

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДОВ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ ПРИ СОЗДАНИИ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР**

Байдак В.Е.

Научный руководитель – к.т.н., доцент Мазурова О.А.

Харьковский национальный университет радиоэлектроники  
(61166, Харьков, пр. Науки, 14, каф. Программной инженерии, тел.

(057) 702-14-46)

e-mail: vadyb.baidak@nure.ua, телефон (050) 91-98-076

The given work is devoted to the user support system in the process of choosing the goods (on the example of purchasing computer games). To ensure the choice of the user of an online store, a system was proposed, in which descriptive support methods of decisionmaking were implemented: classification and stratification, the main criterion method and collective decisionmaking methods.

Быстрое развитие компьютерных и информационных технологий существенно изменил систему коммуникаций между продавцом и покупателем. В рамках новой коммуникативной среды и возрастающей конкуренции выигрывают те продавцы, которые в процессе продвижения товара используют инструменты, помогающие покупателю делать быстрый и эффективный выбор. Значение онлайн-торговли особенно возрастает, когда речь идет о продвижении и реализации нематериальных товаров, особенно таких, как компьютерные игры. Спрос на компьютерные игры возрастает с каждым годом: в 2018 г. объем мирового рынка компьютерных игр составил 110 млрд долл. Это делает компьютерные игры привлекательным для реализации товаром в интернет-магазинах.

Среди факторов, способствующих активизации онлайн-продаж, важную роль играет управления покупательским поведением. С одной стороны, такие алгоритмы управления помогают посетителю онлайн-магазина быстро и эффективно найти необходимую компьютерную игру, а, с другой, целенаправленно подводят его к покупке. Дескриптивная теория принятия решений (ПР) [1], в отличие от маркетинговых исследований потребительского выбора, на более формальной основе позволяет подойти к вопросу поддержки покупательского выбора. На основании методов теории ПР могут быть созданы достаточно эффективные программные средства поддержки онлайн-выбора компьютерных игр.

Таким образом, была поставлена задача провести анализ и выбрать методы ПР, которые бы позволили создать систему поддержки выбора компьютерных игр, учитывающую особенности человеческой системы переработки информации и обеспечивающие привычные для покупателя шаблоны поведения.

В работе были проанализированы методы теории ПР [2] и выбраны следующие методы, которые позволяют учесть привычные для покупателя интернет-магазина шаблоны поведения:

- методы классификации и стратификации позволяют разбить компьютерные игры на категории, что облегчает первичный выбор;
- метод главного критерия позволяет организовать привычную фильтрацию игр по различным параметрам и учесть основной приоритет покупателя;
- методы коллективного принятия решений позволяют правильно организовать выбор с учетом популярности игры, а также предложений по уже купленной игре.

На основании выбранных методов были разработаны алгоритмы и паттерн проектирования «Цепочка ответственности» (Chain of responsibility). На каждом уровне ответственности список игр фильтруется по определенной характеристике – по жанру, по платформе, по цене, по текстовому запросу на поиск, по издателю. В результате прохождения цепочки ответственности остаются только те игры, которые посетитель онлайн-магазина приобретет вероятнее всего.

Рейтинг игр по полярности реализован при помощи хранения в базе данных счетчика популярности для каждой игры, который увеличивается на один при посещении страницы соответствующей игры любым пользователем. Рейтинг игр может склонить пользователя к покупке популярных игр.

Предложения игр на основе купленных ранее основаны на поиске в базе данных пользователей, которые приобретали такие же игры, как и текущий пользователь и нахождении игр, которые эти пользователи тоже покупали. Найденные игры выводятся пользователю после оформления заказов с пометкой «люди, купившие эту игру, также покупали...». Такой подход помогает покупателю найти игры, которые могут быть ему интересны путем анализа покупок других пользователей со схожими интересами.

В работе была разработана онлайн система «GameStore», которая реализует перечисленные подходы для поддержания выбора пользователя при покупке компьютерных игр в онлайн магазине, что позволяет пользователю быстрее и эффективнее искать и приобретать наиболее интересные игры.

#### Список литературы:

1. Ларичев О. И., Мошкович Е. М. Качественные методы принятия решений. Вербальный анализ. - М. : Наука, Физматлит, 1996. - 208 с. -ISBN - 5-02-015203-X;
2. Гребеннік І. В. Методи підтримки прийняття рішень : навч. посібник / І. В. Гребеннік, Т. Є. Романова, А. Д. Тевяшев, Г. М. Яськов ; МОН України, Харк. нац. ун-т радіоелектроніки. – Харків : ХНУРЕ, 2010. – 127 с.