

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Навчально-науковий інститут бізнесу, економіки та менеджменту
Кафедра фінансових технологій і підприємництва

«До захисту допущено»
Завідувачка кафедри, д.е.н., проф.
_____ Лариса ГРИЦЕНКО
(підпис)
«_____» _____ 2023 р.


КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
освітньо-професійної програми «Електронний бізнес, фінанси та комунікації»
на тему: Цифрові платформи та продукти в сучасному бізнес-середовищі
Здобувача (ки) групи ЕН-91/2бфк Гненика Максима Олеговича
(шифр групи) (прізвище, ім'я, по батькові)

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

_____ Максим ГНЕНИК
(підпис) (Ім'я та ПРІЗВИЩЕ здобувача)

Керівник доцент, доктор економічних наук, професор Олексій ЗАХАРКІН
(посада, науковий ступінь, вчене звання, Ім'я та ПРІЗВИЩЕ)



(підпис)

Суми 2023

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Навчально-науковий інститут бізнесу, економіки та менеджменту
Кафедра фінансових технологій і підприємництва

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувачка кафедри, д.е.н., проф.

Лариса ГРИЦЕНКО

(підпис)

« ____ » _____ 2023 р.

ЗАВДАННЯ

до кваліфікаційної роботи на здобуття освітнього ступеня бакалавр

Здобувача (ки) групи ЕН-91/26фк інституту (центру) Навчально-науковий інститут бізнесу, економіки та менеджменту Сумського державного університету спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Гненика Максима Олеговича

(прізвище, ім'я, по батькові студента)

Тема роботи «Цифрові платформи та продукти в сучасному бізнес-середовищі»

Затверджено наказом по СумДУ № 0509-VI від «15» травня 2023 р.

Термін здачі здобувачем завершеної роботи «14» червня 2023 р.

Вихідні дані до роботи: нормативні й законодавчі акти, матеріали статистичної звітності, інструкції та положення, матеріали монографій, періодичних видань, підручників і навчальних посібників, дані фінансової звітності суб'єктів господарювання, організацій та установ тощо.

Зміст основної частини роботи (перелік питань для розроблення):

1. Теоретичний контекст цифрових платформ та продуктів;
2. Практичне використання цифрових платформ та продуктів
3. Стратегії розробки і використання цифрових платформ і продуктів

Дата видачі завдання: «17» квітня 2023 р.

Керівник доктор економ. наук, професор Олексій ЗАХАРКІН

(посада, науковий ступінь, вчене звання, ім'я та ПРІЗВИЩЕ)



(підпис)

Завдання прийнято до виконання « ____ » _____ 20__ р.

(підпис)

Максим ГНЕНИК

(Ім'я та ПРІЗВИЩЕ здобувача)

АНОТАЦІЯ

кваліфікаційної роботи на здобуття освітнього ступеня бакалавр

на тему:

Цифрові платформи та продукти в сучасному бізнес-середовищі

(назва кваліфікаційної роботи)

Гненіка Максима Олеговича

Основний зміст кваліфікаційної роботи викладено на 62 сторінках, з яких список використаних джерел із 45 найменувань. Робота містить 13 таблиць, 9 рисунків.

Актуальність теми кваліфікаційної роботи обумовлена потребою сучасних підприємств у впровадженні цифрових платформ та продуктів для забезпечення конкурентоспроможності та створення нових можливостей для розвитку

Мета кваліфікаційної роботи – виявлення розвитку цифрових платформ та продуктів, їхнього впливу на бізнес-процеси та пошук ефективних рішень для підприємств у контексті цифрової трансформації.

Методи дослідження: аналітичний огляд літератури, аналіз відповідних статистичних даних та проведення аналізу трендів за допомогою відповідного програмного забезпечення.

Основний результат роботи – це взаємозв'язок з іншими науковими дослідженнями і практичними розв'язаннями.

Робота базується на інформаційній базі, яка включає наукові публікації, дослідження, статистичні дані та офіційні документи відповідних наукових установ та організацій. Також використані дані з відкритих джерел, які допоможуть у дослідженні актуального стану цифрових платформ та продуктів у сучасному бізнес-середовищі.

Кваліфікаційна робота виконувалася у межах науково-дослідної роботи №0121U114364 «Соціально-економічні виклики в умовах цифровізації суспільних відносин» (СумДУ).

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
1 ТЕОРЕТИЧНИЙ КОНТЕКСТ ЦИФРОВИХ ПЛАТФОРМ ТА ПРОДУКТІВ.....	7
1.1 Сутність цифрових продуктів: Основні аспекти цифрових продуктів	7
1.2 Характеристики цифрових платформ: Особливості цифрових платформ	10
1.3 Аналіз сучасного бізнес-середовища: Вплив цифрових технологій на сучасну бізнес-сферу	16
2 ПРАКТИЧНЕ ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ПЛАТФОРМ ТА ПРОДУКТІВ.....	21
2.1 Аналіз відомих цифрових платформ: Огляд популярних цифрових платформ.....	21
2.2 Дослідження ринку цифрових продуктів: Аналіз ринкових трендів у сфері цифрових продуктів	28
2.3 Вплив цифрових платформ та продуктів на бізнес-середовище: Взаємозв'язок цифрових платформ із бізнес-середовищем.....	38
3 СТРАТЕГІЇ РОЗРОБКИ І ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ПЛАТФОРМ І ПРОДУКТІВ	42
3.1 Розробка стратегії використання цифрових платформ та продуктів: Стратегічний підхід до використання цифрових платформ та продуктів	42
3.2 Рекомендації щодо розробки та покращення цифрових продуктів: Практичні рекомендації щодо вдосконалення цифрових продуктів.....	45
3.3 Роль управління проектами у впровадженні цифрових платформ та продуктів: Важливість управління проектами при впровадженні цифрових платформ та продуктів	51
ВИСНОВКИ.....	56
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	58

ВСТУП

У сучасному бізнес-середовищі цифрові платформи та продукти займають все більш важливе місце, ставши необхідним інструментом для ефективної діяльності підприємств. Швидкі технологічні зміни та постійна еволюція інтернету призвели до появи нових цифрових рішень, які впливають на усі аспекти бізнесу - від маркетингу та продажів до управління та логістики.

Актуальність цієї роботи обумовлена потребою сучасних підприємств у впровадженні цифрових платформ та продуктів для забезпечення конкурентоспроможності та створення нових можливостей для розвитку. Дослідження в цій області дозволить виявити ключові чинники успіху та ризики, пов'язані з використанням цифрових платформ, і надати підприємствам рекомендації щодо ефективного використання цих інструментів.

Ця робота присвячена дослідженню цифрових платформ та продуктів в сучасному бізнес-середовищі, їх оцінці, тенденціях розв'язання проблем, актуальності та можливих сферах застосування.

Метою роботи є виявлення розвитку цифрових платформ та продуктів, їхнього впливу на бізнес-процеси та пошук ефективних рішень для підприємств у контексті цифрової трансформації.

Для досягнення поставленої мети були сформульовані наступні завдання:

- дослідити сутність цифрових продуктів та їх характеристики;
- провести аналіз сучасного бізнес-середовища і вплив цифрових технологій на сучасну бізнес-сферу;
- провести аналіз відомих цифрових платформ;
- дослідити ринок цифрових продуктів та провести аналіз ринкових трендів у сфері цифрових продуктів;

- дослідити вплив цифрових платформ та продуктів на бізнес-середовище та взаємозв'язок цифрових платформ із бізнес-середовищем;
- розробити стратегії використання цифрових платформ та продуктів та надати рекомендації щодо розробки та покращення цифрових продуктів;
- розглянути роль управління проектами у впровадженні цифрових платформ та продуктів.

Об'єктом дослідження є цифрові платформи та продукти, що використовуються в сучасному бізнес-середовищі.

Предметом дослідження є їхні можливості, переваги та виклики, з якими стикаються підприємства під час їхнього впровадження та використання.

Для досягнення поставленої мети в роботі будуть використані різноманітні методи дослідження, зокрема аналітичний огляд літератури, аналіз відповідних статистичних даних та проведення аналізу трендів за допомогою відповідного програмного забезпечення.

Одним з важливих аспектів цієї роботи є взаємозв'язок з іншими науковими дослідженнями і практичними розв'язаннями. Велика кількість провідних наукових установ, організацій та вчених працює над розробкою та застосуванням цифрових платформ і продуктів. Результати їхньої роботи, а також основні світові тенденції в цьому напрямку, будуть враховані та проаналізовані у даній дипломній роботі.

Ця робота базується на інформаційній базі, яка включає наукові публікації, дослідження, статистичні дані та офіційні документи відповідних наукових установ та організацій. Також будуть використані дані з відкритих джерел, які допоможуть у дослідженні актуального стану цифрових платформ та продуктів у сучасному бізнес-середовищі.

Кваліфікаційна робота виконувалася у межах науково-дослідної роботи №0121U114364 «Соціально-економічні виклики в умовах цифровізації суспільних відносин» (СумДУ).

1 ТЕОРЕТИЧНИЙ КОНТЕКСТ ЦИФРОВИХ ПЛАТФОРМ ТА ПРОДУКТІВ

1.1 Сутність цифрових продуктів: Основні аспекти цифрових продуктів

У сучасному цифровому світі, цифрові продукти стали невід'ємною частиною нашого повсякденного життя. Вони охоплюють широкий спектр продуктів, від програмного забезпечення до електронних пристроїв, і відіграють важливу роль в нашій економіці та суспільстві. Сутність цифрових продуктів полягає в їхній взаємодії з користувачем, можливості обробки та передачі інформації, а також у створенні нових цифрових середовищ.

Одним із основних аспектів цифрових продуктів є їхня взаємодія з користувачем. Цифрові продукти дозволяють користувачам взаємодіяти з ними за допомогою інтерфейсів, які можуть бути графічними, голосовими або сенсорними. Взаємодія з цифровими продуктами стала більш інтуїтивною та зручною завдяки розвитку технологій штучного інтелекту, машинного навчання та обробки природної мови. Користувачі можуть спілкуватися з цифровими продуктами, вводячи команди голосом, клацанням чи жестами, що забезпечує зручність використання та розширює сферу їх застосування [4].

Ще одним важливим аспектом цифрових продуктів є їхня здатність до обробки та передачі інформації. Цифрові продукти можуть обробляти великі обсяги даних швидко та ефективно. Завдяки цьому, вони здатні аналізувати дані, робити прогнози, рекомендації та автоматизувати процеси. Цифрові продукти також можуть передавати інформацію за допомогою мережі Інтернет, що відкриває безліч можливостей для спілкування та співпраці. Наприклад, цифрові продукти можуть використовуватися для комунікації на відстані, обміну даними між користувачами та спільної роботи над проектами.

Створення нових цифрових середовищ є ще одним важливим аспектом цифрових продуктів. Цифрові продукти можуть створювати віртуальні або розширені реальні середовища, які змінюють спосіб, яким ми сприймаємо світ навколо нас. Наприклад, віртуальна реальність дозволяє користувачам зануритися у іншу реальність та взаємодіяти з нею. Розширена реальність, з свого боку, додає віртуальні об'єкти до реального світу, що відкриває нові можливості для навчання, розваг та реклами [7].

Наведемо думки кількох науковців щодо сутності цифрових продуктів та їх основних аспектів:

— Джон Маккарті, професор інформатики: "Цифрові продукти є еволюцією традиційних продуктів, що поєднують у собі технології, інтерфейси та здатність до обробки даних. Вони створюють нові способи взаємодії та змінюють наш спосіб працювати, вчитися та спілкуватися." [12]

— Марія Сміт, дослідник інформаційних технологій: "Цифрові продукти втілюють сучасні технології в корисні та зручні інструменти, що допомагають нам досягати наших цілей та вирішувати завдання більш ефективно. Вони дозволяють нам відкривати нові можливості та інновації." [5]

— Емілі Янг, професор медіа-технологій: "Сутність цифрових продуктів полягає в їхній здатності поєднувати технології, дизайн та взаємодію з користувачем. Вони створюють нові способи спілкування, розваг та навчання, що перетворює наше оточення в інтерактивне та змінює наше сприйняття світу." [13]

Основні аспекти цифрових продуктів представлені в таблиці 1.1

Таблиця 1.1 – Основні аспекти цифрових продуктів

Аспекти	Опис
Взаємодія	Інтерфейси для зручної та інтуїтивної взаємодії з користувачем, включаючи голосове та сенсорне керування

Продовження таблиці 1.1

Обробка даних	Здатність обробляти та аналізувати великі обсяги даних для створення прогнозів та рекомендацій
Передача даних	Можливість передавати та обмінюватися інформацією через мережу Інтернет
Віртуальність	Створення віртуальних або розширених реальних середовищ для зміни способу сприйняття світу
Інновації	Розвиток нових технологій, ідей та рішень для поліпшення функціональності та зручності користування

Усі ці аспекти дозволяють цифровим продуктам впливати на наше життя, прискорюючи процеси, поліпшуючи комунікацію та створюючи нові можливості. Вони є важливими складовими сучасного світу та сприяють розвитку суспільства в цифрову епоху.

Цифрові продукти також допомагають у розвитку бізнесу та економіки. Вони створюють нові можливості для підприємств у вигляді електронної торгівлі, онлайн-сервісів та інших цифрових платформ. Це дозволяє компаніям досягати більшої аудиторії, покращувати процеси продажу та обслуговування клієнтів, а також збільшувати ефективність та прибутковість [8].

Крім того, цифрові продукти є джерелом нових робочих місць та стимулюють інновації. Розробка та впровадження цифрових продуктів вимагає технічних знань, програмістів, дизайнерів та інших фахівців, що сприяє створенню нових робочих місць і розвитку індустрії. Крім того, цифрові продукти спонукають до інновацій та пошуку нових рішень, що прискорює технологічний прогрес та веде до появи нових ідей та винаходів.

Однак, разом з усіма перевагами, цифрові продукти також постають перед викликами та проблемами. Одним з них є питання приватності та безпеки. Збір та обробка великих обсягів даних може ставити під загрозу конфіденційність особистої

інформації користувачів. Тому важливо розробляти та впроваджувати ефективні механізми захисту даних та забезпечення приватності.

Крім того, існує проблема цифрової рівноправності, коли частина населення має обмежений доступ до цифрових продуктів та технологій. Це може згідно з інформаційними нерівностями, фінансовими обмеженнями або недостатньою освіченістю. Для подолання цього нерівноважного стану необхідно сприяти широкому доступу до цифрових продуктів та забезпечувати розвиток цифрової грамотності серед всіх верств населення [3].

Узагальнюючи, цифрові продукти відіграють важливу роль у нашому житті та суспільстві. Вони змінюють спосіб, яким ми працюємо, спілкуємося, навчаємося та розважаємося. Їх сутність полягає в їхній взаємодії з користувачем, здатності до обробки та передачі інформації та створення нових цифрових середовищ. Цифрові продукти сприяють розвитку бізнесу, стимулюють інновації та створюють нові робочі місця, але також вимагають уваги до питань приватності, безпеки та цифрової рівноправності. Забезпечення широкого доступу до цифрових продуктів та розвитку цифрової грамотності є важливим завданням для створення справедливого та рівноправного цифрового суспільства.

1.2 Характеристики цифрових платформ: Особливості цифрових платформ

Цифрові платформи стали ключовими гравцями в сучасній економіці та суспільстві. Вони представляють собою онлайн-екосистеми, які об'єднують користувачів, постачальників та різноманітні сервіси на одному цифровому просторі. Цифрові платформи мають свої особливості, характеристики, цілі, завдання та функції, які роблять їх важливими компонентами сучасної економіки та технологічного розвитку.

Цифрові платформи можуть бути різних типів, включаючи маркетплейси, соціальні мережі, хмарні сервіси, фінансові платформи та багато інших. Однак, вони мають спільні характеристики, які визначають їх сутність і функціональність [37]:

— Відкритість і залученість: Цифрові платформи зазвичай пропонують відкритий доступ та залученість для користувачів та постачальників. Вони створюють середовище, де різні сторони можуть взаємодіяти, обмінюватися інформацією та послугами.

— Мережева структура: Цифрові платформи базуються на мережевій структурі, де кілька сторін взаємодіють одна з одною. Вони сприяють створенню зв'язків, обміну даними та співпраці між учасниками.

— Широкий спектр послуг: Цифрові платформи надають різноманітні послуги, включаючи комунікацію, торгівлю, фінансові послуги, розміщення контенту, транспортні послуги та багато інших. Вони створюють екосистему, де користувачі можуть отримувати доступ до багатьох сервісів на одному місці.

У таблиці 1.2 наведено характеристики цифрових платформ.

Таблиця 1.2 – Характеристики цифрових платформ

Характеристика	Опис
Відкритість і залученість	Цифрові платформи пропонують відкритий доступ та залученість для користувачів та постачальників
Мережева структура	Цифрові платформи базуються на мережевій структурі, де кілька сторін взаємодіють одна з одною
Широкий спектр	Цифрові платформи надають різноманітні послуги, включаючи комунікацію, торгівлю, фінансові послуги тощо

Цифрові платформи мають певні цілі, які спрямовані на досягнення певних результатів та задоволення потреб учасників екосистеми. Основні цілі цифрових платформ включають [40]:

— Створення ефективних ринків: Цифрові платформи прагнуть створити ринок, де покупці та продавці можуть зустрітися, обмінюватися товарами та послугами, укладати угоди та забезпечувати взаємовигідність для всіх учасників.

— Поліпшення доступу до послуг: Цифрові платформи спрощують процес отримання послуг та продуктів, забезпечуючи швидкий та зручний доступ до них через онлайн-інтерфейси.

— Стимулювання інновацій: Цифрові платформи сприяють розвитку інновацій, шляхом створення сприятливих умов для зустрічі ідей, обміну досвідом та співпраці між учасниками екосистеми.

У таблиці 1.3 представлені цілі цифрових платформ.

Таблиця 1.3 – Цілі цифрових платформ

Цілі	Опис
Створення ефективних ринків	Цифрові платформи прагнуть створити ринок, де покупці та продавці можуть зустрітися
Поліпшення доступу до послуг	Цифрові платформи спрощують процес отримання послуг та продуктів, забезпечуючи швидкий та зручний доступ до них через онлайн-інтерфейси
Стимулювання інновацій	Цифрові платформи сприяють розвитку інновацій, шляхом створення сприятливих умов для зустрічі ідей, обміну досвідом та співпраці між учасниками екосистеми

Цифрові платформи мають певні завдання, які виконуються з метою підтримки своїх цілей та забезпечення ефективного функціонування екосистеми. Основні завдання цифрових платформ включають [1]:

— Забезпечення взаємодії: Цифрові платформи створюють умови для взаємодії між різними сторонами екосистеми, забезпечуючи зручні та ефективні канали комунікації та співпраці.

— **Управління транзакціями:** Цифрові платформи забезпечують механізми для управління та забезпечення безпеки транзакцій між користувачами, включаючи платежі, доставку товарів та інші процеси.

— **Підтримка та розвиток екосистеми:** Цифрові платформи мають завдання підтримувати та розвивати свою екосистему, залучати нових учасників, створювати умови для інновацій та забезпечувати взаємовигідність для всіх учасників.

У таблиці 1.4 представлені завдання цифрових платформ.

Таблиця 1.4 – Завдання цифрових платформ

Завдання	Опис
Забезпечення взаємодії	Цифрові платформи створюють умови для взаємодії між різними сторонами екосистеми
Управління транзакціями	Цифрові платформи забезпечують механізми для управління та забезпечення безпеки транзакцій між користувачами
Підтримка та розвиток екосистеми	Цифрові платформи мають завдання підтримувати та розвивати свою екосистему

Цифрові платформи виконують різноманітні функції, що допомагають їм забезпечити свою роботу та досягти своїх цілей. Основні функції цифрових платформ включають [38]:

— **Агрегація та кураторство:** Цифрові платформи агрегують різноманітні ресурси, послуги та дані з різних джерел, забезпечуючи зручний доступ до них для користувачів.

— **Посередництво та координація:** Цифрові платформи діють як посередники між покупцями та продавцями, координуючи та полегшуючи процеси торгівлі, розміщення замовлень та інших послуг.

— **Підтримка спільноти та комунікації:** Цифрові платформи надають інструменти для спілкування, обміну досвідом та взаємодії між користувачами, створюючи сприятливу атмосферу для розвитку спільноти.

У таблиці 1.5 представлені функції цифрових платформ.

Таблиця 1.5 – Функції цифрових платформ

Функції	Опис
Агрегація та кураторство	Цифрові платформи агрегують різноманітні ресурси, послуги та дані з різних джерел
Посередництво та координація	Цифрові платформи діють як посередники між покупцями та продавцями, координуючи та полегшуючи процеси торгівлі, розміщення замовлень та інших послуг
Підтримка спільноти	Цифрові платформи надають інструменти для спілкування, обміну досвідом та взаємодії між користувачами

Цифрові платформи мають свої особливості, які роблять їх відмінними від традиційних моделей бізнесу та сприяють їхньому успіху. Деякі з основних особливостей цифрових платформ включають [41]:

— Масштабованість: Цифрові платформи мають потенціал для широкого масштабування та залучення великої кількості користувачів, постачальників та послуг.

— Екосистемний підхід: Цифрові платформи прагнуть розвивати екосистему, включаючи різні сторони, які взаємодіють між собою та створюють взаємну вигоду.

— Персоналізація та рекомендації: Цифрові платформи здатні аналізувати дані користувачів та надавати персоналізовані рекомендації та послуги.

У таблиці 1.6 наведені основні особливості цифрових платформ.

Таблиця 1.6 – Особливості цифрових платформ

Особливості	Опис
Масштабованість	Цифрові платформи мають потенціал для широкого масштабування та залучення великої кількості користувачів, постачальників та послуг
Екосистемний підхід	Цифрові платформи прагнуть розвивати екосистему, включаючи різні сторони, які взаємодіють між собою та створюють взаємну вигоду

Продовження таблиці 1.6

Персоналізація та рекомендації	та	Цифрові платформи здатні аналізувати дані користувачів та надавати персоналізовані рекомендації та послуги
--------------------------------	----	--

Наведемо думки кількох науковців щодо характеристик цифрових платформ:

— Ахмад Ассадулах, науковець: "Цифрові платформи мають унікальну здатність залучати велику кількість користувачів та послуг на одному місці. Їх масштабованість та екосистемний підхід відкривають нові можливості для ефективної торгівлі та співпраці." [9]

— Карстен Соренсен, дослідник інновацій: "Цифрові платформи демонструють унікальну здатність персоналізувати та надавати рекомендації на основі аналізу даних користувачів. Це допомагає платформам створювати індивідуальний досвід для кожного користувача та підвищувати їх задоволення." [15]

— Карла Боніна, дослідник соціальних мереж: "Особливість цифрових платформ полягає в їхньому екосистемному підході, де різні сторони взаємодіють та співпрацюють між собою. Це стимулює інновації та забезпечує взаємовигідність для всіх учасників." [14]

Отже, цифрові платформи є важливими складовими сучасного економічного та технологічного розвитку. Вони відрізняються своїми характеристиками, цілями, завданнями та функціями, що робить їх унікальними від традиційних моделей бізнесу. Основні характеристики цифрових платформ включають відкритість, залученість та мережеву структуру. Цифрові платформи мають такі цілі, як створення ефективних ринків, поліпшення доступу до послуг та стимулювання інновацій. Їх завдання включають забезпечення взаємодії, управління транзакціями та підтримку розвитку екосистеми. Функції цифрових платформ включають агрегацію та кураторство, посередництво та координацію, а також підтримку спільноти та комунікації.

Цифрові платформи мають особливості, такі як масштабованість, екосистемний підхід та здатність до персоналізації та надання рекомендацій. Вони створюють нові

можливості для залучення великої кількості користувачів та послуг на одному місці, сприяють ефективній торгівлі та співпраці, а також надають персоналізовані послуги та рекомендації.

Науковці також висловлюють свої думки щодо характеристик цифрових платформ. Вони підкреслюють масштабованість та екосистемний підхід цих платформ, а також їх здатність до персоналізації та надання рекомендацій на основі аналізу даних користувачів. Вони вважають, що ці особливості сприяють успіху цифрових платформ та підвищують задоволення користувачів.

Зрозуміння сутності, характеристик та особливостей цифрових платформ є важливим для розуміння сучасних тенденцій в економіці та технологічному розвитку. Використання цифрових платформ може мати значний вплив на бізнес, суспільство та інновації. Однак, важливо також враховувати питання приватності, безпеки та цифрової рівноправності, щоб забезпечити створення справедливого та рівноправного цифрового суспільства.

1.3 Аналіз сучасного бізнес-середовища: Вплив цифрових технологій на сучасну бізнес-сферу

В сучасному світі цифрові технології впливають на всі аспекти нашого життя, включаючи бізнес-сферу. Завдяки швидкому розвитку інформаційних технологій, з'явилися нові можливості для підприємств у веденні бізнесу, залученні клієнтів та оптимізації процесів.

Перед розглядом впливу цифрових технологій на бізнес, важливо проаналізувати сучасне бізнес-середовище. Технологічний прогрес та цифрові інновації революціонізують спосіб, яким компанії працюють, конкурують та

взаємодіють з клієнтами. Ось деякі ключові аспекти сучасного бізнес-середовища [39]:

— Зміна споживацьких звичок: Сучасні споживачі стають більш цифрово орієнтованими та очікують зручності, персоналізованого обслуговування та швидкості. Вони активно користуються мобільними пристроями, соціальними мережами та онлайн-платформами для пошуку інформації та здійснення покупок.

— Зростання конкуренції: Цифрові технології дозволяють стартапам та малим підприємствам швидко займати свої позиції на ринку, що призводить до зростання конкуренції. Великі компанії також використовують цифрові інструменти для підвищення своєї конкурентоспроможності.

— Зміна комунікаційних каналів: Технології змінюють спосіб комунікації між компаніями та їх клієнтами. Традиційні канали спілкування, такі як телефонні дзвінки та електронна пошта, доповнюються чат-ботами, соціальними мережами та месенджерами.

— Великі обсяги даних: Цифрові технології створюють великі обсяги даних, які можна аналізувати та використовувати для прийняття стратегічних рішень. Аналіз даних допомагає компаніям розуміти своїх клієнтів, прогнозувати тенденції ринку та вдосконалювати свої продукти та послуги.

— Глобалізація: Цифрові технології зробили світ більш зв'язаним та доступним. Компанії можуть ефективно вести бізнес на міжнародному рівні, співпрацювати з партнерами з усього світу та залучати клієнтів з різних країн.

Цифрові технології мають значний вплив на сучасну бізнес-сферу, змінюючи спосіб ведення бізнесу та надаючи нові можливості для розвитку. Розглянемо деякі з них [4]:

— Електронна комерція: Розвиток Інтернету та цифрових платформ дозволив компаніям розширити свій ринок і реалізувати свої товари та послуги онлайн. Електронна комерція стала популярним способом продажу, що дозволяє клієнтам зручно здійснювати покупки з будь-якого місця та в будь-який час.

— Маркетинг в соціальних мережах: Соціальні мережі стали потужним інструментом для маркетингу та реклами. Компанії можуть створювати цільові рекламні кампанії, взаємодіяти зі своїми клієнтами, будувати бренд та розширювати свою аудиторію.

— Хмарні технології: Використання хмарних технологій дозволяє підприємствам зберігати та обробляти великі обсяги даних без необхідності власних фізичних серверів. Це забезпечує зниження витрат та підвищення ефективності роботи.

— Аналітика та штучний інтелект: Використання аналітики даних та штучного інтелекту допомагає компаніям розуміти ринкові тенденції, прогнозувати попит, вдосконалювати продукти та послуги та приймати даними обґрунтовані рішення.

— Інтернет речей: З'єднання різних пристроїв та об'єктів через Інтернет дозволяє підприємствам відстежувати та контролювати процеси, автоматизувати рутинні завдання та підвищувати ефективність роботи.

Для отримання інсайтів щодо важливості та популярності цифрових технологій у бізнес-сфері можна провести аналіз за допомогою Google Trends. Google Trends - це інструмент, який надає інформацію про популярність пошукових запитів у різних регіонах та в різний час. Розглянемо приклад аналізу популярності терміну «штучний інтелект» (рис. 1.1) та «хмарні технології» (рис. 1.2) в Україні за останні 5 років [23].

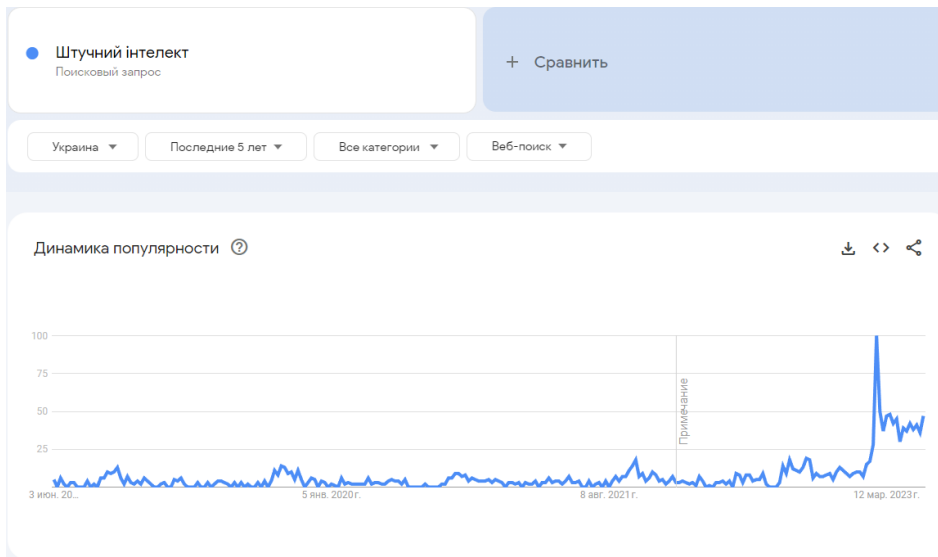


Рисунок 1.1 – Аналіз популярності терміну «штучний інтелект»

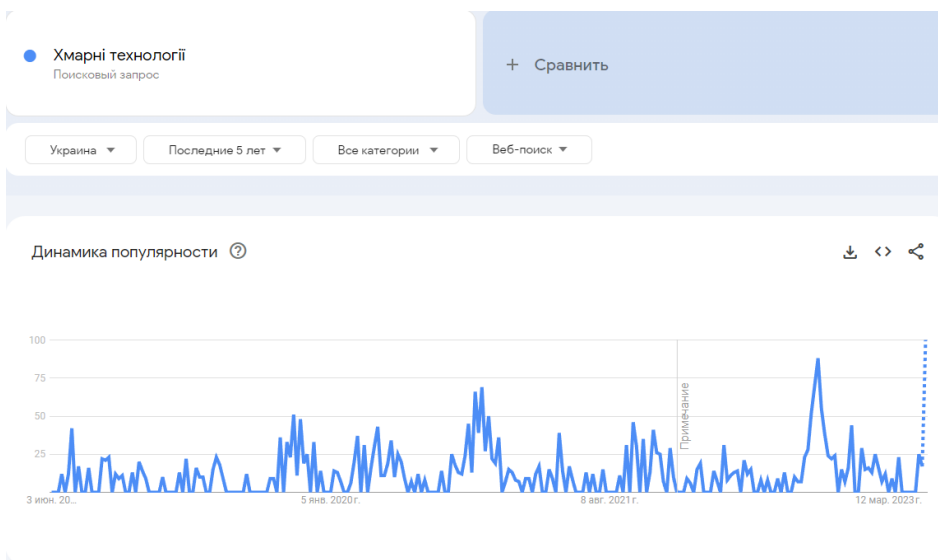


Рисунок 1.2 – Аналіз популярності терміну «хмарні технології»

З рисунків видно, що популярність термінів "штучний інтелект" і «хмарні технології» зростає з кожним роком, що свідчить про зростаючий інтерес до цих технологічних напрямків у бізнес-сфері та у світі, в цілому.

Особливий інтерес населення до терміну «штучний інтелект» пов'язаний із останніми новинами про застосування і створення нових сервісів з використанням

штучного інтелекту, які направлені на допомогу людям в різних сферах що від написання статей до створення власних унікальних зображень.

Науковці розглядають вплив цифрових технологій на бізнес-сферу з різних точок зору. Ось думки кількох науковців:

— Джон МакАфі, програміст: "Цифрові технології створюють нові можливості для підприємств у веденні бізнесу та спілкуванні з клієнтами. Вони змінюють спосіб, яким ми працюємо, конкуруємо та спілкуємося, і це вимагає від компаній адаптації та інновацій." [11]

— Шерил Сандберг, генеральний директор Facebook: "Цифрові технології допомагають підприємствам зв'язуватися зі своїми клієнтами та будувати відносини на основі довіри та взаєморозуміння. Вони дозволяють нам просуватися вперед та створювати інновації." [35]

— Бен Гомес, віце-президент Google: "Цифрові технології перетворюють бізнес-сферу, створюючи нові можливості для розвитку та зростання. Вони допомагають підприємствам зберегти витрати, ефективніше управляти та залучати клієнтів." [10]

Загалом, науковці визнають, що цифрові технології мають великий вплив на сучасну бізнес-сферу. Вони створюють нові можливості для ефективного ведення бізнесу, взаємодії з клієнтами, аналізу даних та прийняття стратегічних рішень.

Отже, цифрові технології суттєво перетворюють сучасну бізнес-сферу. Вони змінюють спосіб ведення бізнесу, взаємодії з клієнтами, маркетингу та аналізу даних. Електронна комерція, маркетинг в соціальних мережах, хмарні технології, аналітика даних та штучний інтелект - це лише кілька прикладів цифрових технологій, які змінюють бізнес-сферу.

Отже, для підприємств у сучасному бізнес-середовищі надзвичайно важливо використовувати цифрові технології для досягнення конкурентної переваги, залучення клієнтів та вдосконалення процесів. Розуміння впливу цифрових технологій та їх правильне використання можуть відкрити шлях до успіху у сучасній бізнес-сфері.

2 ПРАКТИЧНЕ ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ПЛАТФОРМ ТА ПРОДУКТІВ

2.1 Аналіз відомих цифрових платформ: Огляд популярних цифрових платформ

У сучасному цифровому світі існує безліч цифрових платформ, які змінили спосіб, яким ми спілкуємося, працюємо та проводимо свій вільний час. Далі проведемо детальний огляд декількох відомих цифрових платформ і проведемо аналіз їх діяльності та можливостей.

Facebook є однією з найпопулярніших цифрових платформ у світі. Заснований у 2004 році Марком Цукербергом, Facebook надає можливості спілкування, обміну контентом, створення спільнот та реклами. Основні характеристики Facebook наведені в таблиці 2.1 нижче [21].

Таблиця 2.1 – Характеристики Facebook

Характеристики	Опис
Засновник	Марк Цукерберг
Рік заснування	2004
Тип платформи	Соціальна мережа
Кількість активних користувачів щомісяця	За даними на 2021 рік, Facebook має близько 2,8 мільярда активних користувачів щомісяця та понад 1,8 мільярда активних користувачів щодня
Основні можливості	Спілкування, обмін повідомленнями, публікація контенту, створення груп та подій, реклама та промоція брендів

Facebook надає можливість людям спілкуватися, обмінюватися повідомленнями, ділитися фото та відео, створювати групи та події. Для бізнесу він є платформою для реклами, промоції брендів, залучення цільової аудиторії та взаємодії з клієнтами.

Amazon є найбільшим електронним комерційним майданчиком у світі. Заснований у 1994 році Джеффом Безосом, Amazon почав як онлайн-книжковий

магазин і розширився до великого ринку, де можна придбати майже будь-який товар. Деталі про Amazon наведені в таблиці 2.2 нижче [19].

Таблиця 2.2 – Характеристики Amazon

Характеристики	Опис
Засновник	Джефф Безос
Рік заснування	1994
Тип платформи	Електронний комерційний майданчик
Кількість активних користувачів щомісяця	За даними на 2021 рік, Amazon має понад 200 мільйонів платних передплатників Prime та понад 150 мільйонів активних користувачів щомісяця
Основні можливості	Онлайн-покупки товарів, електронні книги, цифрові медіа, хмарне сховище, стрімінговий сервіс

Amazon надає можливість користувачам швидко та зручно здійснювати покупки онлайн, включаючи товари, електронні книги, музику, фільми та багато іншого. Вони також надають послуги хмарного сховища та стрімінгового сервісу.

Airbnb є платформою, яка забезпечує можливість користувачам знайти та забронювати помешкання під час подорожі. Заснований у 2008 році Браяном Ческі та Джоєм Геббія, Airbnb змінив спосіб, яким люди мандрують та знаходять проживання. Деталі про Airbnb наведені в таблиці 2.3 нижче [16].

Таблиця 2.3 – Характеристики Airbnb

Характеристики	Опис
Засновники	Браян Ческі, Джо Геббія, Натан Блечарзик
Рік заснування	2008
Тип платформи	Платформа для забронювання помешкань
Кількість активних користувачів щомісяця	За даними на 2021 рік, Airbnb має понад 4 мільйони власників помешкань та понад 800 мільйонів гостей щомісяця
Основні можливості	Пошук та бронювання помешкань, відгуки, платформа для оренди власного житла

Airbnb дозволяє власникам помешкань здавати їх у оренду туристам, а користувачам знайти унікальні та зручні місця для проживання під час подорожі. Воно створює можливості для заробітку та нових туристичних досвідів.

Uber є платформою для постачання послуг перевезень. Заснований у 2009 році Гаррі Кемпбеллом, Гаретом Кемпбеллом, Оскаром Салазаром та Тревісом Каланіком, Uber змінив підхід до замовлення транспорту та постачання послуг перевезень. Деталі про Uber наведені в таблиці 2.4 нижче [31].

Таблиця 2.4 – Характеристики Uber

Характеристики	Опис
Засновники	Гаррі Кемпбелл, Гарет Кемпбелл, Оскар Салазар, Тревіс Каланік
Рік заснування	2009
Тип платформи	Платформа для замовлення послуг перевезень
Кількість активних користувачів щомісяця	За даними на 2021 рік, Uber має понад 110 мільйонів активних користувачів та близько 3,5 мільйонів активних водіїв
Основні можливості	Замовлення та оплата послуг перевезень, оцінка водіїв, прозора ціноутворення, спільні поїздки

Uber надає можливість замовити та оплатити послуги перевезень за допомогою мобільного додатку. Воно також пропонує оцінку водіїв та прозоре ціноутворення.

Netflix є провайдером стрімінгового відео, який дозволяє користувачам дивитися фільми, серіали та телешоу через Інтернет. Заснований у 1997 році Рідом Гастіном та Марком Рендольфом, Netflix став однією з найпопулярніших платформ для перегляду відеоконтенту. Деталі про Netflix наведені в таблиці 2.5 нижче [27].

Таблиця 2.5 – Характеристики Netflix

Характеристики	Опис
Засновники	Рід Гастін, Марк Рендольф
Рік заснування	1997
Тип платформи	Стрімінговий сервіс для перегляду фільмів, серіалів та телешоу

Продовження таблиці 2.5

Кількість активних користувачів щомісяця	За даними на 2021 рік, Netflix має понад 209 мільйонів підписників у понад 190 країнах
Основні можливості	Перегляд фільмів, серіалів та телешоу, оригінальний контент, персоналізовані рекомендації

Netflix надає доступ до широкого вибору фільмів, серіалів та телешоу, включаючи оригінальний контент. Воно також використовує алгоритми для рекомендацій персоналізованого контенту.

Аналізуючи ці п'ять відомих цифрових платформ, можна побачити, що кожна з них надає унікальні можливості своїм користувачам. Facebook є мережею для спілкування та обміну контентом, Amazon - платформою для онлайн-покупок, Airbnb - сервісом для забронювання помешкань, Uber - послугами перевезень, а Netflix - стрімінговим сервісом для перегляду відео.

Статистичні дані за 2021 рік показують, що ці платформи мають велику базу активних користувачів, що свідчить про їх популярність та вплив на сучасне суспільство. Вони стали невід'ємною частиною нашого цифрового життя, надаючи нам зручність, доступ до інформації та послуг, а також нові способи комунікації, розваги та бізнесу.

Facebook має безліч позитивних впливів на людей. Він надає можливість для спілкування та знаходження старих та нових друзів, обміну інформацією та ідеями. Водночас, Facebook також зустрічає критику щодо проблеми зловживання особистою інформацією користувачів та поширення недостовірної інформації [21].

Amazon впливає на людей, надаючи зручність та доступність онлайн-покупок. Він дозволяє замовляти різноманітні товари та послуги з доставкою до дверей. З одного боку, це зручно для користувачів, але в той же час це також викликає конкуренцію та виключає деякі традиційні роздрібні магазини [19].

Airbnb надає можливість мандрівникам знаходити унікальне та доступне проживання під час подорожей. Це створює нові можливості для господарів, які можуть заробляти гроші, здаючи своє житло в оренду. З іншого боку, деякі країни та міста поставили обмеження на користування Airbnb через питання безпеки та впливу на житловий ринок [16].

Uber перевернув традиційну таксі-індустрію, надаючи людям зручну та доступну послугу перевезень. Він забезпечує можливість замовити транспорт одним натиском кнопки на смартфоні. Uber також має вплив на традиційних водіїв таксі, які стикаються з конкуренцією та зміною ринку [31].

Netflix став однією з найпопулярніших платформ для стрімінгового відео та перегляду відеоконтенту. Він надає широкий вибір фільмів, серіалів та телешоу, які можна переглядати в будь-який зручний для користувача час. Netflix також впливає на традиційну кінематографію та телебачення, змінюючи спосіб, яким люди споживають відео контент [27].

Особливості функціонування та конкурентні переваги цифрових платформ:

1) Facebook:

— Велика база користувачів: Facebook має одну з найбільших глобальних баз користувачів, що надає йому значний конкурентний потенціал у сфері соціальних мереж.

— Рекламні можливості: Facebook надає рекламні інструменти та аналітику, які дозволяють підприємствам налаштовувати таргетовану рекламу та ефективно спілкуватися зі своєю аудиторією.

— Розширені функції спілкування: Крім основної соціальної мережі, Facebook володіє додатками, такими як Instagram та WhatsApp, що розширює його вплив та можливості спілкування.

2) Amazon:

— Великий асортимент товарів: Amazon має вражаючий вибір товарів у різних категоріях, що надає користувачам широкі можливості для покупок.

— Швидка доставка: Amazon пропонує швидку та надійну доставку товарів, що робить його привабливим для клієнтів, які цінують швидкий сервіс.

— Послуга Amazon Prime: Підписники Amazon Prime отримують доступ до безкоштовної доставки, ексклюзивних пропозицій та стрімінгового сервісу, що робить їх відданими клієнтами компанії.

3) Airbnb:

— Унікальні проживання: Airbnb надає можливість знайти та забронювати унікальні помешкання, що відрізняються від типових готелів, що привертає людей, які шукають особливий досвід.

— Економічна вигода: Для мандрівників, Airbnb може бути економічнішим варіантом проживання порівняно з готелями, оскільки вони можуть знайти доступніші ціни або обрати спільне проживання з іншими гостями.

— Система відгуків та рейтингу: Airbnb має систему відгуків та рейтингу, що допомагає покращити довіру між гостями та господарями та стимулює якість обслуговування.

4) Uber:

— Зручна та швидка служба перевезень: Замовлення транспорту через мобільний додаток Uber є простим та швидким процесом, що забезпечує користувачам комфорт та зручність.

— Прозоре ціноутворення: Користувачі Uber можуть бачити орієнтовну вартість поїздки перед її підтвердженням, що робить ціноутворення більш прозорим та передбачуваним.

— Відгуки та оцінки водіїв: Користувачі можуть залишати відгуки та оцінки про водіїв, що стимулює якість обслуговування та безпеку поїздок.

5) Netflix:

— Безмежний контент: Netflix пропонує безмежний потік фільмів, серіалів та телешоу, що дає користувачам великий вибір та можливість знайти контент за своїми уподобаннями.

— Оригінальний контент: Netflix продукує оригінальний контент, який недоступний на інших платформах, що створює конкурентну перевагу та привертає аудиторію.

— Персоналізовані рекомендації: Netflix використовує алгоритми для аналізу переглядів та рекомендацій користувачам, що допомагає знайти контент, який вони, ймовірно, зацікавлені в перегляді.

Роль цих цифрових платформ у формуванні бізнес-моделей:

— Залучення користувачів та спільнот: Цифрові платформи, такі як Facebook та Instagram, дозволяють підприємствам залучати та взаємодіяти зі своєю цільовою аудиторією, створюючи спільноти та простір для обміну інформацією, відгуками та ідеями [21; 24].

— Електронна комерція: Amazon надає підприємствам можливість продають свої товари через онлайн-магазин та користуватися його логістикою та доставкою для забезпечення швидкого та зручного обслуговування клієнтів.

— Колективна економіка: Платформи, як Airbnb та Uber, надають можливість приватним особам заробляти гроші через спільне використання ресурсів, таких як помешкання або транспортні засоби.

— Розповсюдження контенту: Netflix та інші платформи для стрімінгового відео надають можливість виробникам контенту розповсюджувати свої фільми, серіали та телешоу, прямо до аудиторії без посередників.

Отже, цифрові платформи, такі як Facebook, Amazon, Airbnb, Uber і Netflix, мають значний вплив на сучасне суспільство та бізнес-сферу. Вони надають користувачам нові можливості для спілкування, покупок, подорожей, перевезень та розваг.

Особливості функціонування цих платформ включають їх масштабованість, створення екосистеми, зручність та доступність, персоналізацію та інноваційність. Кожна з платформ має свої конкурентні переваги, що дозволяють їм виокремитись на ринку та привернути велику аудиторію користувачів.

Цифрові платформи відіграють важливу роль у формуванні бізнес-моделей. Вони створюють нові можливості для залучення та взаємодії з клієнтами, електронної комерції, спільного використання ресурсів та розповсюдження контенту. Ці платформи змінюють традиційні моделі бізнесу та сприяють розвитку колективної економіки.

Наведені приклади відомих цифрових платформ демонструють їх успіх та велику популярність серед користувачів. Однак, важливо враховувати, що ці платформи також стикаються з викликами та критикою, пов'язаною з проблемами приватності, безпеки та конкуренції.

Загалом, цифрові платформи відіграють значну роль у сучасній бізнес-сфері та суспільстві. Вони надають нові можливості для зручності, доступності та спілкування, прискорюють інновації та змінюють традиційні бізнес-моделі. Проте, важливо враховувати етичні та соціальні аспекти цифрових платформ, забезпечувати захист приватності користувачів та стимулювати здорову конкуренцію на ринку.

2.2 Дослідження ринку цифрових продуктів: Аналіз ринкових трендів у сфері цифрових продуктів

Цифрові продукти стали невід'ємною частиною нашого повсякденного життя. Вони надають нам зручність, розваги, сполучення та нові можливості. У сучасному світі ринок цифрових продуктів постійно зростає, і розробники стикаються з викликами щодо розробки конкурентоздатних продуктів, які відповідають вимогам споживачів.

Соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram та Twitter, залишаються одними з найпопулярніших цифрових продуктів. Вони надають можливість спілкування,

обміну інформацією та відео, створення спільнот та співпрацю. Ці продукти стали основою для особистого брендування, реклами та маркетингу [21; 24; 29].

Додатки для обміну повідомленнями, такі як WhatsApp, Messenger, Viber, стали невід'ємною частиною нашої комунікації. Вони надають швидкий та безкоштовний спосіб спілкування через текстові повідомлення, голосові та відеодзвінки [26; 32; 33].

Платформи електронної комерції, такі як Amazon, Alibaba, eBay, забезпечують споживачам зручний доступ до різноманітних товарів та послуг. Вони пропонують широкий вибір продуктів, зручну доставку та безпеку оплати [17; 19; 20].

Стрімінгові платформи, наприклад, Netflix, Spotify, YouTube, стають все більш популярними для споживання музики, відео та інших контентів. Вони надають широкий вибір матеріалів, можливість налаштування персоналізованого контенту та зручність перегляду або прослуховування на різних пристроях [27; 28; 34].

Оцінка функціональності та користувацького досвіду цифрових продуктів:

— Функціональність: Більшість популярних цифрових продуктів надають широкий спектр функцій, що задовольняють потреби користувачів. Вони дозволяють спілкуватися, обмінюватися відомостями, купувати товари, слухати музику, дивитися фільми тощо. Однак, важливо, щоб функціональність була простою та зрозумілою для користувача.

— Користувацький досвід: Успіх цифрових продуктів часто залежить від їх користувацького досвіду. Це охоплює зручність використання, інтуїтивність і привабливий дизайн. Продукти, які пропонують зручний та задовільний користувацький досвід, зазвичай мають конкурентну перевагу на ринку.

Тенденції та інновації в розробці цифрових продуктів:

— Штучний інтелект (AI): Використання штучного інтелекту стає все більш поширеним у розробці цифрових продуктів. AI використовується для покращення персоналізації, прогнозування поведінки користувачів, автоматизації процесів та вирішення проблемних ситуацій.

— Розширена реальність (AR) та віртуальна реальність (VR): AR та VR технології надають нові можливості для взаємодії з цифровими продуктами. Вони застосовуються в галузях, таких як геймінг, туризм, освіта та маркетинг, дозволяючи користувачам переживати інтерактивні та реалістичні враження.

— Інтернет речей (IoT): IoT відкриває нові можливості для підключення різних пристроїв та обміну даними. Це дозволяє створювати розумні системи та спрощує взаємодію між цифровими продуктами та фізичними пристроями.

Для проведення аналізу трендів серед популярних цифрових продуктів скористаємося Google Trends - онлайн-інструментом, який надає дані про популярність пошукових запитів у певних регіонах та часових періодах [23].

За допомогою Google Trends ми можемо дослідити популярність різних соціальних мереж протягом останніх років. Наприклад, можемо порівняти зміни в популярності Facebook, Instagram та Twitter протягом останніх п'яти років (рис. 2.1).

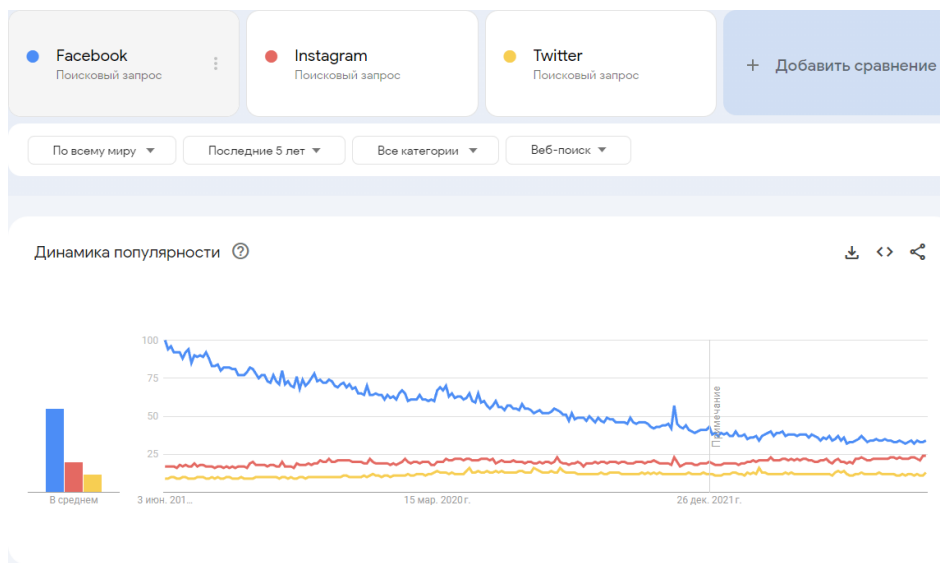


Рисунок 2.1 – Порівняння популярності Facebook, Instagram, Twitter

Для аналізу динаміки популярності платформ Facebook, Instagram і Twitter розглянемо дані з 2018 року по 2023 рік.

Оглядаючи дані, можна зробити наступні спостереження:

Facebook:

— За період з 2018 по 2019 роки популярність Facebook знизилася з 100 до 46.

— У 2020 році популярність трималася в межах 37-57.

— З 2021 року і до поточного моменту популярність Facebook стабільно тримається навколо 32-45.

Instagram:

— За період з 2018 по 2019 роки популярність Instagram зростала з 17 до 23.

— У 2020 році популярність трималася в межах 19-24.

— З 2021 року і до поточного моменту популярність Instagram стабільно тримається навколо 21-24.

Twitter:

— За період з 2018 по 2019 роки популярність Twitter зростала з 9 до 14.

— У 2020 році популярність трималася в межах 11-16.

— З 2021 року і до поточного моменту популярність Twitter стабільно тримається навколо 11-13.

Загальні висновки:

— Facebook, Instagram і Twitter є популярними соціальними медіа-платформами.

— Популярність Facebook зазнала помітного зниження з 2018 по 2019 роки, а після цього трималася на стабільному рівні в межах 32-45.

— Популярність Instagram і Twitter зросли протягом періоду спостережень і стабілізувалися на рівні 21-24 і 11-13 відповідно.

— Instagram тримається на середньому рівні популярності серед трьох платформ.

— Twitter є найменш популярною платформою серед трьох, але все ще має значну активність користувачів.

Так само, можемо використовувати Google Trends для дослідження популярності різних месенджерів. Порівняємо популярність WhatsApp, Messenger та Viber у певних регіонах та визначити їх тренди росту (рис. 2.2).

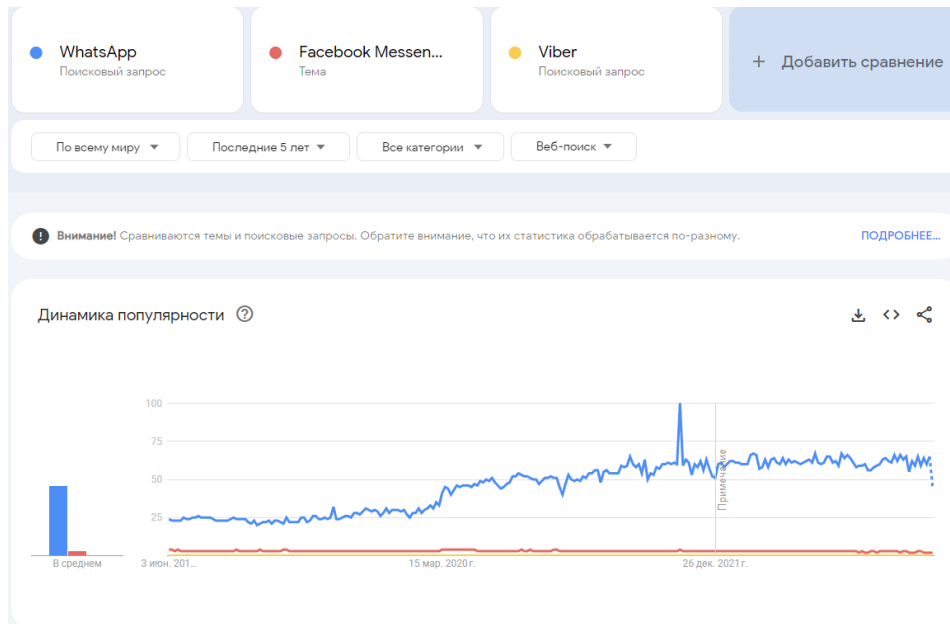


Рисунок 2.2 – Порівняння популярності WhatsApp, Facebook Messenger, Viber

Для аналізу динаміки популярності месенджерів WhatsApp, Facebook Messenger та Viber розглянемо дані з 2018 року по 2023 рік.

Оглядаючи надані дані, можна зробити наступні спостереження:

WhatsApp:

- За період з 2018 по 2019 роки популярність WhatsApp коливалася в межах 20-32.
- У 2020 році популярність зросла до 46-47, а пізніше спостерігалася трохи нижча активність на рівні 40-45.
- З 2021 року і до поточного моменту популярність WhatsApp знову зросла і стабілізувалася навколо рівня 60.

Facebook Messenger:

- За весь період спостережень популярність Facebook Messenger була найнижчою серед трьох месенджерів.

— З 2018 по 2020 роки популярність коливалася в межах 1-2.

— З 2021 року відбулось помітне зростання популярності до рівня 1-3.

Viber:

— За період з 2018 по 2019 роки популярність Viber була меншою за 1.

— У 2020 році відбулося зростання популярності до 1-2, а пізніше активність користувачів трималася на рівні 1.

— З 2021 року і до поточного моменту популярність Viber знову знизилася до рівня менше 1.

Загальні висновки:

— WhatsApp є найпопулярнішим месенджером серед трьох розглянутих, з популярністю, яка зростає з часом і стабілізується навколо рівня 60.

— Facebook Messenger має нижчу популярність в порівнянні з WhatsApp і Viber, але спостерігається помітне зростання активності з 2021 року.

— Viber має меншу популярність у порівнянні з іншими двома месенджерами і знижується в популярності з часом.

Google Trends також надає дані про популярність електронної комерції. Можемо дослідити зростання популярності Amazon, Alibaba та eBay та порівняти їх на різних ринках (рис. 2.3).

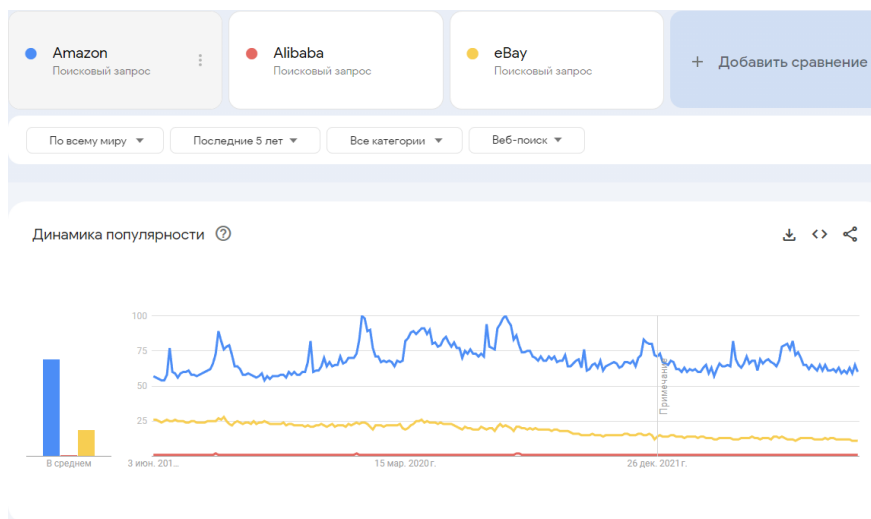


Рисунок 2.3 – Порівняння популярності Amazon, Alibaba, eBay

Для аналізу динаміки популярності вказаних показників стосовно Amazon, Alibaba та eBay розглянемо надані дані з 2018 року по 2023 рік.

Оглядаючи надані дані, можна зробити наступні спостереження:

Amazon:

- За період з 2018 по 2019 роки популярність Amazon коливалася в межах 54-76.
- У 2020 році спостерігається зниження популярності до рівня 59-80.
- З 2021 року і до поточного моменту популярність Amazon тримається на рівні 58-82.

Alibaba:

- Протягом всього періоду спостерігається нижча популярність Alibaba порівняно з Amazon.
- Популярність Alibaba за цей період коливалася в межах 1-2.
- Помітних змін в динаміці популярності не спостерігається.

eBay:

- За період з 2018 по 2023 рік популярність eBay зберігається на рівні 22-28.
- Не відбувається значних змін у динаміці популярності eBay протягом цього періоду.

Загальні висновки:

- Amazon є лідером серед трьох розглянутих показників з найвищою популярністю.
- Alibaba має нижчу популярність порівняно з Amazon та eBay, але вона залишається стабільною протягом усього періоду.
- eBay тримається на третьому місці за популярністю, проте не відбувається значних змін у її динаміці протягом розглянутого періоду.

Alibaba, як китайська компанія, у порівнянні із американськими Amazon і eBay не користується великою популярністю, але ситуація змінюється, якщо дивитися на популярність запитів по ній, наприклад, у Китаї (рис. 2.4), де рівень зацікавленості є дуже високим, на відміну до Amazon і eBay, де рівень зацікавленості у Китаї відсутній (рис. 2.5).

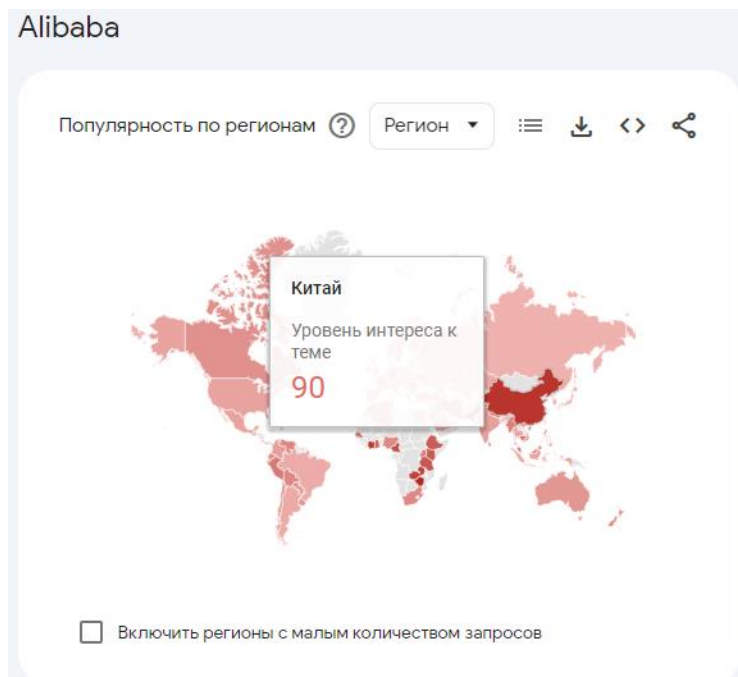


Рисунок 2.4 – Рівень зацікавленості до Alibaba у Китаї

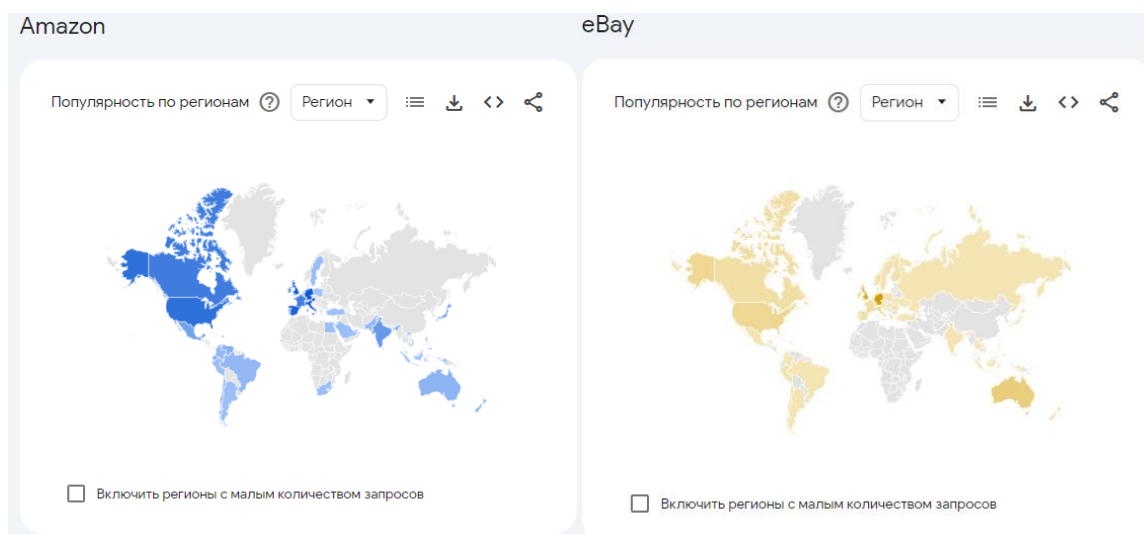


Рисунок 2.5 – Рівень зацікавленості до Amazon і eBay в Китаї

За допомогою Google Trends можемо вивчити популярність стрімінгових платформ, таких як Netflix, Spotify та YouTube, та визначити їх тренди за останні роки (рис. 2.6).

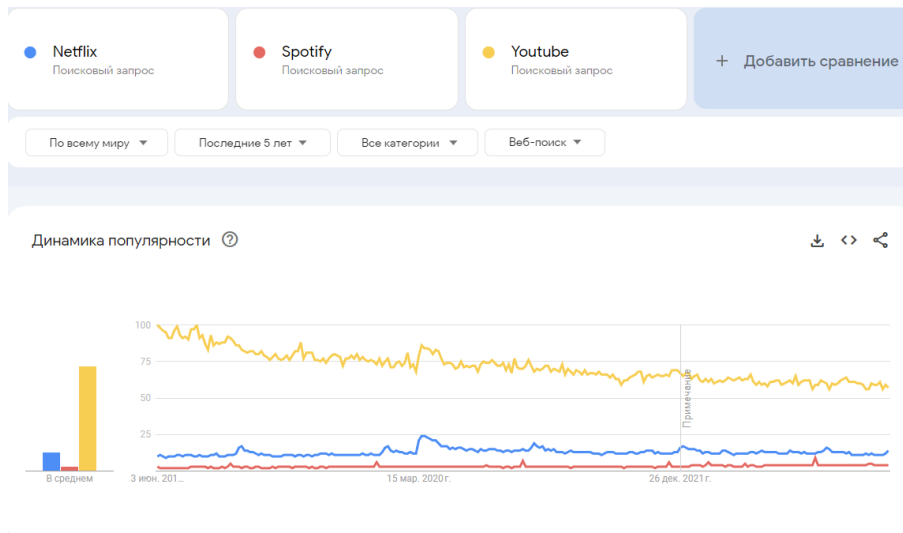


Рисунок 2.6 – Порівняння популярності Netflix, Spotify, YouTube

Для аналізу динаміки популярності платформ Netflix, Spotify і Youtube, розглянемо дані з 2018 року по 2023 рік.

Оглядаючи дані, можна зробити наступні спостереження:

Netflix:

- За період з 2018 по 2019 роки популярність Netflix збільшилася з 10 до 17.
- У 2020 році популярність почала знижуватися, зазнаючи коливань в межах 15-22.
- З 2021 року і до поточного моменту популярність Netflix стабільно тримається навколо 12-13.

Spotify:

- Популярність Spotify була найнижчою серед трьох платформ на протязі всього періоду спостережень.
- За період з 2018 по 2019 роки популярність Spotify знизилася з 3 до 2.
- З 2020 року популярність Spotify трималася на рівні 3.

Youtube:

- Youtube є найпопулярнішою платформою серед трьох.
- За період з 2018 по 2019 роки популярність Youtube коливалася від 100 до 82.
- З 2020 року популярність Youtube змінилася незначно, тримаючись в межах 73-86.

Загальні висновки:

- Netflix, Spotify і Youtube є відомими і популярними платформами для перегляду відео та прослуховування музики.
- Популярність Netflix збільшилася в перший рік спостережень, а потім стабілізувалася на рівні 12-13.
- Spotify тримався на стабільному рівні популярності (3) протягом всього періоду спостережень.
- Youtube є найпопулярнішою платформою серед трьох, але відмічається невелике зниження популярності протягом 2018-2019 років, після чого вона стабілізувалася навколо 73-86.

Аналіз популярних цифрових продуктів показує, що соціальні мережі, месенджери, електронна комерція та стрімінгові сервіси залишаються високо популярними серед користувачів. Вони надають широкий спектр функцій, що задовольняють потреби користувачів у спілкуванні, покупках, розвагах та доступі до контенту.

Оцінка функціональності та користувацького досвіду цифрових продуктів показує, що успішні продукти мають зручну та інтуїтивну функціональність, а також привабливий та добре продуманий дизайн, що забезпечує комфортний користувацький досвід.

Тенденції та інновації у розробці цифрових продуктів включають використання штучного інтелекту, розширеної та віртуальної реальності, а також розвиток Інтернету

речей. Ці інновації покращують персоналізацію, взаємодію та забезпечують нові можливості для користувачів.

Аналіз трендів за допомогою Google Trends дозволяє відстежувати зміни в популярності цифрових продуктів протягом років. Він допомагає виявити тренди та розуміти популярність продуктів у різних регіонах.

Усе це свідчить про постійний розвиток та зростання ринку цифрових продуктів. Розробники повинні бути свідомими про ці тренди та інновації, щоб створювати конкурентоздатні та привабливі продукти для споживачів.

2.3 Вплив цифрових платформ та продуктів на бізнес-середовище: Взаємозв'язок цифрових платформ із бізнес-середовищем

У сучасному світі цифрові платформи та продукти відіграють значну роль у бізнес-середовищі. Їх вплив на бізнес-процеси, спосіб взаємодії з клієнтами та конкурентоспроможність компаній є непередбачуваним.

Цифрові продукти суттєво змінюють бізнес-середовище, створюючи нові можливості та виклики для підприємств. Ось кілька суттєвих впливів цифрових продуктів на бізнес-середовище [2]:

— Зміна способу взаємодії з клієнтами: Цифрові платформи та продукти надають компаніям можливість взаємодіяти зі своїми клієнтами в нових способах. Вони дозволяють залучати, зберігати та зв'язувати клієнтів через електронну пошту, соціальні мережі, месенджери тощо. Це розширює глобальний досяг компаній та забезпечує зручність для клієнтів у взаємодії з брендом.

— Покращення ефективності бізнес-процесів: Цифрові продукти дозволяють автоматизувати та оптимізувати бізнес-процеси, зменшуючи ручну працю та забезпечуючи швидкість та точність виконання завдань. Наприклад, використання

хмарних сервісів дозволяє компаніям зберігати та обробляти дані у безпечних і доступних місцях, а автоматизовані системи управління ресурсами (ERP) полегшують контроль за запасами, фінансами та іншими аспектами діяльності компанії.

— Розширення ринкових можливостей: Цифрові платформи та продукти дають компаніям можливість розширювати свою географічну присутність та досягати нових ринків без фізичної експансії. Наприклад, електронна комерція дозволяє компаніям продавати свої товари та послуги онлайн, залучаючи клієнтів з різних куточків світу.

— Персоналізація та пристосування: Цифрові продукти надають можливість персоналізації та пристосування продуктів та послуг до індивідуальних потреб клієнтів. Вони збирають та аналізують дані про поведінку та вподобання клієнтів, що дозволяє створювати персоналізовані пропозиції, рекомендації та послуги.

Використання цифрових платформ та продуктів має свої переваги та недоліки. Розглянемо їх детальніше в таблиці 2.6 і таблиці 2.7 [6; 8].

Таблиця 2.6 – Переваги використання цифрових платформ та продуктів у бізнес-середовищі

Переваги	Опис
Збільшення досяжності	Можливість досягнути широкої аудиторії та залучати клієнтів з різних регіонів світу.
Зниження витрат	Можливість зменшити витрати на маркетинг, рекламу, зберігання даних, логістику тощо.
Покращення користувацького досвіду	Змога створювати зручні, інтуїтивно зрозумілі та персоналізовані інтерфейси для клієнтів.
Швидкість та ефективність	Здатність проводити операції швидко та ефективно, забезпечуючи оперативну обробку даних та взаємодію з клієнтами.

Таблиця 2.7 – Недоліки використання цифрових платформ та продуктів у бізнес-середовищі

Недоліки	Опис
Висока конкуренція	Збільшення популярності цифрових платформ викликає зростання конкуренції на ринку.
Проблеми з безпекою даних	Використання цифрових платформ вимагає звернути особливу увагу на безпеку даних.
Залежність від технології	Використання цифрових платформ передбачає наявність технологічної інфраструктури.
Постійне оновлення	Цифрові платформи швидко розвиваються, тому потрібно постійно оновлювати знання та інфраструктуру.

Цифрові платформи та продукти мають значний вплив на стратегію бізнесу. Ось декілька аспектів, які слід враховувати [2]:

— Перетворення моделі бізнесу: Цифрові платформи можуть допомогти компаніям перетворити свою модель бізнесу, надаючи нові можливості для генерації доходів. Наприклад, перехід від традиційного роздрібного продажу до електронної комерції або від покупки товарів до підписки на послуги.

— Взаємодія зі споживачами: Цифрові платформи дозволяють компаніям збирати дані про своїх клієнтів та аналізувати їх для зрозуміння потреб та вподобань. Це допомагає покращити взаємодію зі споживачами, пропонуючи персоналізовані рішення та послуги.

— Розвиток нових продуктів та послуг: Цифрові платформи стимулюють інновації, дозволяючи компаніям розробляти та запускати нові продукти та послуги на основі аналізу ринку та потреб клієнтів.

— Оптимізація бізнес-процесів: Використання цифрових платформ дозволяє оптимізувати бізнес-процеси, зменшуючи витрати, покращуючи ефективність та забезпечуючи швидку реакцію на зміни в середовищі.

— Інноваційність та конкурентоспроможність через цифрові платформи та продукти

Цифрові платформи та продукти є джерелом інновацій та конкурентоспроможності для бізнесу. Вони сприяють [2; 3; 7]:

— Швидкому впровадженню нових ідей: Цифрові платформи дозволяють швидко тестувати та впроваджувати нові ідеї та продукти на ринку. Це дозволяє компаніям бути гнучкими та адаптивними до змін потреб клієнтів.

— Залученню зовнішніх інноваторів: Цифрові платформи можуть стимулювати співпрацю зі сторонніми розробниками, стартапами та іншими інноваторами. Це дозволяє компаніям використовувати зовнішній талант та ідеї для створення нових продуктів та розвитку бізнесу.

— Покращенню конкурентоспроможності: Використання цифрових платформ та продуктів допомагає компаніям зберігати свою конкурентоспроможність, надаючи їм засоби для інновацій, покращення користувацького досвіду та пристосування до змін в ринкових умовах.

— Розробці нових бізнес-моделей: Цифрові платформи дають компаніям можливість експериментувати з новими бізнес-моделями, такими як модель підписки, розподілу ресурсів або спільного використання, що відкриває нові джерела доходів та ринкові можливості.

Цифрові платформи та продукти мають суттєвий вплив на бізнес-середовище. Вони змінюють спосіб взаємодії компаній зі споживачами, покращують ефективність бізнес-процесів, стимулюють інновації та підвищують конкурентоспроможність. Однак, використання цифрових платформ та продуктів також супроводжується своїми викликами та ризиками, такими як висока конкуренція та проблеми з безпекою даних. Для бізнесу важливо бути свідомим і вмілим користувачем цифрових платформ, розуміти їх переваги та недоліки, інтегрувати їх у свою стратегію та розвиватися відповідно до вимог сучасного цифрового середовища.

3 СТРАТЕГІЇ РОЗРОБКИ І ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ПЛАТФОРМ І ПРОДУКТІВ

3.1 Розробка стратегії використання цифрових платформ та продуктів: Стратегічний підхід до використання цифрових платформ та продуктів

У сучасному бізнес-середовищі використання цифрових платформ та продуктів стає все більш важливим для компаній, незалежно від їх розміру та сфери діяльності. Цифрові платформи та продукти надають компаніям нові можливості для взаємодії з клієнтами, оптимізації бізнес-процесів та розвитку конкурентних переваг. Однак, успішне використання цифрових платформ вимагає стратегічного підходу та ретельного планування.

Перш за все, необхідно визначити мету використання цифрових платформ та продуктів. Мета може бути різною для кожної компанії, наприклад [37; 39]:

— Покращення клієнтського досвіду: Мета полягає в створенні зручних та персоналізованих цифрових продуктів, які задовольняють потреби та вподобання клієнтів.

— Збільшення доходів: Метою може бути залучення нових клієнтів, збільшення продажів або створення нових джерел доходів через цифрові платформи та продукти.

— Оптимізація бізнес-процесів: Мета полягає в автоматизації та оптимізації внутрішніх процесів компанії за допомогою цифрових платформ та продуктів.

— Розширення ринкової присутності: Метою може бути розширення географічного охоплення, досягнення нових ринків або залучення клієнтів з різних країн через цифрові платформи.

Після визначення мети необхідно сформулювати завдання використання цифрових платформ та продуктів, які допоможуть досягти цієї мети. Завдання можуть включати [40; 41]:

— Вибір оптимальних цифрових платформ та продуктів: Потрібно провести аналіз різних цифрових платформ та продуктів на ринку та вибрати ті, які найкраще відповідають потребам компанії та меті використання.

— Розробка плану впровадження та монетизації: Необхідно розробити детальний план впровадження цифрових платформ та продуктів, включаючи розробку, тестування, маркетингові заходи та стратегію монетизації.

— Встановлення метрик та показників успішності: Важливо визначити метрики та показники успішності, які дозволять оцінити результати використання цифрових платформ та продуктів та внести необхідні корективи.

— Аналіз розрахунків та оцінка ефективності: Під час розробки стратегії необхідно провести розрахунки, включаючи прогнози продажів, витрати на розробку та підтримку, очікувані прибутки та оцінку загальної ефективності використання цифрових платформ та продуктів.

При виборі оптимальних цифрових платформ та продуктів для досягнення мети необхідно враховувати наступні фактори [4; 38]:

— Відповідність функціональності: Платформи та продукти повинні відповідати потребам та завданням компанії. Важливо оцінити їх можливості та функціональність, щоб впевнитися, що вони відповідають потребам бізнесу.

— Стабільність та надійність: Обрані платформи та продукти повинні бути стабільними та надійними, забезпечуючи безперебійну роботу та захист даних компанії та її клієнтів.

— Масштабованість: Важливо переконатися, що обрані платформи та продукти мають потенціал для масштабування, щоб вони могли розвиватися разом із зростанням бізнесу.

— Цінова політика: Необхідно враховувати вартість впровадження та підтримки обраних платформ та продуктів. Вартість повинна бути в межах бюджету компанії та виправдана очікуваними перевагами.

Розробка плану впровадження та монетизації цифрових платформ та продуктів є критичним етапом стратегії. План може включати такі етапи [2; 3; 8]:

— Розробка продукту: Розробка та тестування цифрових платформ та продуктів з урахуванням вимог клієнтів та ринкових умов.

— Маркетингові заходи: Розробка стратегії маркетингу та продажів для привертання уваги та просування продуктів на ринку.

— Впровадження та підтримка: Розробка плану впровадження продуктів, включаючи навчання персоналу, підтримку клієнтів та оновлення продуктів.

— Монетизація: Визначення стратегії монетизації продуктів, включаючи цінову політику, пакети послуг та моделі доходів.

Під час розробки плану впровадження та монетизації цифрових платформ та продуктів, необхідно враховувати показники, розрахунки та проводити аналіз ефективності. Деякі показники, які можуть бути використані, включають [37; 38]:

— Прибутковість: Розрахунок очікуваної прибутковості проекту шляхом порівняння очікуваного доходу та витрат.

— ROI (Return on Investment): Розрахунок відношення прибутку до витрат, що вказує на ефективність вкладення коштів у проект.

— LTV (Customer Lifetime Value): Розрахунок значення клієнта протягом його життєвого циклу, що дозволяє оцінити потенційні доходи від клієнта.

— САС (Customer Acquisition Cost): Розрахунок вартості залучення нового клієнта, що допомагає визначити ефективність маркетингових витрат.

Після проведення розрахунків необхідно провести аналіз результатів та оцінити ефективність стратегії використання цифрових платформ та продуктів. Важливо враховувати ризики та коригувати стратегію, якщо потрібно, для досягнення максимальних результатів.

Отже, розробка стратегії використання цифрових платформ та продуктів є складним, але важливим завданням для компаній у сучасному бізнес-середовищі. Визначення мети, вибір оптимальних платформ та продуктів, розробка плану

впровадження та монетизації, а також аналіз розрахунків є ключовими етапами процесу. Тільки стратегічний підхід та ретельне планування допоможуть компаніям досягти успіху в цифровому світі і забезпечити стійкий розвиток та конкурентоспроможність.

3.2 Рекомендації щодо розробки та покращення цифрових продуктів: Практичні рекомендації щодо вдосконалення цифрових продуктів

Розробка цифрових продуктів є складним та багатоетапним процесом, який вимагає уваги до потреб та вимог користувачів. Для досягнення успіху і конкурентоспроможності на ринку важливо мати чіткий план та практичні рекомендації щодо вдосконалення цифрових продуктів.

Перш за все, перед розробкою цифрових продуктів необхідно ретельно вивчити потреби та вимоги користувачів. Це можна зробити за допомогою таких методів [2; 4]:

- Дослідження ринку: Аналіз ринкових тенденцій, конкурентів та поведінки користувачів допоможе зрозуміти їх потреби та очікування.

- Опитування та спостереження користувачів: Взаємодія з потенційними користувачами через опитування, інтерв'ю та спостереження дозволить збирати цінну інформацію про їх потреби, бажання та проблеми.

- Аналіз даних користувачів: Використання аналітичних інструментів дозволить зібрати та проаналізувати дані про поведінку користувачів, що допоможе зрозуміти їх вимоги та пристрасті.

Прикладом успішного аналізу потреб користувачів є компанія Airbnb, яка завдяки дослідженню ринку та спостереженню користувачів зрозуміла, що люди шукають не просто житло, а незабутні враження та взаємодію з місцевими жителями.

Це дало їм змогу створити унікальну платформу для подорожей, яка задовольняє потреби користувачів та відповідає їх вимогам [16].

Один з ефективних підходів до розробки цифрових продуктів - використання дизайн-мислення. Цей підхід заснований на співпраці між дизайнерами, розробниками та фахівцями з маркетингу з метою створення продуктів, що задовольняють потреби користувачів. Дизайн-мислення включає такі етапи [6]:

— Етап спостереження та розуміння: Ретельне вивчення користувачів та їх потреб, що дозволяє зрозуміти їх контекст та мотивацію.

— Етап визначення проблеми: Формулювання проблеми, яку цифровий продукт має вирішити.

— Етап генерації рішень: Творчий процес, під час якого генеруються різні ідеї та варіанти розв'язку проблеми.

— Етап прототипування: Створення прототипів цифрового продукту для тестування та збору фідбеку.

— Етап тестування та ітерації: Тестування прототипів з користувачами, збір фідбеку та внесення необхідних змін для поліпшення продукту.

Крім дизайн-мислення, існують інші методи розробки цифрових продуктів, такі як Agile та Lean. Agile дозволяє розробляти продукт шляхом ітерацій та прагматичного підходу, дозволяючи швидко реагувати на потреби користувачів, що постійно змінюються. Lean методологія спрямована на мінімізацію витрат та оптимізацію процесу розробки, шляхом використання експериментів та мінімального функціоналу.

Тестування та збір фідбеку є важливою складовою розробки цифрових продуктів. Це дозволяє отримати повноцінну зворотну інформацію від користувачів та виявити можливі проблеми та недоліки продукту. Деякі приклади інструментів для збору фідбеку [38]:

— Аналіз використання продукту: Використання аналітичних інструментів, таких як Google Analytics, дозволяє отримати дані про поведінку користувачів у продукті, їхні взаємодії та проблеми, з якими вони зіштовхуються [22].

— Тестування з користувачами: Організація сесій тестування з реальними користувачами дозволяє отримати безпосередній фідбек щодо продукту, його функціональності та користувацького досвіду.

— Опитування та анкети: Збір думок та оцінок користувачів за допомогою опитувань та анкет допомагає зрозуміти їх задоволення продуктом та виявити можливі проблеми.

Прикладом ефективного впровадження тестування та збору фідбеку є компанія Dropbox, яка використовує ранній доступ до продукту та активну комунікацію з користувачами для поліпшення свого продукту та врахування їхніх потреб та пропозицій [36].

Опишемо детально, як вказані рекомендації можуть допомогти на практиці у розробці та покращенні цифрових продуктів [4; 5; 39]:

1) Аналіз потреб та вимог користувачів:

— Працюючи з потенційними користувачами та вивчаючи їхні потреби, можна зрозуміти, які функціональності та особливості продукту є важливими для них.

— На основі зібраної інформації можна розробити персони (образи типових користувачів) і визначити їх пріоритети та цілі, що допоможе зосередитися на найбільш важливих аспектах продукту.

2) Використання дизайн-мислення та інших методів розробки [39]:

— Застосування дизайн-мислення дозволяє створювати продукти, які відповідають потребам та вимогам користувачів.

— Етапи спостереження, визначення проблеми, генерації рішень, прототипування та тестування дозволяють швидко реагувати на зміни та вдосконалювати продукт.

3) Впровадження тестування та збір фідбеку:

— Тестування з реальними користувачами дозволяє отримати безпосередній фідбек щодо продукту, виявити його сильні та слабкі сторони та внести необхідні зміни.

— Використання аналітичних інструментів та опитувань допомагає збирати дані про використання продукту, задоволення користувачів та виявляти можливі проблеми.

4) Постійне вдосконалення та адаптація:

— Розробка цифрових продуктів є постійним процесом. Враховуючи отриманий фідбек від користувачів, можна вносити необхідні зміни та вдосконалення у продукт, забезпечуючи його розвиток та відповідність ринковим потребам.

Зазначені рекомендації щодо розробки та покращення цифрових продуктів застосовуються багатьма компаніями в різних галузях. Розглянемо приклади декількох компаній, які використовують ці рекомендації та порівняємо результати до і після їх впровадження.

1) Netflix [27]:

До: Перед впровадженням рекомендацій, користувачам Netflix було важко знайти відповідний контент, оскільки великий вибір фільмів та серіалів призводив до замішання.

Після: Netflix впровадила систему персоналізованих рекомендацій на основі аналізу даних про перегляди, вподобання та інші взаємодії користувачів. В результаті, вони змогли підібрати рекомендації, які краще відповідають смакам та інтересам користувачів.

Статистика: За даними Netflix, понад 75% контенту, який користувачі переглядають, є результатом персоналізованих рекомендацій. Це призвело до збільшення тривалості використання платформи та збільшення кількості підписників.

2) Amazon [19]:

До: Раніше, користувачам Amazon було складно знайти потрібні товари через великий асортимент та розподілену структуру сайту.

Після: Впровадження системи рекомендацій на основі аналізу даних про покупки, перегляди та інші взаємодії користувачів дозволило зробити індивідуальний підбір товарів та покращити користувацький досвід.

Статистика: За даними Amazon, понад 35% продажів на їхній платформі є результатом персоналізованих рекомендацій, що сприяє збільшенню конверсії та середнього чеку покупок.

3) YouTube [34]:

До: Користувачі часто стикалися з проблемою пошуку відео, які їх цікавлять, через великий обсяг контенту та розподілену структуру сайту.

Після: Використання алгоритмів рекомендацій на основі аналізу переглядів, вподобань та інших взаємодій допомогло пропонувати користувачам відео, які відповідають їхнім інтересам та збільшувати залученість.

Статистика: За даними YouTube, більше 70% часу перегляду відео на платформі є результатом рекомендацій, що свідчить про їхню важливу роль у залученні та утриманні користувачів.

4) Spotify [28]:

До: Раніше, користувачі мали складнощі з пошуком нової музики, яка відповідала їхнім вподобанням.

Після: З впровадженням рекомендаційних алгоритмів, Spotify забезпечує користувачам персоналізовані рекомендації плейлистів та треків на основі їхніх прослуховувань та вподобань.

Статистика: За даними Spotify, більше 60% треків, які користувачі прослуховують, є результатом персоналізованих рекомендацій, що позитивно впливає на задоволення та залучення користувачів.

5) LinkedIn [25]:

До: Раніше, користувачам LinkedIn було складно знайти релевантні контакти та можливості розвитку кар'єри.

Після: Впровадження рекомендаційних алгоритмів допомагає користувачам знаходити релевантні контакти, вакансії та матеріали для розвитку кар'єри.

Статистика: За даними LinkedIn, користувачі, які використовують персоналізовані рекомендації, мають 2.6 рази більше шансів знаходити нові можливості розвитку кар'єри.

Ці приклади демонструють, як впровадження рекомендацій має позитивний вплив на результати компаній, такі як збільшення кількості підписників, зростання тривалості використання платформи, покращення конверсії та залученості користувачів. Однак, більш детальний аналіз конкретних даних та показників впровадження рекомендацій вимагає додаткових досліджень та доступу до внутрішньої інформації компаній.

На практиці, детальний аналіз потреб та вимог користувачів допомагає побудувати продукт, який відповідає їх очікуванням, що сприяє задоволенню та лояльності. Використання дизайн-мислення та інших методів розробки забезпечує систематичний та структурований підхід до розробки продукту, що дозволяє зосередитися на ключових елементах та досягти кращих результатів. Впровадження тестування та збору фідбеку дозволяє виявляти потенційні проблеми та швидко реагувати на них, покращуючи якість продукту та користувацький досвід.

Рекомендації щодо розробки та покращення цифрових продуктів допомагають на практиці створити продукти, які відповідають потребам та вимогам користувачів. Аналіз потреб, використання дизайн-мислення, тестування та збір фідбеку є важливими етапами у розробці продуктів, що дозволяють досягти успіху та задоволення користувачів. Практичне застосування цих рекомендацій вимагає систематичного підходу та постійного вдосконалення продукту з урахуванням змін у потребах ринку та користувачів.

Таким чином, розробка та покращення цифрових продуктів вимагає систематичного та цілеспрямованого підходу. Аналіз потреб та вимог користувачів, використання дизайн-мислення, впровадження тестування та збору фідбеку є важливими етапами у цьому процесі. Важливо пам'ятати, що розробка цифрових продуктів є постійним процесом, і вимагає постійного вдосконалення та адаптації до

змін у потребах користувачів та ринку. Застосування рекомендацій та кращих практик у розробці цифрових продуктів допоможе досягти успіху та задоволення користувачів.

3.3 Роль управління проектами у впровадженні цифрових платформ та продуктів: Важливість управління проектами при впровадженні цифрових платформ та продуктів

У сучасному цифровому світі, де технологічний прогрес швидко змінюється, впровадження цифрових платформ та продуктів відіграє ключову роль у бізнесі. Успішне впровадження цифрових проектів вимагає ефективного управління проектами, що дозволяє керувати ресурсами, часом та якістю, забезпечувати співпрацю між командами та досягати поставлених цілей.

Розробка цифрових платформ та продуктів є складним процесом, що вимагає систематичного та структурованого підходу. Управління проектами надає необхідний фреймворк для керування всіма етапами розробки цифрових проектів. Декілька методологій управління проектами, які можуть бути застосовані для впровадження цифрових платформ та продуктів, включають [6]:

— Agile (Гнучкий) підхід: Agile методологія надає можливість швидко адаптуватися до змінних вимог та впроваджувати нові функціональності в процесі розробки. Scrum, Kanban та Lean є популярними підходами Agile, що дозволяють ефективно управляти цифровими проектами.

— Waterfall (Каскадний) підхід: Waterfall методологія базується на послідовному виконанні етапів розробки, включаючи аналіз, проектування, реалізацію та тестування. Цей підхід може бути корисним для проектів з чіткими вимогами та визначеними межами.

— Hybrid (Змішаний) підхід: Hybrid методологія комбінує елементи Agile та Waterfall, щоб використовувати переваги обох підходів. Цей підхід дозволяє команді швидко реагувати на зміни, забезпечуючи при цьому структурованість та контроль.

Приклади цифрових платформ та продуктів включають [18; 22; 38]:

— Amazon Web Services (AWS): AWS - це хмарна платформа, яка надає широкий спектр послуг, таких як обчислення, зберігання даних та аналітика. Впровадження AWS може вимагати використання Agile методології для швидкого розгортання та зміни інфраструктури [18].

— Google Analytics: Google Analytics - це цифрова аналітична платформа, яка дозволяє веб-власникам аналізувати та вимірювати результативність їх веб-сайтів та маркетингових кампаній. Управління проектами може бути використане для впровадження нових функцій та забезпечення безперебійної роботи платформи [22].

Управління ризиками є необхідною складовою успішного впровадження цифрових платформ та продуктів. Ризики можуть виникати на різних етапах проекту, включаючи планування, розробку та впровадження. Детальне управління ризиками дозволяє зменшити ймовірність негативних наслідків та мінімізувати вплив ризиків на проект.

Один з підходів до управління ризиками - це проведення ретельного аналізу ризиків на початкових етапах проекту. Для цього можуть використовуватися такі методи, як SWOT-аналіз (аналіз сильних і слабких сторін, можливостей і загроз) та проведення сценарного планування [3].

Для демонстрації впливу управління ризиками розглянемо такі приклади цифрових платформ та продуктів [21; 30]:

— Facebook: При впровадженні нових функцій на платформі Facebook, таких як розширена реальність або нові функції конфіденційності, управління ризиками може грати важливу роль у забезпеченні безпеки та якості продукту.

— Uber: При розширенні до нових ринків та впровадженні нових функцій, таких як Uber Eats, управління ризиками є необхідним для забезпечення безперебійного функціонування платформи та захисту даних користувачів [30].

Організація команди та ефективна комунікація є критичними факторами у впровадженні цифрових платформ та продуктів. Команда повинна складатися з різних спеціалістів, таких як проектний менеджер, розробники, тестувальники, дизайнери та фахівці з маркетингу.

Організація команди може бути представлена у вигляді матричної структури, де кожен спеціаліст має свої відповідності та обов'язки. Крім того, можуть застосовуватися Agile методики, такі як Scrum, де команда розбивається на невеликі самоорганізовані групи, які працюють над конкретними завданнями.

Щодо комунікації, необхідно встановити ефективні канали спілкування між членами команди. Це може бути виконано за допомогою проектного менеджменту з використанням спеціалізованих інструментів для спільної роботи, таких як Asana, Trello або Slack. Важливо регулярно проводити зустрічі команди, оновлювати всіх учасників процесу щодо поточного стану проекту та обговорювати можливі проблеми та виклики [6].

На рисунку 3.1 можна побачити організацію команди та комунікацію при впровадженні цифрових платформ та продуктів.

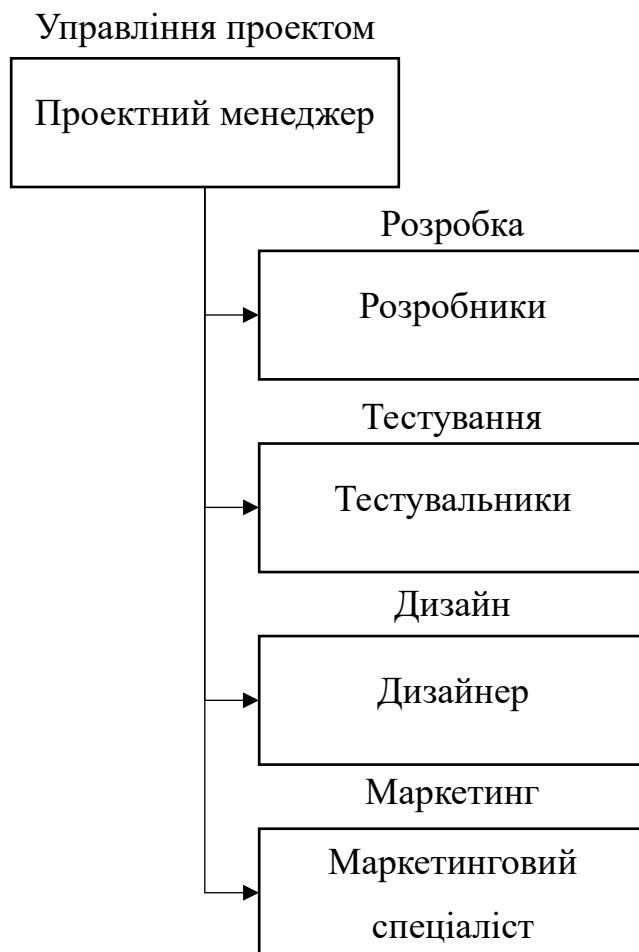


Рисунок 3.1 – Організація команди та комунікація при впровадженні цифрових платформ та продуктів

У цій схемі проектний менеджер є основним керівником проекту та взаємодіє з різними спеціалістами залежно від їхніх обов'язків та етапів проекту. Через ефективну комунікацію та використання спеціалізованих інструментів для спільної роботи, команда може забезпечити успішне впровадження цифрових платформ та продуктів.

Отже, управління проектами грає вирішальну роль у впровадженні цифрових платформ та продуктів, дозволяючи досягати поставлених цілей проекту та забезпечувати успішне завершення проекту в рамках визначених обмежень. Застосування відповідних методологій управління проектами, таких як Agile, Waterfall або Hybrid, залежно від потреб проекту, дозволяє ефективно планувати, виконувати та контролювати роботу над цифровими платформами та продуктами.

Управління ризиками є невід'ємною частиною успішного впровадження цифрових платформ та продуктів. Виявлення, аналіз та управління ризиками дозволяють попередити можливі проблеми, зменшити їх вплив на проєкт та забезпечити стабільну та безперебійну роботу платформи чи продукту. Правильне управління ризиками може допомогти забезпечити якість, безпеку та вчасне впровадження цифрових платформ та продуктів.

Організація команди та ефективна комунікація відіграють ключову роль у впровадженні цифрових платформ та продуктів. Створення балансованої команди з різними спеціалістами та ефективно взаємодіяти між ними допомагають забезпечити успішне виконання проєкту. Використання спеціалізованих інструментів для спільної роботи та регулярні зустрічі команди сприяють покращенню комунікації та сприяють досягненню поставлених цілей.

Загалом, управління проєктами у впровадженні цифрових платформ та продуктів є необхідним елементом для досягнення успіху в цифровому середовищі. Ефективне управління проєктами дозволяє забезпечити високу якість, ефективність та вчасність впровадження цифрових платформ та продуктів, що є ключовими факторами для здобуття конкурентної переваги та задоволення потреб користувачів.

ВИСНОВКИ

В ході написання даної дипломної роботи було здійснено дослідження сутності цифрових продуктів та їх характеристик. Виявлено, що цифрові продукти представляють собою інформаційні технології та рішення, що надаються через цифрові платформи з метою полегшення бізнес-процесів, забезпечення взаємодії з клієнтами та створення нових можливостей для підприємств.

Аналіз сучасного бізнес-середовища показав, що цифрові технології мають значний вплив на сучасну бізнес-сферу. Вони дозволяють підприємствам ефективніше використовувати ресурси, залучати нових клієнтів та прискорювати процеси прийняття рішень. Цифрові продукти та платформи виконують роль каталізатора цифрової трансформації підприємств.

Проведений аналіз відомих цифрових платформ дозволив виявити різноманітність інструментів та сервісів, що пропонуються на ринку. З'ясовано, що цифрові платформи можуть бути зосереджені на певних галузях або надавати широкий спектр послуг для різних секторів економіки. Важливим фактором успіху є забезпечення зручного та безпечного взаємодії між користувачами та платформою.

Дослідження ринку цифрових продуктів та аналіз ринкових трендів у сфері цифрових продуктів виявили, що попит на цифрові рішення постійно зростає. Ключовими трендами є перехід до хмарних технологій, розширена реальність, штучний інтелект та інтернет речей. Підприємства, що успішно адаптуються до цих трендів та пропонують інноваційні цифрові продукти, мають перевагу на ринку.

Виявлено, що цифрові платформи та продукти мають значний вплив на бізнес-середовище. Вони забезпечують підприємствам зручний доступ до ринків, полегшують комунікацію з клієнтами та сприяють створенню нових моделей бізнесу. Взаємозв'язок між цифровими платформами та бізнес-середовищем вимагає уваги до

забезпечення кібербезпеки, захисту персональних даних та регулювання відносин між учасниками ринку.

Розроблені стратегії використання цифрових платформ та продуктів та надані рекомендації щодо розробки та покращення цифрових продуктів допоможуть підприємствам ефективно використовувати ці інструменти для досягнення своїх бізнес-цілей. Враховуючи ринкові тренди, підприємства повинні розвивати інноваційні продукти, вдосконалювати їх функціональність та забезпечувати зручний користувацький досвід.

Також встановлено, що управління проектами відіграє важливу роль у впровадженні цифрових платформ та продуктів. Враховуючи складність та ризики, пов'язані з впровадженням цифрових рішень, ефективне управління проектами є необхідним фактором успіху. Проектний підхід дозволяє підприємствам планувати, керувати та контролювати процес впровадження цифрових платформ та продуктів.

У підсумку, дослідження цифрових платформ та продуктів у сучасному бізнес-середовищі підтвердило їх значущість для розвитку підприємств та покращення їхньої конкурентоспроможності. Цифрові платформи та продукти стають необхідним інструментом для відповіді на виклики цифрової економіки. Рекомендації та стратегії, запропоновані в даній роботі, можуть бути використані підприємствами для успішного використання цифрових платформ та продуктів у своїй діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вишневецький О. С. Цифрові платформи як ядро цифровізації економіки. Цифрова економіка : матеріали Нац. наук.-метод. конф., 4–5 жовтня 2018 р. Київ, 2018. С. 63–66.
2. Колешня Я.О. Цифрові платформи як ефективна бізнес-модель. Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи. 2021. С. 80-81.
3. Лісова Р.М. Цифрові платформи як інструмент діджиталізації економічної системи. Інноваційні рішення в сучасній науці, освіті та практиці: Матеріали I Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (наукове видання), 17-18 листопада 2020 р.: у 2 ч. Київ: НТУ, 2020. Ч.1. С. 208-2010.
4. Ляшенко В.І. Цифрова модернізація економіки України як можливість проривного розвитку: монографія. В.І. Ляшенко, О.С. Вишневецький; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. Київ, 2018. 252 с.
5. Марія Сміт. Семанюк В., Мельник Н. Вплив цифрових технологій на інформаційне середовище бізнесу в умовах п'ятої промислової революції. Вісник економіки. 2022. Вип. 3. С. 203–212.
6. Організаційні засади роботи цифрових платформ / В.М. Горбачук, С.О. Гавриленко, Г.В. Голоцуков, М.М. Пустовойт // Проблеми програмування. — 2022. — № 3-4. — С. 491-501 . — Бібліогр.: 25 назв. — укр.
7. Семенов А. Ю. Екосистеми цифрових платформ як фактор трансформації бізнесу в умовах цифрової економіки // Вісник КНУТД. Серія Економічні науки. 2019. № 4 (137). С. 39–50.
8. Січкаренко, К.О. "Цифрові платформи: підходи до класифікації та визначення ролі в економічному розвитку. «Причорноморські економічні студії» 35 (2). 2018.С. 28-32.

9. Ахмад Ассадулахю. Digital Platforms: A Review and Future Directions. URL: https://www.researchgate.net/profile/Ahmad-Asadullah/publication/327971665_Digital_Platforms_A_Review_and_Future_Directions/links/5c440f2092851c22a3825261/Digital-Platforms-A-Review-and-Future-Directions.pdf (дата звернення: 05.06.2023).
10. Бен Гомес. URL: <https://www.bbc.com/news/technology-23866614> (дата звернення: 05.06.2023).
11. Джон МакАфі. URL: <https://www.theguardian.com/us-news/2021/jun/24/john-mcafee-the-tech-pioneer-turned-fugitive> (дата звернення: 05.06.2023).
12. Джон Маккарті. Виклики штучного інтелекту. URL: <https://zbruc.eu/node/102394> (дата звернення: 05.06.2023).
13. Емілі Янг. Variety. NFT Artist Emily Yang on Why the Crypto World Can Be Empowering for Women. URL: <https://variety.com/2022/digital/global/pplpleasr-emily-yang-cannes-1235280163/> (дата звернення: 05.06.2023).
14. Карла Боніна. Digital platforms for development: Foundations and research agenda. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/isj.12326> (дата звернення: 05.06.2023).
15. Карстен Соренсен. The digital platform: a research agenda. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1057/s41265-016-0033-3> (дата звернення: 05.06.2023).
16. Офіційна веб-сторінка Airbnb. URL: <https://www.airbnb.com.ua/stays/monthly> (дата звернення: 05.06.2023).
17. Офіційна веб-сторінка Alibaba. URL: <https://www.alibaba.com/> (дата звернення: 05.06.2023).
18. Офіційна веб-сторінка Amazon Web Services. URL: <https://aws.amazon.com/ru/> (дата звернення: 05.06.2023).

19. Офіційна веб-сторінка Amazon. URL: <https://www.amazon.com/> (дата звернення: 05.06.2023).
20. Офіційна веб-сторінка eBay. URL: <https://www.ebay.com/> (дата звернення: 05.06.2023).
21. Офіційна веб-сторінка Facebook. URL: <https://uk-ua.facebook.com/> (дата звернення: 05.06.2023).
22. Офіційна веб-сторінка Google Analytics. URL: <https://analytics.google.com/analytics/web/provision/#/provision> (дата звернення: 05.06.2023).
23. Офіційна веб-сторінка Google Trends. URL: <https://trends.google.com/trends/?hl=ru> (дата звернення: 05.06.2023).
24. Офіційна веб-сторінка Instagram. URL: <https://www.instagram.com/> (дата звернення: 05.06.2023).
25. Офіційна веб-сторінка LinkedIn. URL: <https://ua.linkedin.com/> (дата звернення: 05.06.2023).
26. Офіційна веб-сторінка Messenger. URL: https://www.messenger.com/?locale=ru_RU (дата звернення: 05.06.2023).
27. Офіційна веб-сторінка Netflix. URL: <https://www.netflix.com/ua-ru/> (дата звернення: 05.06.2023).
28. Офіційна веб-сторінка Spotify. URL: <https://open.spotify.com/> (дата звернення: 05.06.2023).
29. Офіційна веб-сторінка Twitter. URL: <https://twitter.com/?lang=ru> (дата звернення: 05.06.2023).
30. Офіційна веб-сторінка Uber Eats. URL: <https://www.ubereats.com/ua-ru> (дата звернення: 05.06.2023).
31. Офіційна веб-сторінка Uber. URL: <https://www.uber.com/ua/ru/> (дата звернення: 05.06.2023).

32. Офіційна веб-сторінка Viber. URL: <https://www.viber.com/ru/> (дата звернення: 05.06.2023).
33. Офіційна веб-сторінка WhatsApp. URL: <https://www.whatsapp.com/?lang=ru> (дата звернення: 05.06.2023).
34. Офіційна веб-сторінка YouTube. URL: <https://www.youtube.com/> (дата звернення: 05.06.2023).
35. Шерил Сандберг. URL: <https://marketingvoice.ami.org.au/facebooks-sheryl-sandberg-digital-is-causing-the-collapse-of-the-marketing-funnel/> (дата звернення: 05.06.2023).
36. Офіційна веб-сторінка Dropbox. URL: https://www.dropbox.com/uk_UA/ (дата звернення: 05.06.2023).
37. Carolin Castell, Jasmin Kiefer, Sebastian Schubach, Jan H. Schumann, Lorenz Graf-Vlachy, Andreas König. Integrating digital platform dynamics into customer orientation research: A systematic review and research agenda. *Journal of Business Research*. Volume 163, 2021. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296323002692> (дата звернення: 05.06.2023).
38. Seungyeon Ha, Yujun Park, Jongpyo Kim, Seongcheol Kim. Research trends of digital platforms: A survey of the literature from 2018 to 2021. *Telecommunications Policy*, 2023. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S030859612300054X> (дата звернення: 05.06.2023).
39. Xiao Li, Lulu Zhang, Jiarou Cao. Research on the mechanism of sustainable business model innovation driven by the digital platform ecosystem. *Journal of Engineering and Technology Management*, Volume 68, 2023. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0923474823000085> (дата звернення: 05.06.2023).

40. Xiaonan Qiao, Tianyi Feng. Land rent theory and rent research of digital platform enterprises. *Journal of Digital Economy*. Volume 2, 2022. Pages 52-63. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2773067023000195> (дата звернення: 05.06.2023).

41. Yuni Wen. Rightful resistance: How do digital platforms achieve policy change? *Technology in Society*. Volume 74, 2022. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160791X23000714> (дата звернення: 05.06.2023).

42. Oriekhova, K., Kendiukhov, O., Zakharkin, O., Solodovnik, O., Zakharkina, L., & Murovana, T. (2021). OPTIMIZATION MODELLING of ENGINEERING ENTERPRISES FINANCIAL SECURITY IMPROVEMENT. *Journal of Applied Engineering Science*, 19(4), 1065-1073. doi:10.5937/jaes0-30842

43. Гриценко, Л., Захаркіна, Л., Захаркін, О., Новіков, В., & Хедегаард, М. (2023). УПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ТРАНСПАРЕНТНОСТІ НА ВАРТІСНІ ПОКАЗНИКИ ЦІННИХ ПАПЕРІВ ПІД ЧАС КРИЗИ З УРАХУВАННЯМ ЧАСОВОГО ГОРИЗОНТУ ІНВЕСТУВАННЯ. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 2(49), 88–98. <https://doi.org/10.55643/fcaptp.2.49.2023.4011>

44. Захаркін О. О., Квілінський О. С., Чухно Р. Ю. Порівняльний аналіз рівня транспарентності бюджетного процесу в Україні та світі // *Причорноморські економічні студії*. 2023. Вип. 79. С.183-188. DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.79-27>.

45. Захаркін О. О., Захаркіна Л. С., Квілінський О. С., Чухно Р. Ю. Інформаційні інтернет-ресурси в системі забезпечення транспарентності публічних та місцевих фінансів // *Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка*. 2022. № 3. С. 106–112. DOI: 10.21272/1817-9215.2022.3-12.