію можна добувати вибираючи конкретні ринки-партнери, конкретні товарні групи. Дозволяє аналітику зробити до 100 запитів;
- **Торгові потоки NAFTA** – коннект-платформа розроблена лабораторією Thomson Reuters, де зібрано і візуалізовано дані про імпортно-експортні облігації за всіма товарними групами в динаміці 1992-2019 рр.;
- **Бізнес-додаток Ghemawat** – платформа, що містить потужні інструменти, які допомагають аналітикам зрозуміти зв'язок між ринками-партнерами, містить картографи, показники міжнародної торгівлі, інформацію про потоки споживачів, за запитом дозволяє дослідити світовий ринок з погляду ринку однієї країни, в розрізі галузей або виду бізнес-діяльності, дозволяє виявити не використані можливості зарубіжних ринків країни. База даних охоплює 84 ринки, 100 видів міжнародної бізнес-діяльності;
- **ResourceTrade.earth** – розроблено Chathan House для вивчення взаємозалежності в глобальній торгівлі природними ресурсами, дозволяє виявити взаємозв'язок між ринками імпортерами та експортерами, регіонами в динаміці;
- **«Світ нафти»** – платформа для демонстрації результатів 20 річної торгівлі нафтою, обсяги продажу, цінність нафти, найбільші імпортери та експортери за період 1995-2019 рр.;
- **Аналітика ООН Comtrade** – торгова панель представлена у вигляді інтерактивної візуалізації даних часових рядів, що відображає оновлені дані показників розрахованих різними методами;
- **Карта торгівлі – «Trade Map»** представляє показники ефективності експорту, міжнародного попиту, альтернативні і конкурентні ринки, довідник підприємств імпортерів та експортерів у вигляді графіків, географічних карт, таблиць. Онлайн платформа з фільтрами за запитом «Trade Map» дозволяє робити запити на експорт або імпорт за товарними групами в розрізі країн або групи країн. Інтерактивна система «Trade Map» розроблена Департаментом Статистики Організації Об'єднаних Націй, а також на даних Всесвітньої Торгової Організації (WTO) і Організації Економічного Співробітництва та Розвитку (OECD). База даних система «Trade Map» охоплює 220 ринків, 99 товарних груп, 5300 товарів та послуг, щомісячні, щоквартальні і щорічні торговельні показники доступні за запитом – від найбільш агрегованого рівня до рівня тарифної лінії;
- **Глобус економічної складності** – відображає у динаміці всі товарні ринки, обсяги і напрями імпорту. Дозволяє орієнтуватися в експортних взаємозв'язках між товарами. Найпотужніша платформа, яка використовує інноваційні цифрові технології Web GL і дизайн, щоб візуалізувати торговельні потоки з можливістю перетворення в гістограми, змішані текстури ринків і діаграми з посиланнями на центри торгівлі (візуалізація 15 трильйонів дол світової торгівлі);
- **GFCC Competitiveness Decoder** – декодер конкурентоспроможності, який став першим інструментом цифрових технологій, що створений на даних в динаміці для візуалізації ключових факторів конкурентоспроможності, побудований на 130 показниках конкурентоспроможності, охоплює більше 100

товарних ринків за останні 35 років. Дозволяє дослідникам розуміти глобальну конкурентоспроможність створюючи візуалізацію показників за запитом аналітика;

- **WITS** – світове інтегроване торгове середовище, що представляє просту візуалізацію товарних потоків, тарифів, відкритість торгівлі, демонструє взаємозв'язок між станом міжнародних ринків і економічним зростанням;
- **SAS Visual Analytics** – в режимі реального часу представляється аналітична інформація за 300 млн показників, максимальний банк даних світової торгівлі;
- **Концентрація торгівлі партнерів** – щомісячна статистика міжнародної торгівлі у вигляді інтерактивного додатку «Концентрація партнерів на ринку» дозволяє визначити рівень концентрації конкурентів на оборотному товарному зарубіжному ринку;
- **Ресурси ф'ючерси** – аналізує останні тенденції у виробництві, продажу, споживанні сировини та матеріалів, готової продукції;
- **Глобальна економічна динаміка (GED)** – використовує нові інструменти цифрових технологій для вимірювання, прогнозування і модулювання динаміки обсягів продажу на міжнародних ринках;
- **Обсерваторія економічної складності** – дозволяє за запитом формувати характеристику країни-імпортера, забезпечує доступ до 200 товарних ринків, динаміку за 50 років і 1000 різних товарних груп і підгруп;
- **UN Comtrade** сучасна коннект платформа, доступна з ПК або мобільного телефона, працює в режимі реального часу, забезпечує щомісячне оновлення даних, текст, таблиці, графіки в будь-якому форматі.

Market Access – база даних доступу до ринків, тарифних ліній, еквівалентних та специфічних тарифів, а також квот на тарифні ставки, пільгові тарифи, які застосовуються в рамках двосторонніх і регіональних торговельних угод, в процесі митного оформлення, аналізі безпеки товарів. 10000 товарів і більш ніж в 150 країнах, що охоплюють більше 90% світової торгівлі.

Google shopping – веб-додаток, що дозволяє вивчати ціни на товари, товарні групи/ послуги.

Standardsmap – Стандарти в галузі стійкого розвитку. Карта містить 210 стандартів, кодексів поведінки, протоколів перевірки, точок доступу в глобальних ланцюгах поставок. Дана платформа забезпечує всебічну, перевірнену і прозору інформацію про добровільні стандарти стійкості та інших подібних ініціатив, що охоплюють такі питання, як якість і безпеку продуктів харчування. Основна мета інформаційної платформи полягає в зміцненні потенціалу виробників, експортерів, політиків і покупців. Користувачі, які представляють інтереси виробників, продуктів, брендів, ритейлерів, дослідників і розробників політики можуть:

- визначити стандарти або кодекси поведінки, які застосовуються до їх власного бізнесу;
- розглянути основні особливості окремих стандартів і кодів;
- провести порівняння вимог стандартів змісту;
- самостійно оцінити свій бізнес від стандартних вимог, створити свій персоналізований звіт, який відстежує дорожню карту на шляху до сталого розвитку торгівлі;
- зберігати і ділитися персоналізованим звітом з учасниками в області сталого розвитку.

Сайт Стандарти в області сталого розвитку спрямований на надання своїм користувачам вирішення таких проблем, як: відсутність надійного сховища інформації про стандарти; уникнення плутанини в зв'язку з поширенням стандартів, що застосовуються на міжнародних ринках, розроблені компаніями, галузевими асоціаціями; забезпечення прозорості та порівнянності даних між протоколами аудиторських компаній з метою створення довіри і взаємного визнання.

Exporthelpeuropa – коннект-платформа Митного Європейського Союзу та Союзу Генерального директорату митниці, призначена для забезпечення управління, захисту і розвитку митного союзу; для розрахунку митних зборів, митних процедур, митного контролю; вирішення проблем щодо подолання податкових перешкод та бар'єрів, які не дозволяють компаніям вільно працювати через кордони; ефективного реагування на міжнародні виклики, пов'язані з митною і податковою політикою; сприяння підвищенню ефективності співпраці між державами-членами з метою боротьби з податковим та митним шахрайством; забезпечення прозорості, надання інформації з питань оподаткування та діяльності митного союзу.

Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs – платформа Європейської комісії, що супроводжує проекти, спрямовані на розвиток бізнес-середовища, сприятливого обміну передовим досвідом та обміну ідеями серед підприємців, тобто для підтримки малого та середнього бізнесу. Дана платформа допомагає існуючим підприємцям знайти доступну інформацію про підтримку бізнесу, намагається залучити більше людей до організації бізнес-діяльності. Основна мета проекту полягає у підвищенні обізнаності керівництва підприємств про можливості управління претензіями і поліпшення їх використання через серію заходів, організованих у всіх країнах ЄС, детального вивчення інформації про тарифи ЄС, вимоги, пільгові домовленості, квоти і статистичні дані, що стосуються імпорту з країн торгових партнерів.

ExpodataBase – Інформація про міжнародні ярмарки і виставки, маркетингові заходи, планові заходи міжнародного рівня, аналіз проведених заходів, довідкова інформація і практичні посібники; видання, он-лайн бази даних і засоби навчання на основі знань компетентних фахівців міжнародного рівня.

Висновки

Всі розглянуті коннект-платформи виступають інформаційною базою для проведення міжнародних маркетингових досліджень підприємствами України і дають можливість на практиці застосовувати цифрові технології з метою підвищення ефективності міжнародної маркетингової діяльності.