

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО АНАЛИЗА ДЛЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

В современных условиях в ряде сфер экономических исследований существенно возрастает роль информационных технологий. Это обусловлено такими обстоятельствами как: ориентация компьютерных разработок на неподготовленного пользователя; снижение стоимости компьютерной техники; создание информационных массивов большой размерности в виде баз данных и знаний; разработка алгоритмов, ориентированных на решение трудноформализуемых задач. В результате стало возможным эффективное решение ряда задач, в том числе и в области маркетинга, с использованием информационных технологий. Для решения таких задач были разработаны новые подходы, в которых кроме математических методов и методик используются алгоритмические принципы искусственного интеллекта. К таким подходам относятся, как правило, эволюционные вычисления (Evolution Computing), нейронинформатика (Neural Network), нечеткая логика (Fuzzy Logic), теория хаоса (Chaos Theory), фрактальный анализ (Fractal Analysis), деревья решений (Decision trees).

В маркетинговых исследованиях весьма успешно могут применяться средства добычи знаний (Data Mining) и интеллектуальный анализ (Intelligent Computing). Технология и Data Mining, и Intelligent Computing представляют собой совместное использование выше перечисленных подходов. Эти две технологии позволяют эффективно выделять классификационные признаки в неструктурированных массивах данных, классифицировать информацию, оптимизировать решение, прогнозировать затраты и другие ресурсы. При этом в отличие от традиционных методов и подходов к решению таких задач Data Mining и Intelligent Computing позволяют осуществлять обработку противоречивых, неполностью определенных данных большой размерности и даже в ситуации, когда отсутствует строго алгоритмизируемое решение.

Таким образом, развитие современных информационных технологий позволяют эффективно решать ряд неформализуемых задач, например, таких как Database Marketing, исследование рынков сбыта, выбор маркетинговой стратегии, прогнозирование результатов.