

УДК 004.942

**АНАЛИЗ ПОДХОДОВ К ВЫБОРУ ОПТИМАЛЬНОЙ БИЗНЕС-ЛОКАЦИИ:
РАЗРАБОТКА ПРОДУКТОВОГО РЕШЕНИЯ НА ОСНОВЕ ПРЕДИКТИВНОЙ
АНАЛИТИКИ И ГЕОАНАЛИЗА ДЛЯ ПОДДЕРЖКИ НАЧИНАЮЩИХ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ**

Сидоренкова С.А. (ИТМО)

**Научный руководитель – кандидат экономических наук, доцент Гаврилюк Е.С.
(ИТМО)**

Введение. Выборность локации для развития бизнеса особенно актуальна в условиях роста конкуренции и развития малых и средних предприятий. Предиктивная геоаналитика повышает точность прогнозирования успешности выбора локации. Пространственно-временной анализ, большие данные при мониторинге трафика, а также геосоциальное влияние являются основой оценки паттернов городской торговли и местоположения. Предиктивная аналитика и машинное обучение развивают новые возможности в оценке потенциала различных районов [1]. Изучение инновационных подходов, объединяющих большие данные и геаналитику, позволяют создать продуктивное решение для поддержки принятия решений начинающих предпринимателей по выбору локации бизнеса.

Основная часть. Современные методы геоаналитики и предиктивной аналитики основаны на эффективном использовании пространственно-временных данных для картирования покупательских паттернов в розничной торговле, которые используются для оценки локации бизнеса. Также модель геосоциального влияния, позволяет учитывать влияние социальных факторов и расширяет традиционные подходы в планировании местоположения бизнеса.

При разработке продуктивного решения и интеграции данных имеет высокую степень важности комплексный анализ, включающий эмпирические методы исследования и оценку устойчивости городских экономических систем. Современные интеллектуальные подходы, например, QuIS демонстрируют потенциал автоматизированного выбора местоположения с использованием машинного обучения [2]. Объединение различных источников данных в продуктивном решении, обеспечивает начинающих предпринимателей аналитическим инструментом. Применение предиктивной аналитики позволяет построить эффективный прогноз, в основе которого анализ точек интереса и транспортных потоков [3].

Анализ существующих работ в данной тематике позволяет оценить разработку интегрированной платформы для выбора локации, как перспективное решение для снижения рисков ошибок на первых этапах развития бизнеса и повышения конкурентоспособности предприятия. Исследования указывают на важность роли информационных технологий в оптимизации принятия решений, внедрение продуктивного решения обеспечивает эффективное использование ресурсов и устойчивость бизнеса [4], [5].

Выводы. Проведен анализ существующих инновационных подходов и методов для оценки местоположения бизнеса. Практическая реализация представленных моделей и интеграция мультифакторных данных (демографических, транспортных, социальных и экономических) способствует принятию обоснованных решений в условиях динамического развития рынка.

Список использованных источников:

1. Bakhtiar Feizizadeh, Davoud Omarzadeh, Thomas Blaschke «Spatiotemporal mapping of urban trade and shopping patterns: A geospatial big data approach» // International Journal of Applied Earth Observation and Geoinformation. – 2024. – Volume 128. – С. 1-14.
2. Sebastian Baumbach, Florian Sachs, Sheraz Ahmed, Andreas Dengel. QuIS: The Question

of Intelligent Site Selection. JOURNAL OF LATEX CLASS FILES, 2020, №14, 8. C. 1-14.

3. Qian Zeng, Ming Zhong, Yuanyuan Zhu, Tieyun Qian, Jianxin Li. Business location planning based on a novel geo-social influence diffusion model. Information Sciences, 2021, №559, C. 61-74.

4. Nicholas A Phelps, Andrew Wood. The business of location: Site selection consultants and the mobilisation of knowledge in the location decision. Journal of Economic Geography, 2018, №18 (5). C. 1-22.

5. Candice Clouse, Ashutosh Dixit, Nazli Turken. The role of place image for business site selection: a research framework, propositions, and a case study. Place Branding and Public Diplomacy, 2020, №16 (8), C. 174–186.