***Министерство науки и высшего образования Российской Федерации***

***Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение***

***высшего образования***

***«ИНГУШСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»***

Факультет /институт \_\_Экономика и управление\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Кафедра\_\_\_Цифровая и отраслевая экономика\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |
| --- |
| ОТЧЕТ |
| по  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_                                                                                                  *(указать вид практики)**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**(указать тип практики)* |
| Направление подготовки (специальность): *\_\_\_\_\_\_\_* 38.03.01 Экономика *(код и наименование направления подготовки/специальности)* |
| Профильная организация: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ *(полное* *наименование* *профильной организации)* |
|  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Выполнил:Студент | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*(подпись практиканта)* |  |
| Руководитель практики от профильной организации\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*(должность)* | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*(подпись)* | *\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**(инициалы, фамилия)* |
| Руководитель практикиот кафедры\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*(должность)* | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*(подпись)* | *\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**(инициалы, фамилия)* |
| Отчет защищен с оценкой | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| Дата защиты | «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г. |
| Члены комиссии | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*(подпись)* | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*(инициалы, фамилия)* |
|  | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*(подпись)* | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*(инициалы, фамилия)* |
|  | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*(подпись)* | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*(инициалы, фамилия)* |

**Магас ,2025**

**СОДЕРЖАНИЕ**

**ВВЕДЕНИЕ**

[**1.** **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В РОССИИ** 5](#_Toc203257753)

[1.1. Сущность и определения понятия «цифровая экономика»: сравнительный анализ подходов 5](#_Toc203257754)

[1.2. Основные проблемы и барьеры развития цифровой экономики в РФ. 7](#_Toc203257755)

[1.3. Перспективы развития и роль государства: Национальный проект «Цифровая экономика» 7](#_Toc203257756)

[**2. АНАЛИЗ РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ КАК КЛЮЧЕВОГО СЕГМЕНТА ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ.** 9](#_Toc203257757)

[2.1. Методологические подходы к анализу рынка e-commerce. 9](#_Toc203257758)

[2.2. Современное состояние и динамика рынка e-commerce в России и мире. 9](#_Toc203257759)

[2.3. Ключевые тренды, драйверы роста и перспективы развития. 10](#_Toc203257760)

[**3. МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ ЦИФРОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКЕ E-COMMERCE.** 12](#_Toc203257761)

[3.1. Особенности маркетинга в цифровой среде. 12](#_Toc203257762)

[3.2. Ключевые инструменты цифрового маркетинга. 12](#_Toc203257763)

[3.3. Анализ маркетинговой стратегии на примере Ozon. 13](#_Toc203257764)

[**4. СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ.** 15](#_Toc203257765)

[4.1. Влияние на рынок труда: трансформация профессий и «цифровой разрыв». 15](#_Toc203257766)

[4.2. Проблемы информационной безопасности и защиты персональных данных. 16](#_Toc203257767)

[4.3. Социальная ответственность бизнеса в цифровой среде. 16](#_Toc203257768)

[**ЗАКЛЮЧЕНИЕ** 18](#_Toc203257769)

[**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ** 20](#_Toc203257770)

[Нормативно-правовые акты 20](#_Toc203257771)

[Книги, монографии, учебные пособия 20](#_Toc203257772)

[Статьи из научных журналов и сборников 20](#_Toc203257773)

[Электронные ресурсы 21](#_Toc203257774)

# **ВВЕДЕНИЕ**

# В соответствии с программой производственной практики, основным заданием на период ее прохождения в Научной библиотеке ИнгГУ являлось проведение комплексного теоретико-аналитического исследования по актуальным вопросам развития цифровой экономики. Исследование было сфокусировано на четырех ключевых темах: анализ проблем и перспектив цифровой экономики в России; изучение рынка электронной коммерции как ее ведущего сегмента; рассмотрение маркетинговых стратегий цифровых предприятий; оценка социальных аспектов и последствий цифровизации.

# Актуальность настоящего исследования обусловлена тем, что цифровая экономика является определяющим фактором глобальной конкуренции и ключевым условием для стратегического развития Российской Федерации. Трансформация экономических, социальных и управленческих процессов под влиянием цифровых технологий носит всеобъемлющий и сложный характер, что требует глубокого научного осмысления. Понимание сущности, ключевых тенденций и проблем, связанных с цифровизацией, необходимо для формирования эффективной государственной политики и выработки успешных бизнес-стратегий.

Целью настоящей работы является анализ сущности, ключевых рынков, стратегий и социальных последствий развития цифровой экономики в России на основе изучения научной литературы и аналитических данных. Для достижения поставленной цели были определены следующие задачи: во-первых, изучить теоретические подходы к определению цифровой экономики, выявить проблемы и перспективы ее развития в России; во-вторых, провести анализ современного состояния и трендов рынка электронной коммерции; в-третьих, рассмотреть ключевые элементы маркетинговой стратегии предприятия в цифровой среде; и, в-четвертых, оценить социальные эффекты от внедрения цифровых технологий.

Объектом исследования выступают процессы формирования и развития цифровой экономики. Предметом исследования являются проблемы, тенденции, стратегии и социальные аспекты цифровой экономики в России.

Методологической основой исследования послужили общенаучные методы, такие как системный подход, анализ и синтез, а также сравнительный анализ для сопоставления мнений различных авторов. Кроме того, применялись статистический анализ для изучения рыночных данных и метод кейс-стади при рассмотрении маркетинговых стратегий конкретных предприятий.

Информационной базой для проведения исследования послужили фонды Научной библиотеки ИнгГУ. В ходе работы активно использовались электронные каталоги, электронно-библиотечные системы, такие как «Лань» и «Юрайт», а также научные базы данных eLIBRARY.RU и CyberLeninka. Дополнительно привлекались открытые источники, включая данные Федеральной службы государственной статистики и аналитические отчеты ведущих отраслевых компаний, доступ к которым осуществлялся через информационные ресурсы библиотеки.

# **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В РОССИИ**

## **1.1. Сущность и определения понятия «цифровая экономика»: сравнительный анализ подходов**

В ходе работы в читальном зале Научной библиотеки ИнгГУ и использования ее электронных ресурсов, таких как eLIBRARY.RU и CyberLeninka, была проанализирована обширная научная и нормативная база, посвященная становлению цифровой экономики. Данная глава обобщает результаты этого анализа, структурируя мнения ученых и выявляя ключевые проблемы.

Первоочередной задачей исследования стало определение самого понятия «цифровая экономика». Анализ литературы показал, что единого, общепринятого определения не существует. Основополагающим документом в России является Указ Президента РФ № 203, доступ к которому был получен через справочно-правовые системы библиотеки. В нем цифровая экономика определяется как хозяйственная деятельность, где ключевым фактором производства являются данные в цифровом виде, а их анализ позволяет существенно повысить эффективность. Таким образом, официальная позиция в РФ ставит во главу угла данные как новый экономический ресурс.

Для сравнения, Всемирный банк предлагает более технологическое определение, описывая цифровую экономику как систему отношений, основанных на использовании цифровых информационно-коммуникационных технологий. Здесь акцент смещен с данных на сами технологии как основу для трансформации.

Работа с монографиями и научной периодикой в фондах библиотеки позволила выявить несколько ключевых научных подходов в академической среде России. Представители институционального подхода, такие как А.Е. Шаститко и О.А. Маркова, рассматривают явление через призму снижения трансакционных издержек, считая цифровую экономику прежде всего экономикой платформ. Иной взгляд предлагают ученые В.В. Иванов и Г.Г. Малинецкий, сторонники технологического подхода, которые утверждают, что цифровизация является ядром нового, шестого технологического уклада. Критическую позицию занимает директор Института экономики РАН Р.С. Гринберг, призывающий относиться к термину с осторожностью и отмечающий, что без развития реального производства цифровизация может оказаться неэффективной.

Таблица 1.

Сравнение определений понятия «Цифровая экономика»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Источник (Автор/Организация) | Ключевая идея определения | Основной акцент |
| Указ Президента РФ № 203 | Хозяйственная деятельность, где ключевым фактором производства являются данные в цифровом виде. | Данные как экономический ресурс |
| Всемирный банк | Система экономических, социальных и культурных отношений, основанных на использовании ИКТ. | Технологии (ИКТ) как основа |
| Шаститко А.Е., Маркова О.А. | Экономика, основанная на цифровых платформах, которые снижают трансакционные издержки. | Платформы и трансакции |
| Иванов В.В., Малинецкий Г.Г. | Ядро нового, шестого технологического уклада, меняющего все сферы жизни. | Смена технологической парадигмы |
| Гринберг Р.С. | Скорее сектор цифровых услуг, а не полноценная новая экономика. Требует развития реального сектора. | Критический взгляд, производственная база |

Обобщая изученные подходы, наиболее полным представляется определение, данное в Указе Президента РФ. Именно данные как ключевой фактор производства объединяют и технологический аспект в виде инструментов для их сбора и обработки, и институциональный аспект в форме платформ, работающих на данных, и производственный аспект, заключающийся в повышении эффективности на основе их анализа.

## **1.2. Основные проблемы и барьеры развития цифровой экономики в РФ.**

Анализ научной литературы позволил также систематизировать ключевые проблемы, сдерживающие цифровую трансформацию в России. Одной из наиболее часто упоминаемых проблем является кадровый голод и дефицит компетенций, на что указывает в своих работах И.Л. Авдеева. Другим существенным барьером выступает цифровое неравенство, на которое акцентируют внимание эксперты НИУ ВШЭ, отмечая разрыв в уровне цифровизации между крупными агломерациями и остальными регионами. Кроме того, многие авторы, например А.А. Аузан, указывают на несовершенство нормативно-правовой базы, которая не успевает за развитием технологий. Наконец, экономист С.Ю. Глазьев видит главную угрозу в высокой зависимости от импортных технологий и программного обеспечения.

## **1.3. Перспективы развития и роль государства: Национальный проект «Цифровая экономика»**

Главным инструментом государственной политики в этой сфере является Национальный проект «Национальная программа "Цифровая экономика Российской Федерации"». Работа с его паспортом и аналитическими обзорами показала, что он направлен на комплексное решение выявленных проблем. Мнения экспертов относительно эффективности данного проекта, изученные в ходе работы в библиотеке, разделились. Сторонники проекта подчеркивают его комплексность и беспрецедентный объем финансирования. В то же время скептики, такие как уже упомянутый Р.С. Гринберг, выражают опасения, что проект может оказаться излишне бюрократизированным, а фокус сместится с достижения реальных прорывов на формальное выполнение показателей.

Таким образом, на макроуровне цифровая экономика в России характеризуется глубокой теоретической проработкой, осознанием системных проблем и наличием масштабной государственной программы развития. Однако ее успех будет зависеть от способности преодолеть кадровые, инфраструктурные и нормативные барьеры, а также от эффективности реализации государственных инициатив.

# **2. АНАЛИЗ РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ КАК КЛЮЧЕВОГО СЕГМЕНТА ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ.**

## **2.1. Методологические подходы к анализу рынка e-commerce.**

Рынок электронной коммерции является наиболее показательным и динамично развивающимся сегментом цифровой экономики, наглядно демонстрируя трансформацию потребительского поведения и бизнес-моделей. В ходе работы с информационными ресурсами Научной библиотеки ИнгГУ был проведен анализ данного рынка с целью выявления его текущего состояния, ключевых тенденций и перспектив развития в России и мире.

В ходе изучения методологической литературы по анализу рынков были определены подходы, наиболее релевантные для исследования сферы электронной коммерции. К ним относятся PEST-анализ для оценки влияния макросреды, модель пяти конкурентных сил Майкла Портера для понимания структуры отрасли и уровня конкуренции, а также методы статистического анализа для количественной оценки динамики и объемов рынка. Комплексное применение данных подходов позволяет сформировать целостное представление об исследуемом объекте.

## **2.2. Современное состояние и динамика рынка e-commerce в России и мире.**

Анализ статистических данных, полученных из открытых источников и отраслевых отчетов, таких как исследования Data Insight и АКИТ, доступ к которым был обеспечен через ресурсы библиотеки, показывает высокие темпы роста мирового рынка e-commerce. Российский рынок следует глобальным трендам, демонстрируя значительное ускорение в последние годы, особенно в период пандемии. Его структура характеризуется высокой концентрацией и доминированием нескольких крупных игроков, таких как Wildberries и Ozon, которые из интернет-магазинов трансформировались в полноценные экосистемы-маркетплейсы.

Таблица 1.

Динамика объема рынка электронной коммерции в России (2019-2023 гг.).

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Год | Объем рынка, млрд руб. | Темпы роста, % к пред. году | Доля в общем объеме розничных продаж, % |
| 2019 | 2 020 | +28% | 6.0% |
| 2020 | 3 221 | +59% | 9.2% |
| 2021 | 4 980 | +55% | 12.0% |
| 2022 | 6 450 | +29% | 15.1% |
| 2023 | 8 300 | +28% | 17.5% |

*Источник: составлено автором на основе данных Data Insight и АКИТ.*

Рост российского рынка электронной коммерции обусловлен совокупностью нескольких взаимосвязанных факторов. Ключевую роль играет развитие логистической инфраструктуры и сервисов доставки последней мили, что сделало онлайн-покупки доступными и удобными для жителей даже отдаленных регионов. Одновременно с этим происходит взрывной рост популярности модели маркетплейсов, которые снижают барьеры для входа на рынок для малого и среднего бизнеса. Изменение потребительских привычек и рост проникновения мобильного интернета также вносят существенный вклад в расширение аудитории онлайн-покупателей.

## **2.3. Ключевые тренды, драйверы роста и перспективы развития.**

В качестве перспективных направлений развития рынка, выявленных при изучении аналитических материалов, можно выделить несколько ключевых трендов. Все большее значение приобретает сегмент Q-commerce, или быстрой доставки продуктов и товаров повседневного спроса. Растет популярность social commerce, подразумевающей совершение покупок непосредственно через социальные сети. Также отмечается тенденция к глубокой интеграции финансовых технологий в платформы электронной коммерции и активное использование технологий анализа больших данных для персонализации предложений и повышения лояльности клиентов.

Таким образом, проведенный на основе библиотечных ресурсов анализ показывает, что рынок электронной коммерции в России не просто демонстрирует количественный рост, но и претерпевает качественные структурные изменения. Он выступает локомотивом для развития смежных отраслей, таких как логистика, финтех и цифровой маркетинг, и является ключевым драйвером всей цифровой экономики страны, формируя новые модели потребления и ведения бизнеса.

# **3. МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ ЦИФРОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКЕ E-COMMERCE.**

## **3.1. Особенности маркетинга в цифровой среде.**

Переход к цифровой экономике и развитие рынка электронной коммерции коренным образом изменили подходы к маркетингу. В рамках исследования, проведенного на базе информационных ресурсов Научной библиотеки ИнгГУ, был осуществлен анализ трансформации маркетинговых стратегий и инструментов в условиях цифровой среды.

Изучение современной научной литературы по маркетингу, включая труды Филипа Котлера и других авторов, доступные в фондах библиотеки, показало, что классическая модель маркетинга «4P», включающая продукт, цену, место и продвижение, утратила свою полноту в цифровой среде. На смену ей приходят новые концепции, такие как модель «4E», которая фокусируется на опыте, обмене, повсеместности и евангелизме. Этот сдвиг отражает смещение акцента с продукта на клиента и его опыт взаимодействия с брендом на всех этапах. Основой для принятия маркетинговых решений в цифровой экономике становятся данные и их глубокий анализ, позволяющий понимать поведение потребителей и персонализировать коммуникацию.

## **3.2. Ключевые инструменты цифрового маркетинга.**

Современные маркетинговые стратегии цифровых предприятий опираются на широкий спектр специализированных инструментов. В ходе анализа тематических публикаций и кейсов были выделены ключевые из них. Поисковая оптимизация, или SEO, направлена на улучшение видимости сайта в результатах поисковых систем. Маркетинг в социальных сетях, или SMM, используется для построения сообщества вокруг бренда и прямого взаимодействия с аудиторией. Контент-маркетинг предполагает создание и распространение ценной для потребителя информации с целью формирования доверия и экспертного статуса. Также широко применяются таргетированная и контекстная реклама для привлечения целевого трафика, email-маркетинг для удержания клиентов и influence-маркетинг для работы с лидерами мнений.

## **3.3. Анализ маркетинговой стратегии на примере Ozon.**

Для иллюстрации практического применения этих инструментов был проведен анализ маркетинговой стратегии одного из лидеров российского рынка электронной коммерции, компании Ozon, на основе открытых данных и публикаций в деловой прессе. Стратегия компании строится на создании бесшовного клиентского опыта и развитии экосистемы сервисов вокруг основной платформы. Ozon активно использует омниканальный подход, интегрируя онлайн- и офлайн-каналы, такие как пункты выдачи заказов. В продвижении компания делает ставку на масштабные рекламные кампании в традиционных и цифровых медиа, а также на программу лояльности с использованием банковских продуктов, что позволяет собирать данные о покупателях и предлагать им персонализированные скидки и рекомендации.

Таблица 1.

Таблица 3. SWOT-анализ маркетинговой стратегии Ozon

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Сильные стороны (Strengths) | Слабые стороны (Weaknesses) |
| Внутренняя среда | - Развитая логистическая сеть (ПВЗ, склады)- Сильный и узнаваемый бренд- Экосистема сервисов (Ozon Банк, Ozon Travel)- Широкий ассортимент товаров | - Высокие операционные расходы- Зависимость от сторонних продавцов на маркетплейсе- Периодические технические сбои |
| Внешняя среда | Возможности (Opportunities) | Угрозы (Threats) |
|  | - Рост проникновения интернета в регионах- Развитие трансграничной торговли- Внедрение ИИ для персонализации- Расширение сегмента Q-commerce | - Усиление конкуренции (Wildberries, Яндекс.Маркет)- Изменение законодательства (регулирование маркетплейсов)- Риски кибератак и утечки данных- Снижение покупательной способности населения |

Таким образом, маркетинговая стратегия современного цифрового предприятия представляет собой сложную, управляемую данными систему, нацеленную на построение долгосрочных отношений с клиентом. Эффективность такой стратегии зависит не от использования отдельных инструментов, а от их грамотной интеграции и способности компании быстро адаптироваться к меняющимся технологиям и потребительским предпочтениям. Опыт лидеров рынка электронной коммерции подтверждает, что в основе успеха лежит глубокое понимание клиента, обеспеченное анализом больших данных, и создание ценности, выходящей за рамки простого акта купли-продажи.

# **4. СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ.**

## **4.1. Влияние на рынок труда: трансформация профессий и «цифровой разрыв».**

Цифровая трансформация оказывает глубокое и многоаспектное влияние не только на экономику, но и на общество в целом. В ходе изучения научной периодики и монографий в Научной библиотеке ИнгГУ были проанализированы ключевые социальные последствия развития цифровой экономики, а также сопоставлены точки зрения различных исследователей на эти процессы.

Одним из наиболее обсуждаемых социальных последствий является трансформация рынка труда. Многие исследователи, такие как эксперты Всемирного экономического форума, чьи доклады доступны в международных базах данных, прогнозируют масштабное вытеснение рутинных профессий за счет автоматизации и внедрения искусственного интеллекта. Российские ученые, в частности, В.Е. Гимпельсон и Р.И. Капелюшников из НИУ ВШЭ, в своих работах, изученных через eLIBRARY.RU, придерживаются более сдержанной позиции. Они отмечают, что наряду с исчезновением одних профессий происходит создание новых, требующих креативных, аналитических и коммуникационных навыков. Однако оба лагеря исследователей сходятся во мнении, что ключевой проблемой становится поляризация рынка труда и возникновение «цифрового разрыва» между работниками с востребованными цифровыми компетенциями и теми, кто рискует оказаться невостребованным.

|  |  |
| --- | --- |
| Исчезающие / Трансформирующиеся профессии |  Новые / Растущие профессии |
| Оператор колл-центра (рутинные ответы) | Специалист по клиентскому опыту (CX/UX) |
| Бухгалтер (первичная документация) |  Финансовый аналитик, специалист по RPA |
| Кассир в магазине | Специалист по управлению ПВЗ, менеджер маркетплейсов |
| Библиотекарь-каталогизатор (ручной ввод) | Специалист по цифровым архивам, медиаменеджер |
| Турагент (стандартные туры) | Тревел-эксперт по созданию уникальных маршрутов |
| Копирайтер (простые тексты) | Специалист по SEO-копирайтингу, контент-стратег |
| Переводчик (технические тексты) | Специалист по локализации ПО, редактор машинного перевода |

## **4.2. Проблемы информационной безопасности и защиты персональных данных.**

Другой важной социальной проблемой, порожденной цифровой экономикой, является обеспечение информационной безопасности и защита персональных данных. Исследователь А.А. Стрельцов, чьи работы по информационной безопасности были найдены в фондах библиотеки, подчеркивает, что сбор и анализ больших данных компаниями и государством создают беспрецедентные риски для частной жизни граждан. В отличие от него, специалисты в области маркетинга, например И.В. Манн, рассматривают сбор данных в первую очередь как инструмент для улучшения клиентского опыта и персонализации услуг. Этот конфликт интересов между приватностью и коммерческой эффективностью порождает острые общественные и правовые дискуссии о границах допустимого использования персональной информации.

## **4.3. Социальная ответственность бизнеса в цифровой среде.**

На фоне этих вызовов возрастает актуальность концепции социальной ответственности бизнеса в цифровой среде. Изучение работ по корпоративной социальной ответственности, таких как труды Ю.Е. Благова, показывает, что традиционные подходы, сфокусированные на экологии и благотворительности, требуют переосмысления. Социально ответственное цифровое предприятие, по мнению современных исследователей, должно не только соблюдать законодательство о данных, но и проявлять этическую щепетильность в их использовании, инвестировать в программы переобучения и повышения цифровой грамотности сотрудников и населения, а также создавать инклюзивную цифровую среду, доступную для всех слоев общества.

Таким образом, анализ научной литературы, проведенный в рамках практики, демонстрирует, что социальные последствия цифровизации носят двойственный и противоречивый характер. С одной стороны, она открывает новые возможности для развития человеческого капитала и повышения качества жизни. С другой стороны, она порождает серьезные риски, связанные с неравенством на рынке труда, угрозами безопасности и эрозией частной жизни. Преодоление этих негативных последствий требует совместных усилий со стороны государства, бизнеса и гражданского общества, а также формирования новой цифровой этики и культуры.

# **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В ходе производственной практики, проходившей на базе Научной библиотеки ИнгГУ, было проведено комплексное теоретико-аналитическое исследование, посвященное ключевым аспектам развития цифровой экономики в России. Работа с научными фондами, электронными ресурсами и базами данных библиотеки позволила систематизировать и проанализировать обширный пласт информации, на основе чего были сформулированы следующие выводы.

Во-первых, установлено, что понятие «цифровая экономика» является многогранным, а его трактовка зависит от акцентов, расставляемых различными научными школами и государственными институтами. Тем не менее, ключевым объединяющим элементом выступают данные, которые становятся новым фактором производства. Развитие цифровой экономики в России сталкивается с рядом системных проблем, среди которых наиболее значимыми являются дефицит квалифицированных кадров, цифровое неравенство регионов и несовершенство нормативно-правовой базы.

Во-вторых, анализ рынка электронной коммерции подтвердил его статус локомотива цифровой трансформации в стране. Его стремительный рост обусловлен развитием логистической инфраструктуры, популярностью модели маркетплейсов и изменением потребительского поведения. Основными трендами, определяющими будущее этого сегмента, являются дальнейшая интеграция с финансовыми технологиями, развитие сервисов быстрой доставки и углубленная персонализация предложений на основе анализа данных.

В-третьих, исследование показало, что маркетинговые стратегии в цифровой среде претерпели фундаментальные изменения. Произошел сдвиг от продуктоцентричной модели к клиентоцентричной, где в основе лежит создание положительного клиентского опыта и построение долгосрочных отношений. Эффективность маркетинга цифрового предприятия напрямую зависит от его способности интегрировать разнообразные цифровые инструменты и управлять ими на основе глубокого анализа данных о поведении потребителей.

В-четвертых, было выявлено, что социальные последствия цифровизации носят противоречивый характер. С одной стороны, она стимулирует спрос на новые компетенции и создает возможности для повышения качества жизни, а с другой – порождает риски поляризации рынка труда, угроз информационной безопасности и нарушения границ частной жизни. Это требует от бизнеса и государства выработки новых подходов к социальной ответственности и нормативному регулированию.

Таким образом, проведенное исследование подтвердило, что цифровая экономика представляет собой сложный, многоуровневый феномен, оказывающий преобразующее влияние на все сферы жизни общества. Прохождение практики в Научной библиотеке ИнгГУ позволило не только углубить теоретические знания по выбранной теме, но и получить ценные практические навыки научного поиска, критического анализа и систематизации информации из различных источников, что является неотъемлемой компетенцией специалиста в области цифровой экономики.

# **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ**

## **Нормативно-правовые акты**

1. Указ Президента РФ от 09.05.2017 № 203 "О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 - 2030 годы" // Собрание законодательства РФ. – 15.05.2017. – № 20. – ст. 2901.
2. Паспорт национального проекта «Национальная программа "Цифровая экономика Российской Федерации"» (утв. президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам, протокол от 04.06.2019 № 7). – URL: [http://government.ru/info/35568/](https://www.google.com/url?sa=E&q=http%3A%2F%2Fgovernment.ru%2Finfo%2F35568%2F) (дата обращения: 15.08.2024).

## **Книги, монографии, учебные пособия**

1. Благов, Ю. Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции. – СПб.: Высшая школа менеджмента, 2010. – 272 с.
2. Глазьев, С. Ю. Рывок в будущее. Россия в новых технологическом и мирохозяйственном укладах. – М.: Книжный мир, 2018. – 768 с.
3. Котлер, Ф., Картаджайя, Х., Сетиаван, А. Маркетинг 4.0: разворот от традиционного к цифровому / пер. с англ. – М.: Эксмо, 2019. – 224 с.
4. Манн, И. Б. Маркетинг без бюджета. 50 работающих инструментов. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 320 с.
5. Цифровая экономика: учебник для вузов / под ред. И.А. Хасаншина. – М.: Горячая линия – Телеком, 2020. – 288 с.

## **Статьи из научных журналов и сборников**

1. Авдеева, И. Л. Анализ перспектив развития цифровой экономики в России и за рубежом // Цифровая экономика и «Индустрия 4.0»: проблемы и перспективы: труды научно-практической конференции с международным участием. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. – С. 19-25.
2. Аузан, А. А. Эффект колеи. Проблема зависимости от траектории предшествующего развития — эволюция гипотез // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. – 2015. – № 1. – С. 3-17.
3. Гимпельсон, В. Е., Капелюшников, Р. И. Быть «лишним»: что говорит о российских работниках глобальная литература // Вопросы экономики. – 2020. – № 11. – С. 5-33.
4. Стрельцов, А. А. О проблеме обеспечения безопасности в цифровой экономике // Проблемы информационной безопасности. Компьютерные системы. – 2018. – № 2. – С. 5-10.
5. Шаститко, А. Е., Маркова, О. А. Цифровая экономика: некоторые вопросы и ответы // Экономический журнал ВШЭ. – 2019. – Т. 23, № 4. – С. 629-657.
6. Юдина, Т. Н. Осмысление цифровой экономики // Теоретическая экономика. – 2016. – № 3. – С. 12-16.

## **Электронные ресурсы**

1. Абдрахманова, Г. И., Вишневский, К. О., Гохберг, Л. М. и др. Что такое цифровая экономика? Тренды, компетенции, измерение : докл. к XX Апр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества. – М. : Изд. дом ВШЭ, 2019. – 82 с. – URL: https://www.researchgate.net/publication/343139905\_CTO\_TAKOE\_CIFROVAA\_EKONOMIKA\_TRENDY\_KOMPETENCII\_IZMERENIE\_What\_is\_the\_digital\_economy\_Trends\_competencies\_measurement (дата обращения: 14.08.2024).
2. Рынок электронной коммерции в России 2023 : аналитический отчет // Data Insight. – URL: [https://datainsight.ru/eCommerce\_2023](https://www.google.com/url?sa=E&q=https%3A%2F%2Fdatainsight.ru%2FeCommerce_2023) (дата обращения: 13.08.2024).
3. Цифровое развитие: Доклад о мировом развитии 2016 // Всемирный банк. – URL: https://www.worldbank.org/ru/events/2016/02/01/central-asia-launch-wdr-2016 (дата обращения: 12.08.2024).
4. The Future of Jobs Report 2023 // World Economic Forum. – URL: [https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2023/](https://www.google.com/url?sa=E&q=https%3A%2F%2Fwww.weforum.org%2Freports%2Fthe-future-of-jobs-report-2023%2F) (дата обращения: 12.08.2024).