

4. Ананій В. Левітін. Глава 10. Обмеження потужності алгоритмів: Дерева прийняття рішення // Алгоритми: введення в розробку й аналіз = Introduction to The Design and Analysis of Algorithms. ISBN 0-201-74395-7.

5. Unparalleled Insight into the Critical Factors Affecting Risk URL: <https://www.oracle.com/applications/crystalball/>

6. ISO 31000:2009 Risk management – Principles and guidelines.

Молоток Тарас

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ЕЛЕКТРОННИЙ БІЗНЕС ТА ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ У СУЧАСНИХ РИНКОВИХ УМОВАХ

Інформаційна діяльність займає важливе місце в багатьох країнах світу та є важливим елементом ринкової інфраструктури з обслуговування, розвитку та реалізації ринкових відносин і також є самостійною галуззю ринку. В сучасній економічній літературі інформацію давно визначають як ресурс [1].

Інформаційна сфера поступово стає фундаментальним базисом всіх видів економічної діяльності, а сама інформація – важливим фактором економічного зростання [2]. Таким чином, Інтернет також робить важливий внесок у розвиток економіки. Крім того, Інтернет є частиною (сегментом) інформаційного ринку, а також чинить все більший вплив на всі інші сектори економіки.

Важливою складовою електронного бізнесу є електронна комерція, яку поділяють на такі організаційно-економічні моделі:

1. Бізнес-бізнес (B2B, business-to-business) – включає в себе всі рівні взаємодії між компаніями.

2. Бізнес-споживач (B2C, business-to-consumer) – електронна роздрібна торгівля.

3. Бізнес-адміністрація (B2A, business-to-administration) – взаємодія бізнесу та адміністрації, включає ділові зв'язки компаній з державними структурами.

4. Споживач-споживач (C2C, consumer-to-consumer) – взаємодія споживачів для обміну комерційною інформацією та аукціонна торгівля між фізичними особами.

5. Споживач-адміністрація (C2A, consumer-to-administration) – взаємодія державних організацій та споживачів.

6. Адміністрація-адміністрація (A2A, administration-to-administration) – взаємодія між органами влади та документообіг між ними.

Однією із сучасних моделей електронної комерції є мобільна комерція та кооперативна комерція. За словами Lehman Brothers, мобільна комерція (m-commerce) – це використання мобільних портативних пристроїв для обміну інформацією та здійснення транзакцій по мережі [3].

По суті, мобільна комерція – це електронна комерція, при якій користувач взаємодіє з мережею за допомогою мобільного пристрою замість настільного комп'ютера. Найчастіше використовуються мобільні телефони, ноутбуки та планшети. Переваги мобільної комерції полягають насамперед у її мобільності та персоналізації, а недоліками є обмежені можливості мобільних пристроїв порівняно з настільними комп'ютерами.

Отже, електронний бізнес допомагає більш ефективно використовувати ресурси в конкурентній боротьбі. Тому його необхідно розглядати не просто як інновацію, а як нову організаційну форму ведення бізнесу, що сприяє трансформації економічних систем. Виходячи з того, що сьогодишні економічні зміни мають глобальний характер і ринкові умови насичені багатьма перехідними процесами, технології електронного бізнесу є важливим інструментом для розвитку економіки в цілому.

Перелік використаних джерел:

1. Ковалевський В. Місце та роль Інтернету в концепціях інформаційного суспільства. URL: <http://kovalevsky.webs.com.ua/uis/uis4.htm>.
2. Ковалевский В. Информационный рынок. URL: <http://kovalevsky.webs.com.ua/market/market.htm>.
3. Макаревич Н. Мобильная коммерция. URL: http://www.e-commerce.ru/biz_tech/implementation/mcommerce/preamble.html#1.

Наслян Юрій

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ КОМП'ЮТЕРНИХ РОЗВАГ

Ринок комп'ютерних розваг сьогодні є надзвичайно великим та охоплює безліч супутніх сфер. Важливою частиною дослідження ринку комп'ютерних розваг є вивчення ситуації у галузі відеоігор, здійснення аналізу і порівняння ринку відеоігор, виокремлення маркетингового аспекту на різних платформах відеоігор, а також пошук найкращого способу розвитку ринку відеоігор.

У теоретичній частині дослідження охоплює знання, пов'язані з індустрією відеоігор, що є відносно новою галуззю сфери послуг, яка наймовірно швидко зростає. Важливо врахувати, що індустрія відеоігор важливою частиною розвитку світової економіки. Також варто додати, що відеоігри – це не лише захоплення цілої спільноти споживачів, але й справжній бізнес, що поширився у всьому світі. Сьогодні сфера комп'ютерних ігор створює нові можливості для застосування та розвитку інформаційних та комп'ютерних технологій, а також є важливим елементом у збільшенні доходів інвесторів та країни загалом.

Існує не так багато наукової літератури, що описує розвиток ринків відеоігор та застосування маркетингу в цій сфері. Переважно необхідні дані та