

ных суждениях. Далее для каждого критерия рассчитаны векторы приоритетов компаний. Соответствующие матрицы парных сравнений проверены на случайность суждений. На основе приоритетов компаний для каждого критерия в табл. 3 был рассчитан вектор глобальных приоритетов, определяющий позицию, которую компания занимает в рейтинге предпочтений.

Таблица 3 — Оценка глобальных приоритетов

	Цена, дол. США	Мощность, Вт	КПД, %	Гарантия, лет	Вес, кг	Количество, шт.	Вектор глобальных приоритетов
Panasonic	0,0719	0,3391	0,6054	0,0654	0,5335	0,3689	0,2899
Longe Solar	0,3391	0,589	0,2915	0,6328	0,0623	0,5756	0,4471
Abi-SOLAR	0,589	0,0719	0,1031	0,3018	0,4042	0,0555	0,263

Источник: собственная разработка.

Таким образом, наиболее предпочтительной является покупка солнечных панелей у компании Longe Solar.

<http://edoc.bseu.by/>

И.В. Денисейко, ассистент
lryna-x@yandex.ru
 БГЭУ (Минск)

К ВОПРОСУ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКТОВ ДЕТСКОГО ПИТАНИЯ БЕЛОРУССКОГО ПРОИЗВОДСТВА

Белорусский рынок детского питания предлагает потребителям продукцию многих отечественных и зарубежных торговых марок. С целью изучения предпочтений потребителей проведено маркетинговое исследование путем анкетирования более 400 потребителей. Было предложено оценить продукты детского питания различных брендов, а также важность факторов, оказывающих влияние на предпочтение той или иной торговой марки. На основе применения методов факторного анализа удалось выявить латентные переменные, имеющие смысл предпочтения торговых марок белорусского, российского и импортного (кроме российского) производства [1]. В дальнейшем рассчитаны коэффициенты ранговой корреляции набора признаков, представленные в таблице.

Коэффициенты ранговой корреляции Спирмена и их *t*-статистики, оценивающие влияние показателей на предпочтение торговых марок

Показатель	Предпочтение торговых марок производителей					
	белорусских		российских		импортных	
	<i>r</i>	<i>t_r</i>	<i>r</i>	<i>t_r</i>	<i>r</i>	<i>t_r</i>
Приемлемая цена	0,261	5,466	0,155	3,167	0,085	1,729
Хороший вкус	-0,022	-0,439	0,111	2,256	0,150	3,065
Высокое качество	0,020	0,411	0,032	0,643	0,162	3,316
Отсутствие нежелательных добавок	0,088	1,788	0,023	0,455	0,052	1,062
Доступность	0,072	1,458	0,136	2,767	0,005	0,107
Положительный опыт использования	-0,062	-1,253	0,082	1,658	0,103	2,091
Доходы на 1 члена семьи	-0,133	-2,709	-0,146	-2,987	0,187	3,835

С учетом того что для уровня значимости 5 % критический уровень статистики Стьюдента равен 1,97, а для значимости 1 % — 2,59, можно сделать ряд выводов на основе данных таблицы. Так, наблюдается существенная корреляция между доходами на одного члена семьи и предпочтениями потребителей. При росте доходов потребители склонны отказываться от покупки продукции белорусских и российских брендов в пользу более дорогих импортных, считая их более качественными и вкусными. Кроме того, при выборе импортной продукции для потребителей важно получать информацию о положительном опыте использования от друзей и знакомых. При выборе российских брендов для потребителей важными факторами являются относительно невысокая стоимость, хороший вкус и доступность на полках магазинов. Белорусская продукция, судя по данным выборочного опроса, привлекает в основном своей ценой. Этот факт является поводом для маркетологов белорусских предприятий продумать методы повышения имиджа своей продукции и ее продвижения. Обратная, хоть и незначимая, корреляция предпочтения белорусских брендов с такими факторами, как хороший вкус и положительный опыт использования, говорит о недостаточности работы над имиджем белорусских брендов продуктов детского питания.

Источник

1. Денисейко, И.В. Оценка предпочтений к торговым маркам продуктов детского питания на основе выборочной совокупности белорусских потребителей / И.В. Денисейко, Г.О. Читайа // Бизнес. Инновации. Экономика. — 2018. — № 2. — С. 186–192.

А.И. Дмитриев, магистрант
artsemi.dzmitryieu@gmail.com
БГЭУ (Минск)

БИЗНЕС-АНАЛИТИКА СРЕДСТВАМИ MS SQL SERVER И POWER BI

Компания Microsoft на протяжении многих лет выпускает продукты для работы с данными и бизнес-аналитики. Основным из них является СУБД MS SQL Server, подходящая для задач оперативного (OLTP) и аналитического (OLAP) учета данных. Кроме того, компания предлагает дополнительные компоненты для работы с данными в экосистеме SQL Server'a:

- SQL Server Integration Services (SSIS) — компонент для интеграции данных из различных источников;
- SQL Server Reporting Services (SSRS) — компонент для подготовки predefined отчетов;
- SQL Server Analysis Services (SSAS) — компонент для подготовки OLAP-кубов.

Для загрузки данных из различных источников в единое хранилище информации компания Microsoft предоставляет инструмент SQL Server Integration Services, поддерживающий полный процесс ETL, включающий извлечение данных из множества источников, трансформацию и загрузку в хранилище. Бизнес-пользователи получают информацию при помощи различных отчетов. Для создания predefined отчетов может быть использован инструмент SQL Server Reporting Services, разработанный для подготовки как печатных, так и интерактивных отчетов. Взаимодействие с интерактивными отчетами осуществляется через браузер или мобильное приложение.

Для более быстрого и глубокого анализа данных может потребоваться инструмент для создания OLAP-кубов — SQL Server Analysis Services (SSAS), поддерживающий технологии Data Mining, что в совокупности с другими инструментами Microsoft позволяет строить системы предиктивной аналитики.