

Анализ рыночной корзины (Market Basket Analysis)

Синонимы: Ассоциативные правила

Разделы: [Бизнес-задачи](#)

Анализ рыночной корзины в [Data Mining](#) — задача выявления устойчивых наборов товаров, приобретаемых клиентами в супермаркете по одному чеку (например, «картошка, лук и салат», «макароны и кетчуп», «пиво и чипсы», «чай и выпечка» и т.д.). Очевидно, что знание таких наборов позволяет оптимизировать товарный ассортимент и размещение товаров в торговом зале с целью «спровоцировать» покупателя на покупку нескольких товаров из набора. Чтобы, например, клиент, купивший чай, «не забыл» купить печенье к нему.

Позднее данный метод вышел за рамки розничной торговли и стал активно использоваться в других предметных областях бизнеса. Например, для обнаружения групп неисправностей автомобиля, которые чаще всего возникают совместно, с тем, чтобы предложить клиенту набор работ по их устранению, или для выявления наборов услуг, чаще всего приобретаемых клиентом за одно посещение салона красоты.

Таким образом, в более широком смысле анализ рыночной корзины — это поиск устойчивых групп событий, происходящих совместно, в некоторой предметной области. Поэтому его можно рассматривать как направление в рамках более общей методологии поиска связей между событиями и явлениями, называемой аффинитивным анализом.

Целью применения анализа рыночной корзины в розничной торговле обычно являются:

- создание бизнес-шаблонов покупок;
- оптимизация ассортимента товаров и их запасов;
- оптимизация размещения товаров на витринах и в торговых залах (чтобы товары из одного шаблона размещались рядом друг с другом);
- повышение эффективности маркетинговых кампаний и промо-акций (например, предлагать скидку на все товары из шаблонов);
- снижение стоимости рекламных кампаний.

Например, можно выбрать ключевой товар группы, который покупается наиболее часто, и выделить сопутствующие товары, покупаемые вместе с ним. Тогда рекламную кампанию будет целесообразно сосредоточить на ключевом товаре, который «потянет» за собой и сопутствующие, что избавит от необходимости рекламировать их отдельно.

В настоящее время основным инструментом анализа рыночной корзины является аппарат ассоциативных правил и последовательных шаблонов. Наиболее популярным алгоритмом поиска ассоциативных правил является масштабируемый алгоритм Apriori и его разновидности. В Logipom функционалом анализа рыночной корзины обладает обработчик ассоциативные правила, который выявляет указанные правила в транзакционных данных наборов товаров.