УДК 004.8

ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДІВ ТА ІНСТРУМЕНТІВ АНАЛІЗУ КОНКУРЕНТІВ У СФЕРІ ІТ-ПРОДУКТІВ

Канатьєв М.Ю.[1]; Іщенко О.В.[2]; Єфімов Д. Д.[3] ; Гайдаєнко О.В[4]. к.т.н., доцент
[1,2,3,4] НУК ім. адм. Макарова
[1,2,3,4] Україна, Миколаїв
[1] myu.kanatiev@gmail.com; [2] zipshow2017@gmail.com; [3] denysyefimov2003@gmail.com; [4]ORCID:0000-0002-6614-5443

Анотація. *У роботі представлено результати дослідження сучасних методів та інструментів конкурентного аналізу, які застосовуються у сфері ІТ-продуктів. Розглянуто особливості ринку ІТ, проаналізовано класичні та сучасні аналітичні підходи SWOT, PEST, Benchmarking, а також сформульовано концепцію розробки автоматизованої інформаційної системи конкурентного аналізу. Зазначено потенціал практичного використання таких систем для ухвалення стратегічних управлінських рішень у ІТ-компаніях.*

Ключові слова: *конкурентний аналіз; SWOT; PEST; Benchmarking; інформаційна система; ІТ-продукти; стратегічне управління*.

Вступна частина. У сучасному конкурентному середовищі компанії, що працюють на ринку інформаційних технологій, стикаються з високою динамікою розвитку продуктів, стрімкою зміною споживчих потреб та появою нових гравців. Для збереження конкурентоспроможності критично важливим є систематичний аналіз конкурентів, прогнозування тенденцій та своєчасна адаптація бізнес-стратегій. Застосування методів машинного навчання та цифрових інструментів аналітики дозволяє значно підвищити ефективність таких процесів та зменшити витрати часу на опрацювання великих масивів даних.

Метою роботи є розробка та обґрунтування ефективних методів і інструментів аналізу конкурентів у сфері ІТ-продуктів, які забезпечують систематичний збір, обробку та інтерпретацію ринкових даних з метою підтримки прийняття стратегічних управлінських рішень, підвищення конкурентоспроможності компаній та вдосконалення їх бізнес-стратегій**.**

Основна частина. Аналіз сучасних наукових досліджень щодо проблематики конкурентного аналізу активно досліджували як українські, так і зарубіжні фахівці. У [1] розроблено модель п’яти конкурентних сил, яка стала основою стратегічного аналізу. В публікації [2] сформовано базові принципи позиціонування продуктів на ринку. В [3] розкрито сучасні дослідження зосереджені на автоматизації збору даних, використанні великих даних (Big Data) та алгоритмів ML для глибокої аналітики конкурентів.

У роботі було розглянуто три ключові інструменти такі як SWOT-аналіз — для виявлення сильних та слабких сторін конкурентів, можливостей і загроз. PEST-аналіз — для врахування впливу зовнішніх факторів (політичних, економічних, соціальних, технологічних). Benchmarking — для порівняння з лідерами ринку та виявлення точок росту.

На основі цих методів розроблено концепцію автоматизованої інформаційної системи конкурентного аналізу, яка передбачає збір даних з відкритих джерел та API, класифікацію конкурентів за сегментами, аналітичну обробку та візуалізацію результатів, підтримку прийняття управлінських рішень.

Застосування Benchmarking на прикладі компанії “TechSoft” яка займається розробкою SaaS-платформи для управління проєктами. Для оцінки конкурентного середовища було обрано три ключові компанії — “Competitor A”, “Competitor B” та “Competitor C”, які пропонують аналогічні рішення, див.табл.1.

Таблиця 1.

Ключові показники для порівняння**.**

Показник	**TechSoft**	**Competitor A**	**Competitor B**	**Competitor C**
Інтерфейс користувача (UI/UX)	4/5	5/5	3/5	4/5
Швидкість роботи	3/5	4/5	4/5	5/5
Цінова політика	4/5	3/5	5/5	4/5
Можливості інтеграцій	3/5	5/5	4/5	4/5
Підтримка клієнтів	5/5	4/5	4/5	3/5

Сильна сторона TechSoft — сервіс підтримки клієнтів. Слабке місце — продуктивність та інтеграції. Для досягнення рівня лідерів ринку компанії доцільно оптимізувати швидкодію платформи та розширити набір інтеграцій. Отримані дані будуть використані як основа дорожньої карти розвитку продукту та формування конкурентної стратегії.

Висновки. Дослідження підтверджує, що впровадження автоматизованих систем конкурентного аналізу на основі сучасних методів і інструментів суттєво підвищує якість стратегічного планування ІТ-компаній. Такі системи допомагають оперативно реагувати на зміни ринку, зменшити ризики прийняття неефективних рішень, покращити стратегічне позиціонування продуктів.

У майбутньому передбачається інтеграція системи з ML-модулями для прогнозування поведінки конкурентів та ринкових тенденцій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

[1] Davenport, T. H., & Ronanki, R. (2018). Artificial intelligence for the real world. *Harvard Business Review, 96*(1), 108–116.

[2] Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson.

[3] Russell, S., & Norvig, P. (2020). Artificial intelligence: A modern approach (4th ed.). Pearson

Kanatiev M, Ishchenko O, Yefimov D, Haidaienko O.

Research of methods and tools for competitor analysis in the field of it products

Abstract. *The paper presents the results of a study of modern methods and tools of competitive analysis used in the field of IT products. The features of the IT market are considered, classical and modern analytical approaches SWOT, PEST, Benchmarking are analyzed, and the concept of developing an automated information system of competitive analysis is formulated. The potential of practical use of such systems for making strategic management decisions in IT companies is indicated.*

Keywords: *competitive analysis; SWOT; PEST; Benchmarking; information system; IT products; strategic management.*