

References:

1. Meteor: The official guide. Introduction. (n.d.). Retrieved March 20, 2016, from <http://guide.meteor.com/>.
2. Why did we choose Meteor? (2015, August 28). Retrieved March 20, 2016, from <http://jssolutionsdev.com/blog/why-did-we-choose-meteor>.

Вікторія БРИГАДИР

Тернопільський національний економічний університет

ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ЕКОНОМІЧНУ НЕРІВНІСТЬ

У 1985 комісія ООН опублікувала документ, що отримав назву «Доповідь Мейтленда», у якому йшлося про вплив інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) на зростання та процвітання економік, що розвиваються. Ось вже тридцять років потому можемо проаналізувати чи насправді є залежність [4].

Так, Всесвітній економічний форум (World Economic Forum) опублікував Індекс мережевої готовності 2014 року (Networked Readiness Index 2014), що характеризує рівень розвитку ІКТ у світі і його вплив на державну конкурентоспроможність [1].

Індекс мережевої готовності – комплексний показник розвитку ІКТ, який випускається Всесвітнім економічним форумом і міжнародною школою бізнесу INSEAD з 2002 року у рамках спеціальної щорічної серії доповідей про розвиток інформаційного суспільства в країнах світу. Нині дослідження вважається якнайповнішим і авторитетнішим джерелом міжнародної оцінки впливу ІКТ на конкурентоспроможність країн і добробут їх жителів. Використовується як засіб аналізу для побудови порівняльних рейтингів, що відбивають рівень розвитку інформаційного суспільства в різних країнах.

Автори дослідження виходять з положення, згідно з яким існує тісний зв'язок між розвитком ІКТ і економічним благополуччям, оскільки ІКТ відіграють сьогодні провідну роль в розвитку інновацій, підвищенні продуктивності і конкурентоспроможності, диверсифікують економіку, тим самим сприяючи підвищенню рівня життя людей.

Індекс вимірює рівень розвитку ІКТ за 53 параметрами, об'єднаними в три основні групи :

- 1) наявність умов для розвитку ІКТ;
- 2) готовність громадян, ділових кіл і державних органів до використання ІКТ;
- 3) рівень використання ІКТ в громадському, комерційному і державному секторах [1].

За останні два десятиліття ми бачили немало свідчень того, що використання ІКТ діє як помножувач доходів. На рівні окремих, як розвинених, так і

таких, що розвиваються країн, макроекономічні дані демонструють наявність причинно-наслідкового зв'язку використанням Інтернету і широкосмугового доступу, з одного боку, і зростанням ВВП – з іншого.

На мікроекономічному рівні нові аналітичні дані вказують на вплив, який ІКТ можуть робити на зростання доходів бідних верств населення, що знаходяться в нижній частині економічної піраміди. У країнах, що розвиваються, ІКТ найбільше представлені мобільними телефонами. Це «мобільне диво» сприяє зростанню доходів, оскільки телефони використовуються не лише для спілкування і обміну інформацією, але і в освітніх цілях (для отримання учбових матеріалів) і як пристрій для виконання фінансових транзакцій і накопичення заощаджень [2].

Прямим результатом впровадження ІКТ стало упевнене зниження індексу абсолютної бідності в країнах, що розвиваються.

Література:

1. Всемирный Экономический Форум: Индекс сетевой готовности 2014 года [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://gtmarket.ru/news/2014/04/24/6750>.

2. Информационное неравенство [Електронний ресурс] // Режим доступу: http://studopedia.su/5_44949_informatsionnoe-neravenstvo.html.

3. Пеппер Р. Парадокс влияния ИКТ на рост и неравенство [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.cisco.com/web/RU/news/releases/txt/2015/04/21c.html>.

4. Maitland report [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.itu.int/en/history/Pages/MaitlandReport.aspx>.

Христина ІВАХІВ, Леся ДАНИЛЬЧЕНКО

Тернопільський національний економічний університет

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СФЕРИ B2B ПРОДАЖІВ

Сучасні ринкові умови характеризуються тенденціями глобалізації та посилення конкурентної боротьби, що вимагає застосування підприємствами інноваційних бізнес-технологій. Особливо чутливо до нових реалій ведення бізнесу реагують підприємства, які працюють в сфері B2B продажів (business-to-business), яким доводиться переглядати традиційні підходи до організації своєї діяльності, розробляти ефективніші методи пошуку клієнтів та заходи щодо їх утримання.

B2B (від англ. «business-to-business» – бізнес для бізнесу) – це частина ринку, на якому здійснюється купівля-продаж товарів та послуг між компаніями. Це і є основоположною відмінністю від напрямку B2C (від англ. «business-to-customer» – бізнес для споживача), метою якого є обслуговування