



Рисунок 1 - Структура аналізу ринку
(Розроблено автором на основі наукових досліджень[13])

Аналіз ринку є інструментом для попередньої оцінки проблем і перевірки становища підприємства на ринку відповідно до виду його комерційної діяльності.

Список використаних джерел

1. Кеворков В.В., Леонтьев С.В. Политика и практика маркетинга напредприятия. М.: ИСАРП, «Бизнес-Тезаурус».-1999.
2. Балабанова Л. В. Маркетинговый менеджмент/Л.В. Балабанова. — Донецьк : ТОВ Фірма"Асна", 1998. —146 с

УДК 681.3.07

ПЕРЕВАГИ ВИКОРИСТАННЯ СЕРВІСУ GOOGLE ANALITICS

Москаленко В.В., Горошко Н.С.

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, студенти

На сьогоднішній день найбільш потужним інструментом, що дозволяє оцінити ефективність (відсоток щоденного відвідування, вік, місце розташування і демографічні характеристики відвідувача, популярні і ігноровані сторінки) існуючого сайту компанії в Інтернеті, є система - Google Analytics.

Google Analytics - являє собою аналітичний безкоштовний сервіс, що надається Google для створення детальної статистики відвідувачів веб-сайтів. Статистика збирається на сервері Google, користувач тільки розміщує JS-код на сторінках свого сайту. Він показує основну інформацію «на панелі інструментів», детальнішу інформацію можна отримати у вигляді звіту. У даний момент доступно 80 видів звітів, що налаштовуються [1].

Цілеспрямованістю сервісу Google Analytics є здатність не тільки збирати та аналізувати дані про відвідувачів, а й навчати власників сайтів визначати цілі та напрямки розвитку для свого проекту в мережі Інтернет. Реалізована система «Мета» дозволяє фіксувати певні дії відвідувача на сторінці сайту, виходячи з яких можна судити про загальну ефективність роботи ресурсу. За допомогою «Мет» можливо відстежити проблемні сторінки, визначити ефективність тієї чи іншої рекламної кампанії.

Функції Google Analytics: швидке впровадження, порівняння ефективності рекламних компаній та ключових слів, створення користувацьких панелей інструментів і необхідних звітів, інтеграція з Adwords і іншими системами контекстної реклами, аналіз внутрішнього пошуку по сайту,

порівняння показників ефективності сайту з середніми показниками інших сайтів даної галузі, порівняння даних за різні періоди часу.

Переваги Google Analytics: безкоштовний сервіс, професійна аналітика, інтуїтивно зрозуміла і проста у використанні система, масштабування для сайтів будь-якого розміру, відстеження всіх рекламних компаній, безпека даних [2].

Найважливіші причини з яких розробники використовують Google Analytics наведені на рисунку 1.



Рисунок 1 - Причини користуватися Google Analytics

Функціонал і можливості системи постійно вдосконалюється. Можливості Google Analytics будуть найбільш затребувані в ситуаціях, коли потрібне глибоке і детальне дослідження сайту вашої компанії [3].

Список використаних джерел

1. Google Analytics [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://ru.wikipedia.org/wiki/Google_Analytics
2. Google Analytics: функции и основные преимущества [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.rezonans.ru/veb-analitika/informaciya/google-analytics-funkcii-i-osnovnye-preimushchestva.html>
3. Google Analytics или Яндекс.Метрика [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://subscribe.ru/archive/inet.search.sozdiprod/201008/13153421.html>

УДК:004.087

ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДУ ОРКЛАС ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ СТУПЕНЯ ДОВІРИ ДО КЛІЄНТА ЕЛЕКТРОННОЇ ПЛАТІЖНОЇ СИСТЕМИ

Пенхерська Г.М.

Тернопільський національний економічний університет, магістрант

І. Постановка проблеми

На сьогоднішній день все більшу кількість людей приділяють свою увагу системам електронних платежів. Це пов'язано з активною еволюцією грошей як засобу платежу. Користувачеві потрібно знати, які дії він може робити з допомогою даної системи. Можливості користувачів визначаються класом довіри до нього. Користувач системи може бути віднесений до будь-якого з класів довіри, залежно від введених про себе відомостей.

ІІ. Метод ОРКЛАС для визначення ступеня довіри до клієнта

Метою застосування методу ОРКЛАС є розбиття заданих альтернатив і всіх майбутніх альтернатив по класах довіри, і освідомлення користувача про його можливості роботи в системі з певною довірою. Крім введення відомостей про себе, користувач відповідає на питання, що не входять звичайно в реєстраційні форми систем (табл. 1).