

Молчанов А.Н.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

ВИРТУАЛИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ И ЕЁ СОЦИАЛЬНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ

Аннотация. Современное общество переживает противоречивый период своего развития. С одной стороны, произошел окончательный выход из индустриальной эпохи, поскольку средства производства накопились в достаточном количестве и они уже не являются абсолютной константой для построения современных рыночных отношений. С другой стороны, общество вошло в эпоху развития цифровых технологий и всеобщего их внедрения в повседневную жизнь. Основной тенденцией развития экономики становится виртуализация. Целью статьи является определение степени влияния виртуализации на структуру современной экономики, а также оценка положительных и отрицательных сторон виртуализации. В ходе исследования использовались общенаучные методы, включающие в себя: системный подход; метод дедукции; метод сравнения статистических данных; метод измерения экономических показателей. В статье дана интерпретация понятия «виртуализация». Рассмотрены основные направления виртуализации экономики. Проанализирована степень проникновения виртуализации в структуру современной экономики, а также произведена оценка способов её распространения. Описаны возможные социальные последствия изменения структуры современной экономики под воздействием процессов виртуализации. На основании проведенного исследования можно сделать выводы, что происходит интенсивное развитие нового виртуального пространства посредством распространения сетей публичности и новых медиа. Электронные платформы не только заняли прочную позицию в структуре глобального разделения труда и диктуют свою политику в экономической сфере, но и существенно влияют на мировоззрение современного человека. Социум эпохи позднего модерна трансформируется в общество виртуального потребления, внутри которого информация приобретает свойства товара. В условиях жёсткой конкурентной борьбы особое значение приобретает имидж торговой марки. Виртуализация проникает во все сферы жизни современного общества и становится основой для социальных преобразований.

Ключевые слова: виртуализация, общество, рынок труда, цифровая экономика, трансформация.

Введение. Актуальность заявленной темы обусловлена необходимостью изучения процессов виртуализации экономики и определения характера их влияния на социальные процессы.

Благодаря развитию цифровых технологий, современное общество всё более интенсивно взаимодействует с виртуальной средой. Повсеместная компьютеризация охватывает все сферы деятельности человека, в том числе и экономические отношения. Сложившаяся в начале

XXI в. модель общества может называться информационным обществом, на самом деле существующая модель не отвечает ранее предложенным в научной литературе классическим образцам [1, 7].

Виртуализация – это процесс создания образа существующего в реальности объекта с последующей эксплуатацией этого образа в коммерческих или иных целях. Полученные подобным способом образы зачастую не соответствуют своим оригиналам по многим параметрам, но всегда осно-

ваны на существующей в реальности модели. Виртуализации могут подвергаться любые социальные институты независимо от степени влияния на них компьютерных технологий. Компьютеризация в данном контексте является следствием виртуализации. Данный феномен отражает важные тенденции в изменении современной социальной действительности, поскольку виртуализация приобрела повсеместный характер.

По мнению С.Я. Веселовского, всякое «общение организуется ради какого-либо блага», исходя из этого, виртуализация общества представляет собой новый этап развития информационных и коммуникативных технологий, направленных на оптимизацию социальных интеракций [2, с. 376].

Социальные сети заняли прочное место в структуре социального взаимодействия. Они стали площадкой для виртуализации человека. Имея доступ к социальным сетям, пользователь может сформировать любой образ. Социальные сети оказывают немалое влияние на мнение отдельных индивидов, а также на восприятие социальной действительности обществом в целом. Это может иметь не только конструктивные, но и деструктивные последствия

Виртуализация становится базисом трансформации экономического строя общества, поскольку напрямую влияет на изменения структуры общественных производственных отношений. Под базисом подразумевается экономическая основа функционирования социальных институтов. Через трансформацию экономики виртуализация изменяет принципы формирования современно облика человека и общества в целом.

Виртуализация как тема для исследования особенно актуальна, поскольку данные процессы протекают на наших глазах и представляют непосредственный интерес для изучения. Исследуя влияние виртуализации на структуру современного

общества, возможно спрогнозировать основные тренды в развитии экономики.

Существенный вклад в исследование процессов виртуализации и их влияния на современную социальную действительность был сделан следующими исследователями: А.И. Агаев рассмотрел архитектуру и принципы цифрового общества [1], Т.Г. Зайцева уделила внимание вопросам развития информационной экономики [3], Д.В. Иванов предложил оригинальную концепцию глэм-капитализма [4], А.П. Климович оценил риски концентрации власти в руках крупных информационных корпораций [5], С.В. Расторгуев выявил тенденции цифровизации российской экономики [6], А.В. Смирнов сформулировал цифровую модель российского общества [7], Е.Е. Тарасова описала теоретические и методологические подходы к использованию воронки продаж как эффективного инструмента интернет-торговли [9].

Целью статьи является выявление закономерностей функционирования современной цифровой экономики, определение тенденций развития виртуальной среды с точки зрения проникновения во все сферы современного общества и в экономическую сферу, в частности.

Рабочая гипотеза данного исследования заключается в том, что виртуализация затрагивает все аспекты социального взаимодействия в современном обществе, начиная от социальных институтов и заканчивая самим человеком.

В связи с этим нами поставлены следующие задачи:

- проанализировать степень проникновения виртуализации в структуру потребления;
- определить степень влияния виртуализации на структуру современной экономики;
- проследить изменения в сфере трудовых отношений по отраслям, связанным с виртуализацией.

Методы исследования. В качестве основы для проведения исследования были использованы общенаучные методы, включавшие в себя: системный подход; метод дедукции; метод сравнения статистических данных; метод измерения экономических показателей. Данные подходы позволили определить степень влияния виртуализации на структуру современной экономики, а также оценить положительные и отрицательные стороны виртуализации.

Результаты исследования. Процесс внедрения новых технологий и цифровизация оказывают влияние на мировую экономику в глобальном масштабе. Информация становится не целью производства, а своего рода инструментом воздействия на потребителя. Она приобретает вирус-

ный характер перенасыщенной яркими образами рекламы, становясь таким образом оружием в руках маркетологов.

Деятельность человека в информационной сфере основана на применении современных информационных технологий, автоматизированных средств связи и телекоммуникаций, которые повышают эффективность носителей информации, её распространение и значительно отличаются от своих предшественников [3, с. 73].

Таким образом, внедрение и использование интернет-технологий способствует развитию цифрового аналога экономики. Способы доступа к сети Интернет среди жителей России представлены на рисунке 1.

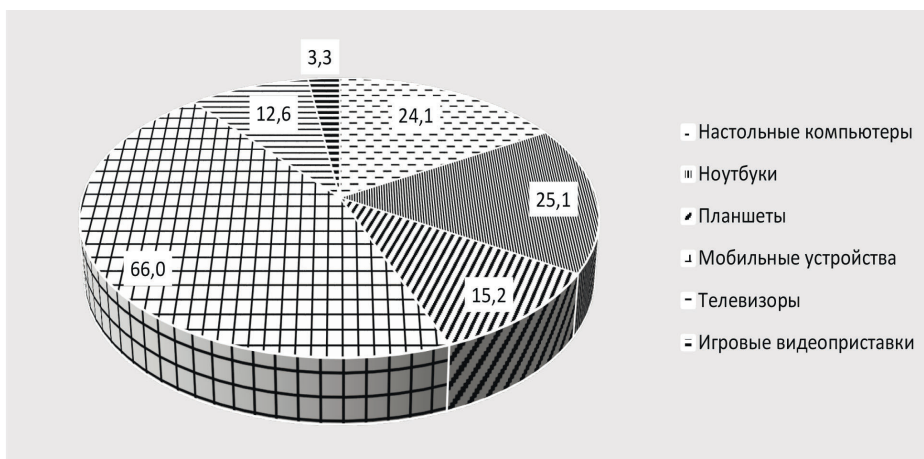


Рис. 1. Структура использования различных устройств для интернет-коммуникации в 2019 г.*

* Составлено на основании исходных данных [11].

Основное место в структуре средств доступа россиян занимают смартфоны (66%). Повсеместное внедрение смартфона как доступной точки входа в виртуальную среду становится основным инструментом распространения виртуализации.

Как часть виртуализации в экономике активно развивается интернет-торговля. Современные тенденции развития экономики рассматриваются в статье Е.Е. Тарасовой. Интернет-торговля становится привлекательной альтернативой для

современного потребителя, поскольку облегчает процесс выбора и приобретения товара, а также позволяет снизить стоимость самого товара за счёт сокращения издержек, связанных с содержанием торговых площадей [9].

На сегодняшний день электронная коммерция является одной из наиболее важных и быстроразвивающихся отраслей экономики [10, с. 278]. Изменения в интернет-торговле за последние три года представлены на рисунке 2.

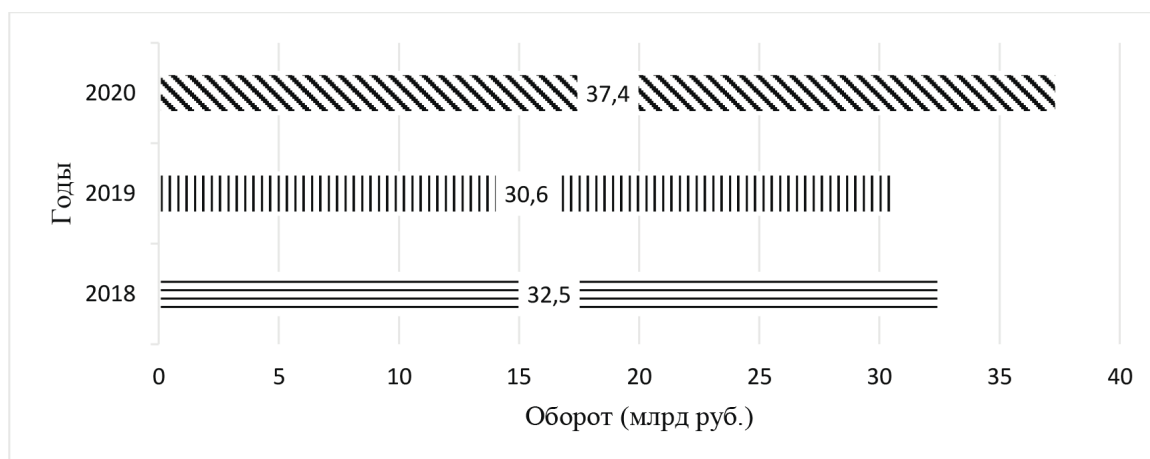


Рис. 2. Динамика оборота интернет-торговли в России 2018–2020 гг. (млрд руб.)*

* Составлено на основании исходных данных [12, 13, 14].

Процесс виртуализации влияет на механизмы, согласно которым в обществе распределяются доходы. К этому процессу всегда было приковано внимание не только учёных и политиков, но и простых граждан [2]. Если в классической экономике принято соотносить распределение доходов с такими глобальными факторами производства, как земля, капитал, производственные

возможности, то на сегодняшний день для понимания протекающих в обществе процессов подобного рода структуры уже недостаточно. Зачастую высокие прибыли больше не зависят от капитала фактического. Динамика увеличения стоимости крупнейших компаний, связанных с виртуализацией, приведена в таблице 1.

Таблица 1

Динамика капитализации самых крупных компаний мира, задействованных в процессе виртуализации 2018–2021 гг.*

Компании	Капитализация в 2017 г. (млн долл.)	Капитализация в 2018 г. (млн долл.)	Капитализация в 2019 г. (млн долл.)	Капитализация в 2020 г. (млн долл.)	Темп прироста 2018 к 2017 (%)	Темп прироста 2019 к 2018 (%)	Темп прироста 2020 к 2019 (%)
Apple	753718	851317	835670	1113000	12,95	-1,84	33,19
Microsoft	508935	702760	904860	1200000	38,08	28,76	32,62
Amazon	423031	700672	874710	970590	65,63	24,84	10,96
Alphabet Inc (Google)	573570	715404	818160	799180	24,73	14,36	-2,32
Facebook	334552	700672	475730	475460	109,44	-32,10	-0,06

* Составлено на основании исходных данных [16].

Пятерку самых крупных мировых корпораций на 31 декабря 2020 г. составляют представители виртуальной сферы деятельности: Apple Inc; Microsoft;

Amazon.com; Alphabet Inc (Google) и Facebook, Inc с суммарной капитализацией 4 558230 млн долл. [16]. Крупные информационные корпорации функциони-

руют по принципу сетевых структур, собирающих информацию о пользователях.

По мнению А.П. Климовича, именно сбор больших данных обеспечивает IT-лидерам конкурентное преимущество, позволяет удерживать доминантное положение и распространять экономическое, политическое и общественное влияние. Возможность сбора и анализа поведенческих данных приводит к открытию нового источника знаний – новой силы, способной стать локомотивом развития [5, с. 160].

Информация разделяется на полезную и бесполезную. Поэтому в условиях виртуализации важно выработать навык отсеивания цифрового мусора.

В настоящее время в различных сетевых розничных торговых предприятиях реализуются по большей части одинаковые товары. В таких условиях компания, которая начинает заниматься торговлей отличных от других товаров или предоставлять уникальные услуги в данной сфере деятельности, моментально вызывает широкий интерес покупателей [8, с. 230].

Происходящие в экономике изменения напрямую связаны с виртуализацией. Реорганизации подверглись основ-

ные социальные институты. Соблюдение норм, установленных экономическими институтами, обеспечивает исполнение социальной роли в структуре производства и потребления, закрепляет за участниками экономических отношений роли производителей и потребителей. Но рынок также подвергся изменениям, поскольку произошло смещение в балансе пропорций производства и потребления. В условиях современного рынка производство более не выполняет функции удовлетворения спроса, а наоборот стимулирует потребление как основную движущую силу сложившейся системы экономики. Потребление становится целью деятельности корпораций, которые прилагают немалые усилия для рекламы и продвижения своей продукции. Поскольку качество производимой продукции у различных представителей рынка вышло на примерно одинаковый уровень, то качество уже не определяет, какой продукт будет продаваться лучше. Универсальным инструментом привлечения спроса становится создание имиджа продукции. Данные по крупнейшим мировым компаниям представлены в таблице 2.

Таблица 2

Стоимость самых крупных мировых брендов в 2020 г. по версии журнала Forbes*

Бренд	Стоимость бренда (млрд долл.)	Сумарные активы (млрд долл.)	Процент стоимости бренда в общих активах компании (%)
Apple	241,2	341,9	70,5
Google	207,5	245,3	84,6
Microsoft	162,9	263,3	61,9
Amazon	135,4	178,1	76,0
Facebook	70,3	109,5	64,2
Coca-Cola	64,4	90,9	70,8
Disney	61,3	99,9	61,4
Samsung	50,4	378,2	13,3
Louis Vuitton	47,2	108,6	43,5
McDonald's	46,1	52,6	87,6

* Составлено на основании исходных данных [15].

Стоимость бренда складывается из ожидаемой прибыли, которую принесет компания, основываясь на популярности на рынке и ожидании потребителей. Чем лучше разрекламирован бренд, тем большую часть он занимает в структуре активов компании.

Интенсивно развивается индустрия развлечений, предоставляющая различные способы досуга. Огромную популярность набирает игровая индустрия, а также индустрия производства сериалов и всевозможного развлекательного контента. Современный человек уже не задумывается об информации как о чем-то стратегически полезном, он хочет потреблять информацию как продукт.

В целом же капитализм потерял свои основные черты и уже не соответствует ранее бытовавшей классической модели, основанной на взаимовыгодных производственных отношениях. Структура, сформированная виртуализацией, стимулирует эксплуатацию имиджа потребляемого продукта. Компании, использующие агрессивную маркетинговую стратегию, придают дополнительную стоимость своему продукту за счет броскости и привлекательности. Сам продукт или услуга перестает быть средством к существованию и начинает быть средством к самоутверждению через трансляцию социального статуса, который подчеркивается роскошью.

По мнению Д.В. Иванова, «физический объект рекламы перестает быть означаемым и становится означающим по отношению к рекламируемому образу. Рекламные ролики и постеры, изображающие счастливую семью, веселую компанию на дискотеке или героя-одиночку, занимающегося экстремальным туризмом, не указывают потребителю на реальные свойства продукта, который может оказаться чем угодно – от йогурта и пива до дезодоранта и автомобиля. В новой экономике продукт служит лишь информацион-

ным поводом для продвижения товара и становится алиби для тех, кто развязывает рекламные кампании» [4, с. 24].

По мере изменения структуры рыночных отношений в сфере потребления товаров изменениям будут подвержены социальные отношения характера работодатель – наемный рабочий. Под воздействием виртуализации также будет изменяться структура занятости населения. Рынок труда уже сейчас ощущает на себе последствия автоматизации и компьютеризации. Ведётся разработка искусственного интеллекта, а одним из популярных трендов в сфере интеллектуальных технологий становится внедрение нейросетей, которые используются для решения широкого спектра задач.

По прогнозам экспертов, в развитых странах замена людей роботами усилит нагрузку на социальную систему, увеличит количество занятых неполный рабочий день, что ведет к формированию нового типа экономики, называемого «Gig economy», существенно изменяющего характер трудовых отношений, налогообложения и социального обеспечения [6, с. 158].

Рынок труда будет ощущать на себе влияние виртуализации, поскольку с распространением цифровых технологий отпадёт востребованность в целом ряде профессий. Уже сейчас заметно влияние развития глобальной сети коммуникаций, которая создаёт мировой рынок труда в сфере высококвалифицированной рабочей силы. Этому процессу способствует развитие сетей публичности как инструмента непосредственного взаимодействия по схеме исполнитель – заказчик.

Выводы и заключение. В ходе исследования удалось установить, что виртуализация – разносторонний процесс, охватывающий все сферы социального взаимодействия, в том числе экономические отношения. Процесс виртуализации

становится основой трансформации экономики, поскольку напрямую влияет на развитие общественных и производственных отношений.

В связи с этим следует уделить особое внимание следующим аспектам трансформации современного общества:

– в структуре современной экономики самым перспективным направлением являются ИТ-технологии и разработки в сфере информатизации. Лидерами рынка стали крупнейшие корпорации, занимающиеся сбором и анализом информации. А сама информация превратилась в мощный инструмент конкурентной борьбы;

– перспективным направлением развития экономики является интернет-торговля. Распространение сетей, основанных на схеме виртуального взаимодействия с потребителем, представляет ряд преимуществ в конкурентной борьбе. Это одно из самых перспективных и быстро развивающихся направлений;

– в условиях жёсткой конкурентной борьбы особое значение приобретает имидж торговой марки, под которой выпускается продукт. Корпорации тратят существенные средства на рекламу. При этом свойства товара практически не отличаются от аналогов, представленных на рынке. В этом случае стоимость бренда во многом зависит от потребительских предпочтений. Происходит виртуализация структуры потребления;

– информатизация и роботизация являются причиной активных изменений в структуре рынка труда, поскольку с развитием виртуальных технологий многие профессии уходят в прошлое. Востребованным становится высококвалифицированный труд специалистов, обслуживающих сложное оборудование. С распространением социальных медиа многие представители творческих профессий получили возможность прямого общения с клиентами, что упростило процесс монетизации их деятельности.

Список литературы

1. Агаев, А. И. Цифровое общество: архитектура, принципы, видение / А. И. Агаев, М. А. Аверьянов, С. Н. Евтушенко, Е. Ю. Кочетова // Экономические стратегии. – 2017. – № 1. – С. 114–125. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_28409520_16960885.pdf (дата обращения: 16.04.2021). – Текст : электронный.

2. Веселовский, С. Я. Глобализация и проблема неравенства доходов в современном мире : аналит. обзор / С. Я. Веселовский ; Институт научной информации по общественным наукам (ИНИОН РАН). – Москва, 2017. – 185 с. (Серия: Социальные и экономические аспекты глобализации). – ISBN 978-5-248-00862-9. – Текст : непосредственный.

3. Зайцева, Т. Г. Концепции развития информационной экономики / Т. Г. Зайцева, Н. В. Кропивка. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2021. – № 1(86). – С. 71–80. – ISBN 2223–5639.

4. Иванов, Д. В. Глэм-капитализм Мир брендов, трендов и треша / Д. В. Иванов. – Санкт-Петербург : ООО «Страта», 2015. – 138 с. – «Альтер-фабрика». – ISBN 978-5-906150-21-9. – Текст : непосредственный.

5. Климович, А. П. Риски концентрации власти в эпоху искусственного интеллекта: между следящим капитализмом и цифровым Левиафаном / А. П. Климович // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2021. – № 1. – С. 154–170. – URL: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2021.1.1784> (дата обращения: 03.05.2021). – Текст : электронный.

6. Расторгуев, С. В. Цифровизация экономики России: тенденции, кадры, платформы, вызовы государству / С. В. Расторгуев, Ю. С. Тянь // Мониторинг

общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2019. – № 5. – С. 136–161. – URL: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.5.08> (дата обращения: 18.04.2021). – Текст : электронный.

7. **Смирнов, А. В.** Цифровое общество: теоретическая модель и российская действительность / А. В. Смирнов // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2021. – № 1. – С. 129–153. – URL: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2021.1.1790>. (дата обращения: 24.04.2021). – Текст : электронный.

8. **Снитко, Л. Т.** Концептуальные подходы к управлению конкурентоспособностью сетевых ретейлеров / Л. Т. Снитко, И. В. Савенкова, В. С. Патулов. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2020. – № 3(82). – С. 227–238. – ISSN 2223–5639.

9. **Тарасова, Е. Е.** Воронка продаж как эффективный инструмент интернет-торговли: теоретический и методологический аспекты / Е. Е. Тарасова, Е. В. Матузенко, И. А. Аминов. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2020. – № 4(83). – С. 205–214. – ISSN 2223–5639.

10. **Тарасова Т. Ф.** Электронная коммерция как фактор снижения транзакционных издержек / Т. Ф. Тарасова, А. И. Сухарев. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2020. – № 6(79). – С. 268–281. – ISSN 2223–5639.

11. Информационное общество в Российской Федерации. 2020 : статистический сборник / Федеральная

служба государственной статистики ; Москва : НИУ ВШЭ, 2020. – ISBN 978-5-7598-2237-0. – URL: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/lqv3T0Rk/info-ob2020.pdf> (дата обращения: 5.06.2021). – Текст : электронный.

12. Исследование «Интернет-торговля в России 2018» // сайт исследовательского агентства, специализирующегося на рынке электронной коммерции (Data Insight). – URL: https://datainsight.ru/sites/default/files/DI_Ecommerce%202018.pdf (дата обращения: 08.06.2021). – Текст : электронный.

13. Исследование «Интернет-торговля в России 2019» // сайт исследовательского агентства, специализирующегося на рынке электронной коммерции (Data Insight). – URL: https://datainsight.ru/sites/default/files/DI_Ecommerce2019.pdf (дата обращения: 08.06.2021). – Текст : электронный.

14. Исследование «Интернет-торговля в России 2020» // сайт исследовательского агентства, специализирующегося на рынке электронной коммерции (Data Insight). – URL: https://datainsight.ru/sites/default/files/DI_eCommerce2020.pdf (дата обращения: 08.06.2021). – Текст : электронный.

15. Самые дорогие бренды мира 2020 г. по версии Forbes : [сайт]. – URL: <https://www.forbes.ru/business/405947-samye-dorogie-brendy-mira-2020-goda-po-versii-forbes> (дата обращения: 23.04.2021). – Текст : электронный.

16. List of Public Corporations by Market Capitalization//Wikipedia. URL:https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_public_corporations_by_market_capitalization#2000 (дата обращения: 02.05.2021). – Текст : электронный.

VIRTUALIZATION OF THE ECONOMY AND ITS SOCIAL IMPACT

Abstract. Modern society is going through a contradictory period of its development. On the one hand, there was a final exit from the industrial era, since the means of production had accumulated in sufficient quantities, and they are no longer an absolute constant for building modern market relations. On the other hand, society has entered the era of the development of digital technologies and their universal introduction into everyday life. The main trend in the development of the economy is virtualization. The purpose of the article is to determine the degree of influence of virtualization on the structure of the modern economy, as well as to assess the positive and negative aspects of virtualization. In the course of the study, general scientific methods were used, including: a systematic approach; deduction method; method of comparing statistical data; method of measuring economic indicators. The article gives an interpretation of the concept of virtualization. The main directions of virtualization of the economy are considered. The degree of penetration of virtualization into the structure of the modern economy is analyzed, and the methods of its distribution are assessed. Possible social consequences of changes in the structure of the modern economy under the influence of virtualization processes are described. Based on the study, it can be concluded that there is an intensive development of a new virtual space through the spread of publicity networks and new media. Electronic platforms have taken a solid position in the structure of the global division of labor and dictate their policy not only in the economic sphere, but also significantly affect the worldview of a modern person. The society of the late modern era is being transformed into a society of virtual consumption, within which information acquires the properties of a commodity. In conditions of tough competition, the brand image is of particular importance. Virtualization penetrates into all spheres of life of modern society and becomes the basis for social transformations.

Keywords: virtualization, society, labor market, digital economy, transformation.

References

1. Agayev, A.I., Aver'yanov, M.A., Yevtushenko, S.N. & Kochetova, E.Yu. (2017). Tsifrovoye obshchestvo: Arkhitektura, printsipy, videniye [Digital society: Architecture, principles, vision]. Ekonomicheskiye strategii [Economic Strategies]. 1, 114–125. Retrieved from: https://elibrary.ru/download/elibrary_28409520_16960885.pdf
2. Veselovskiy, S.Ya. (2017). Globalizatsiya i problema neravenstva dokhodov v sovremennom mire: monografiya [Globalization and the problem of income inequality in the modern world: monograph]. Analit. obzor RAN. INION. Tsentr nauchinform. issled. global. i region. probl. Otd. global. problem [Analytical review of RAS. INION. Center for Scientific and Information Research of Global and Regional Problems. Department of Global Problems]. Moscow.
3. Zaytseva, T.G. & Kropivka, N.V. (2021). Kontseptsii razvitiya informatsionnoy ekonomiki [Information economy development concepts]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 1 (86), 71–80.
4. Ivanov, D.V. (2015). Glem-kapitalizm (Mir brendov, trendov i tresha) «Al'ter-fabrika» [Glam Capitalism (The World of Brands, Trends and Trash) "Alter Factory"]. St. Petersburg: OOO "Strata".

5. Klimovich A.P. (2021). Riski kontsentratsii vlasti v epokhu iskusstvennogo intellekta: mezhdru sledyashchim kapitalizmom i tsifrovym Leviafanom [Risks of concentration of power in the age of artificial intelligence: between tracking capitalism and digital Leviathan]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskkiye i sotsial'nyye peremeny* [Monitoring Public Opinion: Economic and Social Change]. 1, 154-170. Retrieved from: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2021.1.1784>
6. Rastorguyev, S.V. & Tyan, Yu.S. (2019). Tsifrovizatsiya ekonomiki Rossii: tendentsii, kadry, platformy, vyzovy gosudarstvu [Digitalization of the Russian economy: trends, personnel, platforms, challenges to the state]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskkiye i sotsial'nyye peremeny* [Monitoring Public Opinion: Economic and Social Change]. 5, 136-161. Retrieved from: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.5.08>.
7. Smirnov, A.V. (2021). Tsifrovoye obshchestvo: teoreticheskaya model' i rossiyskaya deystvitel'nost' [Digital society: theoretical model and Russian reality]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskkiye i sotsial'nyye peremeny* [Monitoring Public Opinion: Economic and Social Change]. 1, 129-153. Retrieved from: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2021.1.1790>.
8. Snitko L.T., Savenkova, I.V. & Patulov, V.S. (2020). Kontseptual'nyye podkhody k upravleniyu konkurentosposobnost'yu setevykh retylerov [Conceptual approaches to managing the competitiveness of network retailers]. *Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava* [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 3 (82), 227–238
9. Tarasova, E.E., Matuzenko, E.V. & Aminov, I.A. (2020). Voronka prodazh kak effektivnyy instrument internet-torgovli: teoreticheskii i metodologicheskii aspekty [Sales funnel as an effective tool for online commerce: theoretical and methodological aspects]. *Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava* [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 4 (83), 205–214.
10. Tarasova T.F. & Sukharev, A.I. (2020). Elektronnyaya kommertsiya kak faktor snizheniya transaktsionnykh izderzhkek [E-commerce as a factor in reducing transaction costs]. *Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava* [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 6 (79), 268–281.
11. Informatsionnoye obshchestvo v Rossiyskoy Federatsii. 2020: statisticheskiy sbornik [Information Society in the Russian Federation. 2020: statistical collection]. Federal'naya sluzhba gosudarstvennoy statistiki [Federal State Statistics Service]; National Research University Higher School of Economics. M.: NIU VShE 2020. Retrieved from: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/lqv3T0Rk/info-ob2020.pdf>
12. Sayt issledovatel'skogo agentstva, spetsializiruyushcheyesya na rynke elektronnoy kommertsii (Data Insight). Issledovaniye «Internet-torgovlya v Rossii 2018» [The site of a research agency specializing in the e-commerce market (Data Insight). Research "Internet commerce in Russia 2018"]. Retrieved from: https://datainsight.ru/sites/default/files/DI_Ecommerce%202018.pdf
13. Sayt issledovatel'skogo agentstva, spetsializiruyushcheyesya na rynke elektronnoy kommertsii (Data Insight). Issledovaniye «Internet-torgovlya v Rossii 2019» [The site of a research agency specializing in the e-commerce market (Data Insight). Research "Internet commerce in Russia 2019"]. Retrieved from: https://datainsight.ru/sites/default/files/DI_Ecommerce2019.pdf
14. Sayt issledovatel'skogo agentstva, spetsializiruyushcheyesya

na rynke elektronnoy kommertsii (Data Insight). Issledovaniye «Internet-torgovlya v Rossii 2020» [The site of a research agency specializing in the e-commerce market (Data Insight). Research "Internet commerce in Russia 2020"]. Retrieved from: https://datainsight.ru/sites/default/files/DI_eCommerce2020.pdf

15. Samyye dorigiye brendy mira 2020 g. po versii Forbes [The most expensive

brands in the world in 2020 according to Forbes]. Retrieved from: <https://www.forbes.ru/biznes/405947-samye-dorigie-brendy-mira-2020-goda-po-versii-forbes>

16. List of Public Corporations by Market Capitalization//Wikipedia. Retrieved from: https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_public_corporations_by_market_capitalization#2000

e-mail: alex.molchanov94@gmail.com