

Шигапова А.И.

студент магистратуры

Казанский (Приволжский) федеральный университет

Россия, г. Казань

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ КОНКУРЕНТНОГО АНАЛИЗА РЫНКА

Аннотация: Анализ конкурентного рынка имеет решающее значение для компаний, стремящихся стратегически позиционировать себя, отличаться от конкурентов и извлекать выгоду из рыночных возможностей. В статье рассматриваются инновационные методы конкурентного анализа рынка и их преимущества по сравнению с традиционными. В статье также рассмотрены методы анализа с использованием цифровых технологий.

Ключевые слова: анализ, инновация, инновационные методы, конкурентная среда, цифровые технологии, конкуренция, искусственный интеллект.

Shigarova A.I.

Master's degree student

Kazan (Volga Region) Federal University

INNOVATIVE METHODS OF COMPETITIVE MARKET ANALYSIS

Abstract: Competitive market analysis is crucial for companies seeking to strategically position themselves, differentiate themselves from competitors and benefit from market opportunities. The article discusses innovative methods of competitive market analysis and their advantages over traditional ones. The article also discusses methods of analysis using digital technologies.

Keywords: analysis, innovation, innovative methods, competitive environment, digital technologies, competition, artificial intelligence.

Развитие рынка привело к усилению конкуренции и как следствие необходимости формировать новые способы анализа конкурентных предложений для создания уникального продукта, удовлетворяющего имеющиеся спросы. Анализ конкурентного рынка имеет решающее значение для компаний, стремящихся стратегически позиционировать себя, отличаться от конкурентов и извлекать выгоду из рыночных возможностей. Традиционные методы, такие как SWOT – анализ и анализ пяти факторов, были основой на протяжении десятилетий, но с развитием технологий, больших объемов данных и потребностью в более быстром анализе появилось несколько инновационных методов.

Развитие искусственного интеллекта активно влияет на различные сферы жизнедеятельности человека, так в рамках проведения анализа для изучения и моделирования поведения человека также активно применяются новые технологии. Одним из современных методов является – «Анализ настроений». Используя искусственный интеллект (ИИ) и алгоритмы машинного обучения, компании могут анализировать настроения клиентов на различных платформах, таких как социальные сети, онлайн-обзоры и форумы. Это формирует представление о том, что потребители говорят о конкурентах, позволяя компаниям выявлять пробелы на рынке или области, требующие улучшения.

Еще одним современным инструментом для формирования быстрого доступа к данным и обобщения статистики является аналитика трафика в Интернете и приложениях. Такие инструменты, как SimilarWeb или App Annie, дают представление о посещаемости веб-сайтов конкурентов, демографии аудитории, показателях вовлеченности и даже источниках трафика. Исходя из сведений о том, как конкуренты получают свой трафик и какие сегменты наиболее привлекательны, компании могут разрабатывать целевые стратегии.

Еще одной способностью современного анализа является возможность мониторинга цен в режиме реального времени. Алгоритмы и инструменты динамического ценообразования позволяют отслеживать цены конкурентов в режиме реального времени, позволяя компаниям мгновенно корректировать свои ценовые стратегии и оставаться конкурентоспособными. Помимо постоянного мониторинга и отслеживания цен специализированные системы способны формировать существующую картину рынка и позиций конкурентов. Для этого разработаны платформы конкурентной разведки на основе подписки. Такие платформы, как Crayon и Contify, предоставляют информацию о действиях конкурентов в режиме реального времени, от обновлений продуктов до маркетинговых кампаний.

Еще одним схожим источником проектирования является краудсорсинговая информация. Такие платформы, как Kaggle или Innocentive, позволяют компаниям ставить задачи и получать информацию от широкого круга внешних экспертов. Таким образом, они могут получить новые представления о позиционировании на рынке и конкуренции.

Развитие технологий привело к распространению географии деятельности большинства компаний. Как следствие возник такой инструмент, как геопространственный анализ. Использование географических информационных систем (ГИС) может дать представление о динамике региональной конкуренции, проникновении на рынок и логистических соображениях.

Чтобы максимально использовать преимущества этих инновационных методов, компаниям часто приходится комбинировать множество инструментов и подходов, обеспечивая всестороннее и целостное представление о конкурентной среде. Интеграция результатов с процессом принятия стратегических решений в компании в равной степени важна для получения полезной информации.

После представления характеристики наиболее популярных инновационных методов проведения конкурентного анализа рынка необходимо изучить преимущества современных методов над традиционными.

Инновационные методы анализа конкурентного рынка обладают рядом преимуществ по сравнению с традиционными:

– предоставление информации в режиме реального времени, многие из новых инструментов, особенно те, которые используют цифровую аналитику, предоставляют данные в режиме реального времени. Это позволяет компаниям быстро реагировать на изменения в конкурентной среде, в то время как традиционные методы часто работают с более старыми данными;

– детализация данных, цифровые инструменты могут копаться глубоко, предоставляя очень конкретную информацию о поведении пользователей, настройках и предпочтениях. Традиционные методы, такие как опросы, могут не охватывать такую детализацию;

– автоматизация современных систем, инструменты, основанные на искусственном интеллекте и машинном обучении, могут автоматизировать значительную часть процесса сбора и анализа данных. Это не только ускоряет анализ, но и уменьшает количество человеческих ошибок;

– системы прогнозирования, продвинутая аналитика может прогнозировать будущие тенденции на основе текущих и прошлых данных, позволяя компаниям предвидеть изменения на рынке, а не просто реагировать на них;

– современные инструменты часто можно адаптировать к конкретным отраслевым потребностям, и их можно легко масштабировать по мере роста компании или изменения конкурентной среды;

– несмотря на первоначальные инвестиции в некоторые из этих инструментов, в долгосрочной перспективе они могут оказаться более

рентабельными, чем многократное проведение маркетинговых исследований или ручной анализ данных.

Однако стоит отметить, что, современные методы не обязательно должны заменять традиционные, а наоборот дополнять их. Сочетание сильных сторон как традиционных, так и инновационных методов может обеспечить надежный и всесторонний конкурентный анализ.

Использованные источники:

1. Андрианова Е. Г. и др. Обзор современных моделей и методов анализа временных рядов динамики процессов в социальных, экономических и социотехнических системах //Russian Technological Journal. – 2020. – Т. 8. – №. 4. – С. 7-45.

2. Удальцова Н. Л. Современные методы анализа и моделирования бизнес-процессов //Лидерство и менеджмент. – 2021. – Т. 8. – №. 2. – С. 185-200.

3. Павлова Ю. В. Управление персоналом в организации: современные подходы к построению системы управления персоналом //Актуальные научные исследования в современном мире. – 2020. – №. 8-3. – С. 5-11.

4. Отварухина Н., Веснин В. Современный стратегический анализ. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. – Litres, 2022.