

ИНФОБИЗНЕС

Сергеев Даниил Юрьевич, студент 1 курса института экономики имени А. В. Чаянова, ФГБОУ ВО РГАУ–МСХА имени К. А. Тимирязева, e-mail: deni0409@mail.ru

Иващенко Екатерина Сергеевна, студентка 1 курса института экономики имени А. В. Чаянова, ФГБОУ ВО РГАУ–МСХА имени К. А. Тимирязева, e-mail: Dfcfgv1223@gmail.com

Ван-Шо-Дун Алена Александровна, студентка 1 курса института экономики имени А. В. Чаянова, ФГБОУ ВО РГАУ–МСХА имени К. А. Тимирязева, e-mail: alenavan17@gmail.com

Научный руководитель – Сухарникова Мария Анатольевна, к.э.н., доцент, доцент кафедры управления, ФГБОУ ВО РГАУ–МСХА имени К. А. Тимирязева, e-mail: masukharnikova@rgau-msha.ru

***Аннотация.** Информационный бизнес – это продажа курсов, мастерклассов, вебинаров, книг, анализов и других обучающих продуктов, где главная ценность – полезная информация.*

***Ключевые слова:** инфобизнес, цифровизация, тренинги, консультации, обучение, информационный продукт.*

Согласно Стратегии развития информационного общества в РФ до 2030 года государством поддерживаются направления развития информационной инфраструктуры, в то время как внедрение цифровых технологий в реальный сектор экономики является вопросом предпринимательских инициатив. Информационные технологии активно входят в социально-экономическую жизнь общества. И в настоящее время, наряду с нано- и биотехнологиями, они становятся технологическим базисом четвертой промышленной революции. Кроме этого, современная цифровизация социально-экономических и технологических процессов – это проявление объективных закономерностей глобализации мирового сообщества. Информационные инновации, появляющиеся с невероятной скоростью, формируют иные типы взаимоотношений и взаимодействий общества и государства, меняют рыночные модели поведения и трансформируют личность человека [1].

Место, на котором обычно происходит продажа образовательной программы, чаще всего выступает интернет, потому что большинство полезных информационных продуктов находятся в онлайн. Информационный бизнес есть и в офлайн: тренинги, личные консультации с экспертом, групповые и индивидуальные уроки. Конференции с несколькими преподавателями тоже относятся к инфобизнесу.

Почему на сегодняшний день эта тематика считается наиболее актуальной темой для развития своего стартапа? В чем актуальность проблемы?

За счет того, что мы живем в постиндустриальное время, когда важнейшими факторами в развитии всего общества выступают образование, наука, духовное развитие и услуги, то нет ничего важнее, чем качественная и полезная информация, полученная вовремя. Зачастую это дает много возможностей и может определить весь дальнейший ход развития. И на такой продукт всегда будет спрос, к какой бы области жизнедеятельности она относилась.

Сельское хозяйство является одним из стратегически значимых объектов управления, поэтому методические вопросы совершенствования подготовки кадров для АПК с учетом требований инновационного развития и цифровизации экономики являются актуальными [2].

Продолжая мысль отметим что абсолютно у любой информации есть своя целевая аудитория (люди, которым это в той или иной степени интересно). Какой бы отрасли вы не коснулись – обязательно заметите вокруг нее уже развитый бизнес в сфере продажи ценной информации. Начиная от мастер-классов для развития отраслей сельского хозяйства, заканчивая образовательными курсами для мировых корпораций, предприятий и бизнесменов, продукты, которые помогают увидеть точки роста, ошибки и дают возможность масштабироваться.

Будучи новичком, как понять какая информация трендовая, а какая нет? Ведь информация, как и любой товар – имеет срок годности (иногда это год, а иногда считанные часы). Неопытному очень комфортно, чтобы за него всю информацию отсортировали, разложили по полочкам, убрали лишний мусор и понятным языком в доступной форме преподнесли. За это люди готовы платить. Вдобавок, если с автором инфопродукта можно связаться, взаимодействовать, уточнить и попросить разъяснений, то продукт становится еще ценнее.

Инфобизнес – отличная возможность заинтересованным людям занять свое место в жизни. Возможно продавать не только свою информацию, но и других людей – заниматься продюсированием, т. е. создание инфопродукта на основе знаний и опыта другого человека, которому вы предложите такой вид бизнеса.

Самый весомый аргумент в пользу того, чтобы заняться инфобизнесом – это в большинстве случаев малозатратное предприятие. Основные статьи затрат (кроме времени и естественно опыта): это создание сайта, трафик, покупка камеры, микрофона и пару приложений для создания полноценного продукта. Один плюс инфобизнеса – товар является цифровым. Можно получить и передать его по ссылке, не тратя ресурсы на помещения доставку.

Заключение

В настоящее время идет процесс формирования новой экономической системы, в которой цифровизация становится неотъемлемой частью жизни общества. Информационные инновации, появляющиеся с невероятной скоростью, формируют иные типы взаимоотношений и взаимодействий [3]. Развитие инфобизнеса является общественно полезной деятельностью, так как помогает улучшить жизни людей, их навыки, квалификацию и уровень знаний.

Библиографический список

1. **Romanyuk, M.** Trends of the digital economy development in Russia / M. Romanyuk, M. Sukharnikova, N. Chekmareva // IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, Moscow, Virtual, 17–18 ноября 2020 года. Vol. 650. – Moscow, Virtual, 2021. – P. 012017. – DOI 10.1088/1755-1315/650/1/012017.

2. **Сухарникова, М. А.** Основные направления совершенствования подготовки кадров АПК для формирования компетенций, ориентированных на цифровую грамотность / М. А. Сухарникова // Аграрная наука – сельскому хозяйству : Сборник материалов XVII Международной научно-практической конференции. В 2-х книгах, Барнаул, 09–10 февраля 2022 года. – Барнаул : Алтайский государственный аграрный университет, 2022. – С. 37–39.

3. **Бесшапошный, М.** Институциональные аспекты реализации государственной политики в сфере АПК / М. Бесшапошный // Экономист. – 2018. – № 10. – С. 89–95.