

Отже, запровадження data-driven підходу у digital-менеджменті вимагає розумного балансу між аналітикою та людськими факторами. Якщо дані стають єдиним критерієм управління, компанія ризикує втратити стратегічну гнучкість, креативність і людську залученість. Тому майбутнє – це не просто digital-менеджмент, побудований на даних, а інтелектуальна система управління, яка інтегрує аналітику, інтуїцію та людський досвід.

**Список використаних джерел:**

1. Mucci, T. (2024). *What is data-driven decision-making? IBM.* <https://www.ibm.com/think/topics/data-driven-decision-making>
2. Hewlett Packard Enterprise. *Data-driven digital transformation.* <https://surl.li/morqeq>

**УДК 004.738.5:339.138**

**Гонтарук В.В.,**  
здобувач третього рівня вищої освіти,  
ПВНЗ “Європейський університет”

**СУЧАСНІ ЦИФРОВІ ПЛАТФОРМИ В ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ:  
ТЕНДЕНЦІЇ ТА ВИКЛИКИ**

Цифровізація – одна з найактуальніших тенденцій розвитку сучасної торгівлі як в Україні, так і на міжнародному рівні. Протягом останніх років все більш поширеними стають цифрові платформи, які трансформують сферу комерції та створюють її нову форму – електронну комерцію. Електронна комерція передбачає здійснення відносин, спрямованих на отримання прибутку, дистанційно з використанням спеціалізованих інформаційно-телекомунікаційних систем. Здебільшого це онлайн-магазини та маркетплейси, що має низку переваг порівняно зі звичним підходом до здійснення торговельних відносин. Крім того, активно впроваджуються й інші новітні технології. Втім, використання сучасних цифрових платформ в електронній комерції має також низку викликів, які необхідно розглянути детальніше.

Розвиток електронної комерції останнім часом характеризується використанням двох основних типів цифрових платформ – онлайн-магазинів брендів, які самостійно реалізують власну продукцію на офіційних сайтах, або ж це аналоги оффлайн-магазинів, які продають товари різних категорій не власного виробництва, а виконуючи роль дистриб’юторів. Все більш популярними стають маркетплейси – цифрові торговельні майданчики, які надають можливість стороннім продавцям реалізовувати свої товари через їх сайт. Тобто, це онлайн-

платформи, які виконують роль посередника між продавцями та покупцями. У всьому світі саме маркетплейси є одним із основних аспектів розвитку сучасної електронної комерції. Найпопулярнішими з них є Amazon, Aliexpress, Taobao, Temu та ін. В Україні це Rozetka, Prom.ua, OLX тощо.

Популярність маркетплейсів зростає після пандемії, оскільки саме у цей період суттєво збільшився попит на онлайн-покупки. Крім того, все більше малих та середніх підприємств організують продаж своїх товарів через власні онлайн-магазини, зменшуючи витрати на оренду приміщень та співпрацю з іншими дистриб'юторами. Популярність онлайн-магазинів та маркетплейсів зростає щороку: у 2022 році роздрібні онлайн-продажі у світі склали 5,42 трлн дол. США, у 2023 – близько 5,9 трлн дол. США. Також можна спостерігати активне зростання частки електронної комерції у роздрібних продажах. Усе це підкреслює те, що саме використання таких цифрових платформ у сучасній електронній комерції є найбільш актуальним [1; 2].

Крім того, враховуючи розвиток малого та середнього бізнесу, насамперед, розглядаючи це питання у контексті України, зростає роль соціальної комерції, що передбачає використання соціальних мереж з метою організації торгівельних відносин. Створюючи сторінки у соціальних мережах та оптимізуючи їх для продажів, підприємці зменшують витрати на створення та обслуговування сайту. Особливо актуальним є використання соціальних мереж для крафтових виробників, оскільки саме так вони мають змогу просувати власний бренд та збільшувати кількість продажів.

Також варто підкреслити важливість таких технологій, як штучний інтелект, Big Data та платіжні системи. Зокрема, використання штучного інтелекту та Big Data допомагає компаніям персоналізувати обслуговування клієнтів, створюючи для них індивідуальні рекомендації на основі попередніх покупок. Окрім цього, створюються автоматизовані чат-боти, які забезпечують якісний зворотний зв'язок та підтримку клієнтів. Впровадження платіжних систем, насамперед – Apple Pay та Google Pay – посилює рівень безпеки, що зменшує ймовірність шахрайства [3].

Разом з тим, існує низка викликів використання цифрових платформ в електронній комерції:

- високий рівень конкуренції та монополізація, внаслідок чого малі гравці витісняються великими, що створює додаткові складнощі виходу на ринок для нових учасників;
- складнощі у забезпеченні захисту персональних даних, який є обов'язковою умовою розвитку електронної комерції;

- ймовірність кіберзагроз, зокрема – атак на бази даних, шахрайських схем, фішингу, у зв'язку з чим важливо модернізувати системи безпеки;
- високий рівень залежності від технологій та ймовірність виникнення перебоїв у роботі, зокрема – серверних збоїв та падіння систем внаслідок навантаження, зокрема – у період великих знижок;
- логістичні виклики, які пов'язані з підвищенням витрат на доставку, руйнуванням складів та терміналів внаслідок атак ворога тощо.

Не дивлячись на наявні проблеми, надалі впровадження цифрових платформ в електронній комерції буде лише посилюватись у зв'язку з все більш активним розвитком новітніх технологій. Тому учасникам електронної комерції необхідно врахувати усі проблеми та можливі ризики, що дозволить забезпечити кращі умови для її розвитку.

**Список використаних джерел:**

1. *Островський І. А., Можайкіна Н. В. Цифрові платформи в міжнародній торгівлі: проблеми антимонопольного регулювання. Ефективна економіка. 2020. №11*
2. *Стежко Н. В., Шевчук О. І. Тенденції розвитку світової електронної комерції в умовах діджиталізації бізнесу. Цифрова економіка та економічна безпека. 2023. №5 (05). С. 20-25*
3. *Кут М. О. Характеристики інфраструктури електронної торгівлі: виклики та перспективи розвитку. Економічний простір. 2024. №191. С. 46-50*

**УДК: 614.2:004**

**Матукова Г.І.,**  
 доктор педагогічних наук,  
 професорка кафедри менеджменту ОЗ,  
**Деркач С.О.,**  
 здобувач вищої освіти,  
 Національний медичний університет імені О.О. Богомольця

## **ДІДЖИТАЛ-ІНСТРУМЕНТИ В УПРАВЛІННІ ЗАКЛАДОМ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я**

Діджиталізація суспільства, сьогодні має комплексну соціокультурну основу. Даному питанню, його різним аспектам і завданням, які постають перед бізнесом, державою та суспільством, присвячено багато досліджень зарубіжних вчених: Д. Белла, Дж. Гелбрейта, Т. Месенбурга, Н. Негропonte, М. Пората, Д. Тапскотта та інших. Незважаючи на те, що діджиталізація лише розвивається в Україні, дані процеси, активно обговорюються на конференціях та ЗМІ. Різним