

**«Маркетинговые стратегии российских компаний: поиск путей повышения
эффективности»**

Доклад:

**«СРЕДСТВА BUSINESS INTELLIGENCE И ИХ
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В УПРАВЛЕНИИ ПОСТАВКАМИ»**

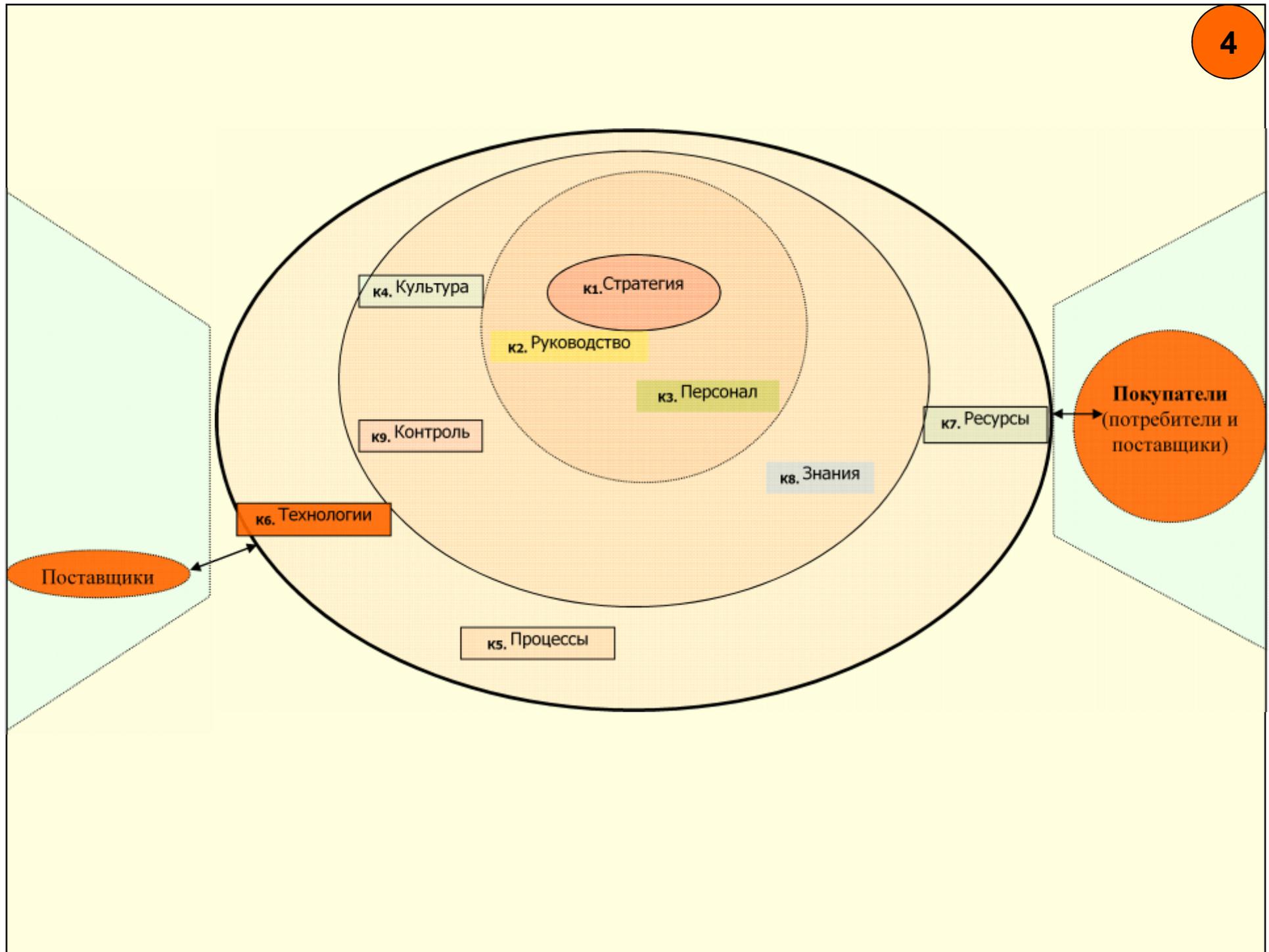
**Яковлев А.В.
Бойцов А.А.
Виноградова О.В.**

**Санкт-Петербург
2007**

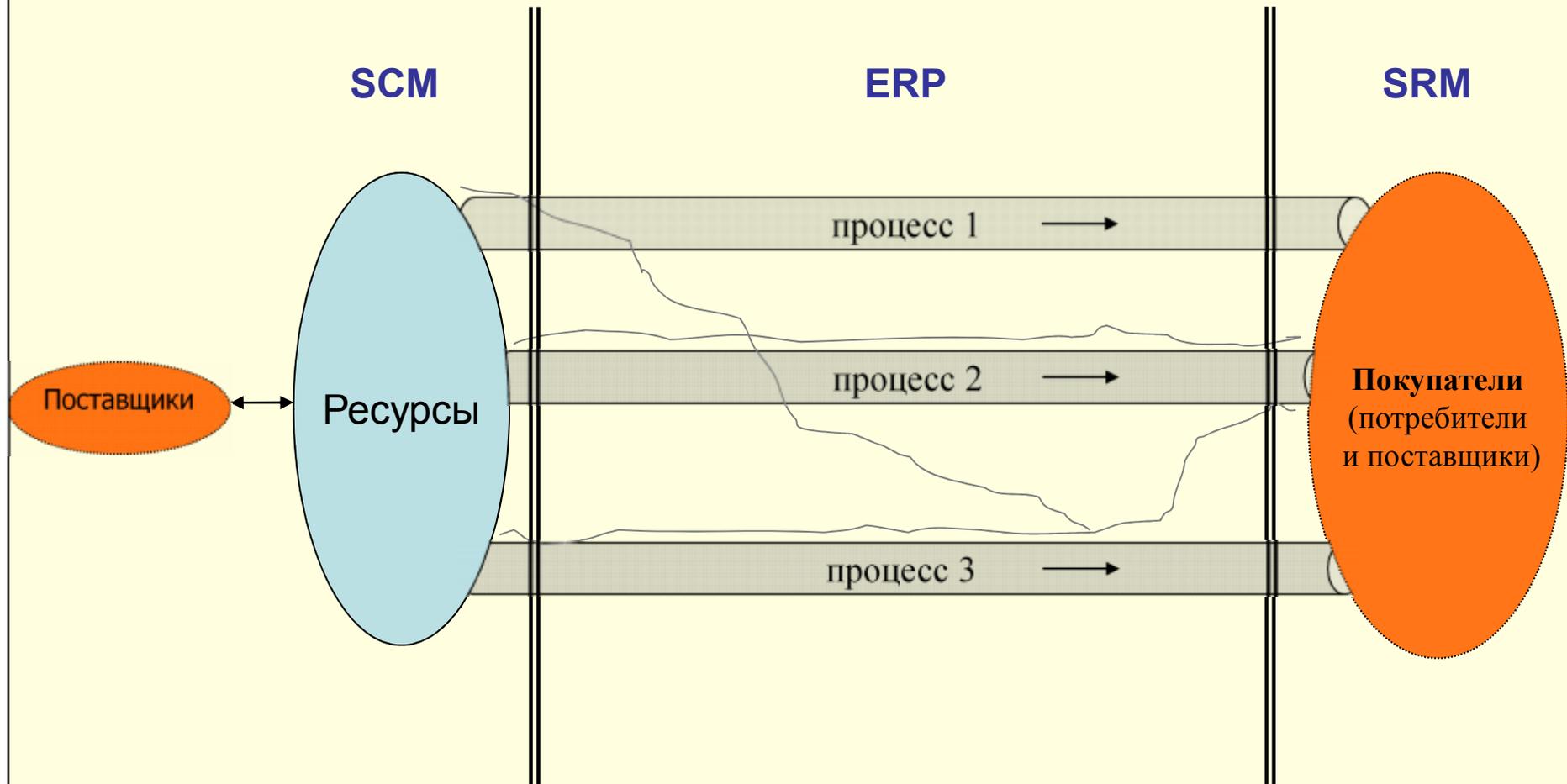


Основные процессы: (The main processes)

- Поиск новых поставщиков;
(Finding new suppliers)
- Оценка уровня поставщиков;
(Estimation of suppliers level)
- Управление взаимоотношением с поставщиками.
(Management of business relation with suppliers)



Зоны применения технологий



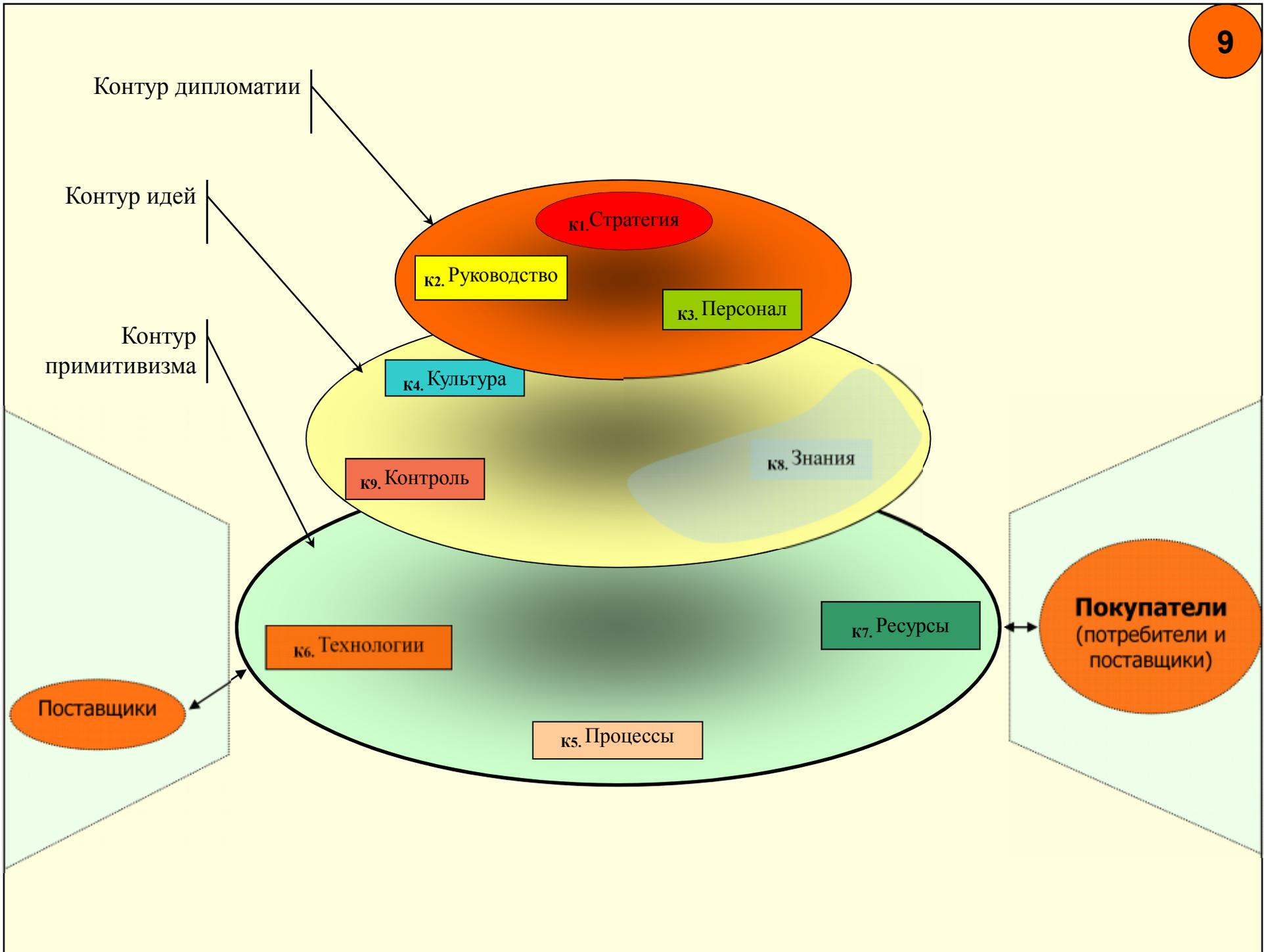
Показатели компании Unisys:

- Время вывода на рынок новой продукции - уменьшили на 60%;
- Число типов закупаемых комплектующих – уменьшили на 70%;
- Число поставщиков – уменьшили на 63%;
- Возврат продукции от клиента - уменьшили с 3,6% до 1%;
- Уровень качества материалов – увеличили на 90%.

Business intelligence (BI) is a business management term which refers to applications and technologies which are used to gather, provide access to, and analyze data and information about their company operations. Business intelligence systems can help companies have a more comprehensive knowledge of the factors affecting their business, such as metrics on sales, production, internal operations, and they can help companies to make better business decisions. Business Intelligence should not be confused with competitive intelligence, which is a separate management concept.

Основные механизмы ВІ и области их применения в бизнесе

Название механизма ВІ	Где используется в бизнесе
<i>Модификация данных</i>	Изменение профиля покупателя
<i>Кластерный анализ</i>	Выявление групп покупателей в зависимости от типов покупаемой продукции.
<i>Ассоциации и последовательности</i>	Анализ покупательского спроса. Оценка связи между совместными событиями.
<i>Дерево</i>	Маркетинговые исследования
<i>Нейронная сеть</i>	Исследование проблем прогнозирования.
<i>Регрессия</i>	Исследование спроса на покупаемую продукцию



Выводы:

1. В условиях глобализации экономики, с ростом уровня менеджмента и объемов бизнеса, компании неизбежно сталкиваются с **необходимостью применять средства VI для приобретения дополнительных конкурентных преимуществ** посредством сокращения потерь, ускорения освоения новой продукции и наилучшего удовлетворения потребностей своих клиентов.
2. Философия SCM рассматривает **цепь поставок как единое целое**, следовательно в концепции уже заложена возможность синергетического эффекта для создания уникальных источников потребительской ценности, но эту возможность еще надо реализовать.
3. Только **взаимное увязывание интересов и возможностей** сторон – участников цепочки поставок **по принципу сбалансированных отношений в соответствии с методологией «9 ключей бизнеса»** позволяет добиться справедливого распределения затрат и прибылей всех сторон. Это укрепит саму цепочку поставок и позволит планомерно улучшать работу всех её звеньев.
4. Основным принципом организации сбалансированных взаимоотношений является принцип «поставщик должен работать со своим поставщиком так же, как работают с ним». Можно сказать, что состояние производства поставщика это зеркало предприятия-заказчика. И то предприятие, которое лидирует в цепочке поставок только тогда добьется высокого и стабильного результата, **когда сможет поднять уровень всех участников цепочки** поставок до своего уровня. Надо помнить, что развитие цепочки поставок определяются, прежде всего, **сменой преобладающих типов взаимодействия и взаимоотношений между её членами**. И чем выше уровень менеджмента и социальной ответственности участников цепочки поставок, тем большую выгоду от взаимоотношений получают как они сами, так и конечный потребитель.



**Губернатор Санкт-Петербурга
Валентина Ивановна Матвиенко
награждает авторов методологии
«9 ключей бизнеса». Июнь 2006 года**

«Маркетинговые стратегии российских компаний: поиск путей повышения эффективности»

Доклад:

«СРЕДСТВА BUSINESS INTELLIGENCE И ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В УПРАВЛЕНИИ ПОСТАВКАМИ»

Санкт-Петербург
2007

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ



**Яковлев
Александр Викторович**



**Бойцов
Андрей Александрович**



**Виноградова
Ольга Владимировна**

www.ismss.ru