С. В. Мельников,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри підприємництва та туризму;
К. С. Мельнік,
здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти;
Одеський національний морський університет, м. Одеса

СУЧАСНІ ТРЕНДИ В БІЗНЕС-АНАЛІТИЦІ ПРОДУКТОВИХ ІТ-КОМПАНІЙ

Бізнес-аналітика для продуктових ІТ-компаній – це процес використання даних для прийняття рішень, які покращують продукти, підвищують досвід користувачів і підтримують конкурентоспроможність. Такі компанії, як Google, Microsoft та Amazon, активно застосовують аналітику для розвитку своїх продуктів, наприклад, для персоналізованих рекомендацій чи оптимізації функцій.

Ключові тренди включають інтеграцію штучного інтелекту (ШІ) та машинного навчання для автоматизації аналізу, обробки даних у реальному часі для швидкого реагування на ринкові зміни, а також акцент на безпеку даних.

Неочікувано, але важливо, що компанії також зосереджуються на стійкості та етичних аспектах, аналізуючи дані для забезпечення екологічно дружніх продуктів. Це відображає зростаючу суспільну вимогу до відповідальності бізнесу.

Хмарні рішення, такі як платформи Google Cloud чи Microsoft Azure, забезпечують масштабованість і гнучкість, що особливо корисно для обробки великих обсягів даних. Демократизація даних дозволяє більшій кількості працівників використовувати аналітичні інструменти, сприяючи культурі, орієнтованій на дані.

Наприклад, Google використовує великі дані для вдосконалення алгоритмів пошуку та розробки нових функцій, а Amazon аналізує поведінку користувачів для персоналізованих рекомендацій, що становить 35% їхніх продажів. Microsoft застосовує аналітику для оптимізації співпраці в офісах, що демонструє внутрішнє використання для покращення продуктів.

Проаналізуємо сучасні тренди у бізнес-аналітиці для продуктових ІТ-компаній, базуючись на останніх дослідженнях і прикладах.

Бізнес-аналітика – це використання математичних і статистичних методів для збору, аналізу та інтерпретації даних з метою прийняття кращих бізнес-рішень. Для продуктових ІТ-компаній, таких як Microsoft, Google чи Amazon, це включає аналіз поведінки користувачів, ринкових тенденцій і продуктивності продуктів. Дослідження, опубліковане в [1], підкреслює, що бізнес-аналітика стала невід'ємною частиною процесу прийняття рішень, особливо в еру великих даних.

На основі аналізу статей, опублікованих у 2024–2025 роках, нами ідентифіковано наступні тренди, які є особливо релевантними для ІТ-компаній.

Інтеграція ШІ та машинного навчання. ШІ та машинне навчання стають центральними для бізнес-аналітики, дозволяючи автоматизувати процеси, надавати прогнози і персоналізувати досвід користувачів. Наприклад, Amazon використовує ці технології для динамічного ціноутворення, змінюючи ціни до 2,5 мільйона разів на день, базуючись на поведінці покупців, цінах конкурентів і попиті [2]. Дослідження [3] вказує, що 40% компаній планують збільшити інвестиції в ШІ через потенціал генеративного ШІ.

Обробка даних у реальному часі. Зростає потреба в аналізі даних у реальному часі для швидкого реагування на зміни ринку. Це особливо важливо для IT-компаній, які повинні швидко адаптувати продукти до поведінки користувачів. Наприклад, в [4] зазначається, що реальний час дозволяє краще налаштовувати промоції на основі клікстрімів з вебсайтів.

Безпека даних і конфіденційність. Компанії зосереджуються на забезпеченні безпеки даних. Дослідження [5] підкреслює, що це один із топ-трендів, особливо для компаній, які обробляють чутливі дані користувачів.

Демократизація даних. Роблячи дані доступними для більшої кількості працівників, компанії створюють культуру, орієнтовану на дані. Це сприяє співпраці між відділами і прискорює прийняття рішень.

Розвинені інструменти візуалізації. Інструменти, такі як Tableau і Power BI, стають більш інтуїтивними, що дозволяє нетехнічним працівникам легко інтерпретувати дані. Дослідження [6] підкреслює їхню роль у доступності аналітики.

Хмарні рішення. Хмарні платформи, такі як Google Cloud і Microsoft Azure, забезпечують масштабованість і гнучкість для обробки великих обсягів даних. Це особливо корисно для IT-компаній, які стикаються з експоненціальним зростанням даних [7].

Стійкість і етичні аспекти. Аналіз даних для забезпечення екологічно дружніх продуктів стає важливим. Наприклад, Nike використовує аналітику для моніторингу енергоспоживання та оптимізації ланцюжків постачання, що відповідає зростаючим вимогам до корпоративної відповідальності [8].

Дослідження [1] вказує на виклики, такі як якість даних (повнота, узгодженість, точність) і проблеми безпеки. Майбутні дослідження мають зосередитися на методах для вирішення цих питань, зокрема на збереженні конфіденційності під час використання даних.

Проведений аналіз підтверджує, що тренди, такі як ШІ, реальний час і хмарні рішення, є ключовими для продуктових IT-компаній, забезпечуючи інновації та конкурентоспроможність.

Список використаних джерел

1. Liu, S., Liu, O., & Chen, J. A Review on Business Analytics: Definitions, Techniques, Applications and Challenges. Mathematics, 2023. Vol. 11, № 4, P. 899. https://doi.org/10.3390/math11040899

2. 25 Business Analytics Case Studies [2025]. URL: https://digitaldefynd.com/IQ/business-analytics-case-studies/ (дата звернення: 04.03.2025).

3. Top 10 Analytics and Business Intelligence Trends For 2025. URL: https://www.rib-software.com/en/blogs/business-intelligence-trends (дата звернення: 04.03.2025).
4. Top Business Analytics Trends for 2023. URL: https://canvasintelligence.com/top-business-analytics-trends-for-2023/ (дата звернення: 04.03.2025).
5. The Future and Current Trends in Data Analytics Across Industries. URL: https://www.coherentsolutions.com/insights/the-future-and-current-trends-in-data-analytics-across-industries (дата звернення: 04.03.2025).
6. Top 10 Data Analytics Trends in 2025. URL: https://www.geeksforgeeks.org/top-data-analytics-trends/ (дата звернення: 04.03.2025).
7. What is Business Analytics? URL: https://www.tableau.com/analytics/what-is-business-analytics (дата звернення: 04.03.2025).
8. 25 Business Analytics Case Studies [2025]. URL: https://digitaldefynd.com/IQ/business-analytics-case-studies/ (дата звернення: 04.03.2025).

І. В. Мирончук,
здобувач вищої освіти ОС «бакалавр», ФТМ;
Т. С. Чуніхіна,
кандидпт економічних наук,доцент,
доцент кафедри маркетингу,
Державнийо торговельно-економічний університет, м. Київ

ТІКТОК ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ БІЗНЕСУ

На сьогодні TikTok є однією з найбільш популярних соціальних платформ у світі. Станом на 2025 рік загальна кількість зареєстрованих користувачів перевищує 2,6 млрд, що становить приблизно чверть населення планети [1]. Прихильники ТікТок у середньому витрачають близько 14 годин на місяць у додатку. Попри певні стереотипи щодо цієї платформи, вона довела свою ефективність як потужний інструмент для просування брендів у всьому світі.

TikTok – це платформа для створення та перегляду коротких відео, яка з'явилася у 2016 році. Її основний формат – динамічні ролики з фоновою музикою та різноманітними візуальними ефектами [2].

За даними агенції «Wideworks» (офіційний партнер ТікТок в Україні), у липні 2020 року в Україні нараховували 3,2–3,4 млн користувачів соцмережі. Спочатку українці здебільшого слідкували за іноземними блогерами та повторювали їхні тренди, проте сьогодні активно створюють власний контент. Найпопулярніші українські тіктокери мають у середньому по 3 мільйони