

Инфобизнес как новая модель заработка современности в условиях цифровизации

Научный руководитель – Лылова Елена Викторовна

Ларина Виктория Евгеньевна

Студент (бакалавр)

Российский университет дружбы народов, Экономический факультет, Москва, Россия

E-mail: 1032196323@pfur.ru

Начало второго десятилетия XXI века потрясло весь мир глобальной пандемией COVID-19. В это тяжелое время компаниям приходилось закрывать офисы, переводить сотрудников на удаленную работу, а многие предприятия теряли доходы ввиду неподготовленности к таким условиям. Стремительно начали развиваться компании, которые успели перевести многие процессы в онлайн. Один из принципов бережливого производства «Кайдзен» предусматривает постоянные улучшения, связанные с бизнес-процессами, производством, высшим руководством и сотрудниками [1]. Стало понятно, что в условиях развития цифровизации всех сфер общества, в том числе бизнеса, экономики, образования, лидерами будут становиться те, кто владеет новейшей информацией и постоянно совершенствует свои знания, повышает квалификацию. Именно период пандемии стал толчком для развития онлайн платформ для обучения.

Отличительно новой концепцией заработка в XXI веке стали инфопродукты. В данной сфере бизнеса основная прибыль приходит за счет продажи информации, собственного опыта. С развитием цифровизации, многие операции перешли в онлайн формат, включая обучающие курсы и получение информации, что стало прекрасной возможностью для становления современного направления- заработок на знаниях. Инфобизнес стал основой для заработка как крупных онлайн платформ, так и индивидуальных предпринимателей и просто блоггеров. Существует 3 основных вида инфопродуктов:

1. Дорогостоящие
2. Инфопродукты средней стоимости
3. Инфопродукты низкой стоимости

Группа дорогостоящих инфопродуктов характеризуется индивидуальным подходом, высоким уровнем знаний продавца, а также глубокой проработкой имеющихся проблем и помощь во взятии верного курса на будущее развитие клиента. Яркий пример — это репетиторство. Существует множество платформ для занятий онлайн, а также возможность заниматься с учениками очно, предоставляя услугу индивидуальной помощи. К ним также относится менторство и коучинг.

Бизнес, представленный в группе инфопродуктов средней стоимости направлен на групповые занятия с определенным количеством аудитории, которая собирается в одном месте в одно время (либо онлайн), для достижения общей цели. К примеру, онлайн марафон, который направлен на определенную целевую аудиторию, которая после оплаты курса получает эксклюзивное право на прохождение марафона. Марафон записывается на видеокамеру заранее и предоставляется в одинаковом формате всем участникам.

К категории инфопродуктов с низкой стоимостью относятся все те знания и умения, которые можно продавать неограниченное количество раз неограниченной аудитории. К примеру, достаточно написать один чек-лист и выпустить в продажу на онлайн платформах. Можно подумать, что написание чек-листов - не прибыльное дело, но если наладить продажи на большую аудиторию, то прибыль будет поступать от количества пользователей, которые приобретут недорогой инфопродукт.

Инфобизнес- это прекрасная возможность для налаживания бизнеса в современных условиях, когда все сферы деятельности человека так или иначе подвергаются цифровизации. Также, этот подход удобен и для покупателей, ведь человек может воспользоваться таким продуктом в любом месте в удобное время, необходимо лишь иметь любой гаджет с выходом в интернет [3].

Впрочем, существуют недобросовестные предприниматели, которых в называют «инфоцыгане». Эти люди не имеют специальных квалификаций, учёных степеней, большого опыта, который они могли бы вложить в создание своего инфопродукта, однако продолжают создавать множество платных онлайн-курсов, семинаров, публичных выступлений [4].

При выборе образовательной онлайн программы следует обращать внимание на отзывы людей, которые уже приобретали данный инфопродукт, обратить внимание на компанию, предоставляющую онлайн курсы, изучить рейтинги. В добавок, в настоящее время в Государственной Думе РФ рассматривается возможность создания правовых механизмов, регулирующих деятельность недобросовестных предпринимателей в сфере инфобизнеса. К рассмотрению была предложена инициатива создания специального реестра, обязательное составление договоров между продавцом и клиентом, сертификация предоставляемых услуг [2].

Инфобизнес является поистине инновационным прорывом в сфере бизнеса, когда полученная прибыль уже не зависит от поставщиков или наполненности складских помещений или спроса на рынке услуг, в такой модели важно осознание проделанной работы, когда финансовый итог зависит лишь от самого человека, предоставляющего подобные услуги.

Инновационная модель заработка на знаниях может подойти как начинающим предпринимателям, так и специалистам с богатым опытом за плечами. Не стоит забывать про то, что предоставляемые инфопродукты должны приносить конечному потребителю пользу, знания и мысли о предстоящем развитии. Перед тем как создавать такой продукт необходимо убедиться в том, что предлагаемая тематика обучения вами полностью изучена и вы являетесь специалистом своего дела, в особенности если речь идет об инфо-продуктах высокой цены.

Источники и литература

- 1) Лайкер, Д. Лидерство на всех уровнях бережливого производства / Д. Лайкер, Й. Трахилис ; ред. С. Турко ; пер. с англ. Ю. Семенихиной. - Москва : Альпина Паблишер, 2018. - 335 с.
- 2) Елена Мухаметшина, Депутаты Госдумы начали обсуждать возможность регулирования так называемых инфоцыган, Ведомости, 2022. URL: <https://www.vedomosti.ru/society/articles/2022/02/17/909867-gosduma-regulirovat-infotsigan>
- 3) Карашаш Ногаева, Деньги на мотивации. Почему инфобизнес продолжает расти и приносит высокие прибыли, Деловой Петербург, 2019. URL: <https://www.dp.ru/a/2019/07/>
- 4) София Михайлова, Успешный успех. Почему мы всё еще ведёмся на обещания инфоцыган, Уфа онлайн, 2022. URL: <https://ufa1.ru/text/business/2022/02/02/70415843/>