

Комісарова Ю. А.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ЗРОСТАННЯ РОЛІ ІНФОБІЗНЕСУ В СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Сьогодні суспільство прагне швидко й ефективно отримувати якомога більше знань. Це пов'язано з тим, що система освіти в Україні є досить застарілою та не повністю відповідає вимогам сучасного світу.

У зв'язку з цим популярність почав набирати інформаційний бізнес. Це підприємницька діяльність, продукт якої – інформація. Бізнесмен, який пропонує цей продукт, є експертом, який не тільки сам вміє, але і здатний навчити і поділитися знаннями.

Інформація представляє корисність для тих, хто її потребує, і має вартість, яка виражається у витратах праці на пошук, структурування, збереження і передачу даних. Інформаційна послуга – це всі етапи по збору, обробці, наданню, додаткового збору інформації. Даною послугою може вважатися і надання інформаційних технологій з метою їх використання в будь-якому виді виробництва [1].

Інформаційні послуги, як інформаційні товари можуть надаватися традиційно, а також за допомогою сучасних інформаційних технологій. Але цей вид бізнесу найбільш зручний та поширений в мережі Інтернет.

По-перше, саме тут є величезний ринок збуту, оскільки немає обмежень за територією, одним містом або країною. Покупцями можуть бути люди з усього світу, де є доступ до Інтернету.

По-друге, це мінімальна кількість витрат. Немає обов'язкової потреби у транспортуванні, оренді приміщення, поширенні на фізичні носії інформації (друковані книги, флешки, диски та ін.).

По-третє, є можливість багаторазового продажу, отже пасивного доходу протягом певного часу. Інфопродукт може пропонуватися на ринку, поки не втратить свою актуальність [2].

Але даний вид бізнесу також має і свої недоліки. Основна складність при веденні інфобізнесу – велика кількість конкурентів, що веде до високої вартості залучення клієнтів. Необхідно грамотно побудувати воронку продажів і упакувати продукт, щоб користувачі його придбали. Щоб витримати жорстку конкуренцію у перенасичених нішах, потрібно запропонувати клієнтам новий підхід і провести великі маркетингові кампанії. Навчальні курси та матеріали знадобиться регулярно оновлювати і доповнювати.

У великих онлайн-проектах, обслуговування та технічна підтримка користувачів можуть займати багато часу у власника інфобізнесу і його співробітників. Однак взаємодію з клієнтами можна автоматизувати.

Також при запуску інфобізнесу є ризик помилитися з вибором ніші, в результаті чого інфопродукт не користуватиметься попитом: обрана тематика може виявитися неактуальною або занадто вузькою.

Проте з появою Covid-19, який сильно вдарив по економіці всіх країн світу, інфобізнес почав набирати ще більшу популярність. Велика кількість людей втратила робочі місця і перейшла по онлайн-професій. Це спричинило швидкий розвиток бізнесу інформації. Оскільки для цього сегменту праці потрібно мати певні знання та навички, експерти з різних сфер почали активно продавати освітні курси, вебінари, тренінги в Інтернеті. Особливо набули популярності інформаційні продукти в сфері онлайн-маркетингу. Отже, попит на інформаційні послуги дуже зріс, і цей вид бізнесу став одним із найприбутковіших в період карантину.

Таким чином, розвиток Інтернету та його проникнення у всі сфери нашого життя, зацікавленість людей у швидкому й ефективному отриманні знань і навичок спричинили появу нового виду бізнесу – інформаційного. Продаж інфопродуктів є перспективною та вигідною комерційною діяльністю, оскільки попит на цей продукт зростає з кожним днем.

Список використаних джерел:

1. Рынок информации, его виды URL: https://spravochnick.ru/ekonomika/rynok_informacii_ego_vidy/
2. Інфобізнес – що це? URL: <http://www.outdoormedia.com.ua/infobiznes-shho-ce/>

Комісарова Ю. А.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**МЕТОД ДЕЛЬФІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО
СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ**

У процесі управління виробничою системою постійно виникають ситуації, коли керівники різних рівнів і підрозділів стикаються з необхідністю вибору різних альтернативних рішень. Розробка та прийняття рішень – ключова процедура в діяльності керівника, яка визначає весь подальший хід процесу управління, у тому числі кінцевий результат управлінської діяльності.

Ця тема є найбільш актуальною, оскільки в управлінні процес прийняття рішень є більш систематичним, ніж у приватному житті [1]. Велика кількість країн у процесі прийняття будь-якого управлінського рішення використовують метод Дельфі, оскільки думка людей, звичайно, відіграє важливу роль.

Метод Дельфі є найбільш формальним серед усіх методів експертного прогнозування і найчастіше застосовується при технологічному прогнозуванні, дані якого потім використовуються при плануванні виробництва та збуту. Це груповий метод,