

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА
ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

ОТЧЕТ

по учебной практике по получению навыков
исследовательской работы

ФГБОУ ВО «ВГУЭС», ИМБЭУ, кафедра экономики и
управления, г. Владивосток

Студент

группы БГУ-21-УР1


_____ К.В. Кисель

Руководитель практики от кафедры
канд. социол. наук, доцент

_____ Е.В. Султанова

Нормоконтролер
канд. социол. наук, доцент

_____ Е.В. Султанова

Владивосток 2022

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА»
ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА, ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ
КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ
на учебную практику по получению навыков исследовательской работы

Студент: Кисель Ксения Валерьевна
Группа: БГУ-21-УР1
Место прохождения практики: ФГБОУ ВО «ВГУЭС», ИМБЭУ, кафедра
экономики и управления, г. Владивосток
Срок сдачи: 25.06.2022 г.
Содержание учебной практике по получению навыков исследовательской работы:

Введение: определить цель и задачи практики, основные методы, необходимые для их достижения.

Раздел 1. Характеристика исследуемой проблем

Краткое содержание исследуемой проблемы и ее актуальность, степень разработанности исследуемой проблемы (перечень авторов, внесших вклад в решение проблемы; отражение проблемы в государственных нормативных документах и т.п.); цель и задачи исследования (УК-1.1в, УК-1.3в).

Раздел 2. Современное состояние исследуемой проблемы.

Сущность исследуемой проблемы в авторском изложении с иллюстрацией статистическим и аналитическим материалом, перспективы дальнейших исследований по данной теме (УК-1.1в).

Заключение: Обобщение и выводы.

Список использованных источников (не менее 15-ти позиций, не старше 2017) составить список литературы с использованием профессиональных баз данных и профессиональных Интернет-ресурсов.

Руководитель
канд. социол. наук
доцент кафедры ЭУ

_____ Е.В. Султанова

Задание получил:



_____ К.В. Кисель

РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН)

Студент Кисель Ксения Валерьевна

Кафедра экономики и управления гр. БГУ-21-УР1

Руководитель практики Султанова Екатерина Владимировна
Фамилия Имя Отчество

Инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности прошел

_____ Т.В. Варкулевич
(подпись уполномоченного лица, МП)



С правилами трудового распорядка ознакомлен _____ К.В. Кисель
(подпись обучающегося)

Этапы практики	Виды работы	Срок выполнения	Отметка руководителя о выполнении
Подготовительный этап	Организационное собрание	07.02.2022	
	Инструктаж по технике безопасности		
Исследовательский этап	Формулировка целей и задач исследования	08.02.2022-	
Аналитический этап	Подбор и анализ информации по теме исследования	10.05.2022- 16.06.2022	
Оценочно-результативный	Подготовка и сдача отчета	17.06.2022- 25.06.2022	

Руководитель практики
канд. социол. наук, доцент

_____ Е.В. Султанова

Содержание

Введение.....	3
1 Формирование экосистем в России.....	4
Заключение	14
Список использованных источников	15
Приложение А. Карта крупнейших российских экосистем.....	17

Введение

Целью прохождения учебной практики по получению навыков исследовательской работы является закрепление полученных теоретических знаний и формирование первоначальных умений и навыков в области проведения исследований, направленных на решение поставленных задач.

Основными задачами практики являются:

- закрепление теоретических знаний по изученным дисциплинам (модулям);
- формирование навыков поиска информации, необходимой для решения поставленных задач;
- развитие умения критически оценивать, обобщать и использовать полученную информацию, формулировать выводы и заключения.

Темой научно исследовательской работы является «Формирование экосистем в России: причины, особенности, типы».

Написание исследовательской работы описывалось на статьях, учебных пособиях, учебниках. Теоретическую основу исследования составили труды таких ученых как: Акаткин Ю.М., Седашов Н., Султанова Е.В., Абрамов Е.Н., Барчук И.

Работа состоит из введения, одного раздела, заключения, списка использованных источников и приложения.

1 Формирование экосистем в России

Интернет продолжает стремительно менять нашу жизнь. Появление и массовое распространение многофункциональных мобильных устройств, дающих удобный доступ человеку к возможностям Всемирной паутины, радикально видоизменило как общение людей между собой, так и каналы продвижения и сбыта различных товаров и услуг. Инновации, связанные с возникновением Интернета и ростом производительности сетей и компьютеров, захлестнули экономику и оказали радикальное влияние на качество жизни миллиардов людей.

Объектом исследования является цифровые экосистемы России. Предметом исследования являются информационные носители, содержащие сведения о причинах, особенностях и типах формирования экосистем РФ.

Цель данной работы заключается в исследовании формирования экосистем в России. Для достижения этой цели необходимо выполнить следующие задачи:

- изучить причины, особенности, типы экосистем в России;
- охарактеризовать виды экосистем в РФ.

Понятий экосистем много, ниже приведем более распространенные определения этого термина.

Экосистема - набор собственных или партнерских сервисов, объединенных вокруг одной компании. Экосистема может быть сосредоточена вокруг одной сферы жизни клиента или проникать сразу в несколько из них [1].

Экосистема (цифровая экосистема) – совокупность сервисов, в том числе платформенных решений, одной группы компаний или компании и партнеров, позволяющих пользователям получать широкий круг продуктов и услуг в рамках единого бесшовного интегрированного процесса. Экосистема может включать в себя закрытые и открытые платформы. Предлагаемая экосистемой линейка сервисов удовлетворяет большинство ежедневных потребностей клиента или выстроена вокруг одной или нескольких его базовых потребностей (экосистемы на начальном этапе своего формирования или нишевые экосистемы) [2].

Цель создания внутренней экосистемы — удобная работа сотрудников и оптимизация процессов. Простой пример ценности: данные, которые вводятся один раз в одной информационной системе, с которыми после этого можно работать во многих других системах. Или, например, агрегация данных из CRM, ERP, BPM, СЭД в единое хранилище, где можно работать инструментами бизнес-аналитики (Business Intelligence) [3].

Одним из значимых факторов формирования экосистемного подхода является развитие цифровых технологий, которые, с одной стороны, создают новые возможности для предпринимателей в экономике, с другой – предлагает эффективные методы использования данных возможностей.

В условиях снижения темпов роста производительности труда, наблюдавшихся в европейских странах в конце 1990-х, власти задумались о том, как цифровизация может способствовать развитию экономики. В 2001 г. Европейская комиссия запустила инициативу Go Digital, которая должна была помочь малым и средним предприятиям использовать интернет-технологии в качестве бизнес-инструмента. Тогда же европейский исследователь Франческо Начира и его коллеги описали цифровые бизнес-экосистемы как явление.

Используемая ими биологическая метафора подчеркивает взаимозависимость всех участников бизнес-среды (сообщества производителей и потребителей товаров и услуг), «совместно развивающих свои возможности и роли» и добивающихся в результате нового уровня синергии. Взаимодействие между участниками экосистемы обеспечивается цифровой инфраструктурой, в основе которой лежит технология распределенного программного обеспечения, позволяющая находить и транспортировать нужные услуги и информацию по интернет-каналам.

Сегодня 7 из 12 крупнейших по рыночной капитализации мировых корпораций – Alibaba, Google, Amazon, Apple, Facebook, Microsoft и Tencent – являются цифровыми экосистемами. Развитие сегмента обеспечивается растущим охватом населения интернетом, спросом на смартфоны, а также возможностью ведущих компаний по сбору и обработке big data. «Больше всего суперприло-

жений и цифровых экосистем в Китае, стране, ориентированной на мобильные устройства (mobile-centric nation), – отмечает Сергей Плуготаренко, директор Российской ассоциации электронных коммуникаций (РАЭК). – Там наблюдается пик развития так называемых супераппов, когда собственный маркетплейс мини-приложений находится внутри экосистемы. Это, например, WeChat, Baidu, Taobao, QQ, Alipay» [4].

В 2019 г. на Петербургском международном экономическом форуме создатель «Тинькофф банка» Олег Тиньков высказал мнение, что успех китайских экосистем основан на том, что в их ядре есть банк. «Человек не может покупать продукты, пользоваться подписками и сервисами, не платя деньги», – рассуждает Тиньков. Другие эксперты не столь категоричны. «Для успешного развития экосистемы необходима широкая база клиентов. В том же Китае в основе крупных экосистем – e-commerce, поисковики и мессенджеры, – говорит Марк Завадский, бывший глава дирекции по развитию экосистемы «Сбера», а сейчас директор The Riki Group. – IT-компании могут формировать экосистемы на базе поисковиков и соцсетей, ритейлеры – на базе интернет-магазинов». Банки, считает Завадский, действительно часто идут в эту сферу, но просто потому, что финансовые услуги априори более незаметны и больше подвержены превращению в продукт массового потребления.

В России экосистемы создают как банки, так и IT-компании. При этом одни делают ставку на разработку собственных сервисов – такой путь требует времени и сопряжен с риском невостребованности рынком разработанного решения. Другие приобретают готовые сервисы или развивают партнерства, не тратя время на развитие непрофильных направлений, – это позволяет быстро создать рыночное предложение, но требует серьезных усилий, чтобы бесшовно вписать то или иное приложение в систему. «Один из главных критериев развитости экосистемы – ширина линейки продуктов, которую способна предложить компания. Здесь лидируют «Яндекс» и «Сбер», – говорит Завадский. – «Яндекс» – исторически продуктовая компания, тогда как «Сбер» силен в сделках M&A. Пока сложно сказать, какая из тактик выигрышнее, это покажет время»

[5].

Совокупная выручка трех крупнейших российских экосистем достигла в 2021 году почти 400 млрд руб. – слова Евгения Разумного в «Ведомости». В 2020 г. совокупная выручка трех крупнейших в России цифровых экосистем – «Яндекса», «Сбера» и Mail.ru Group – выросла примерно на 24% и составила почти 400 млрд руб. При этом на долю «Яндекса» пришлось почти 55% общей выручки трех экосистем (218 млрд руб.), Mail.ru Group – 94 млрд руб., «Сбер» (без учета профильного банковского бизнеса) – 63 млрд руб. Еще 23 млрд составила выручка совместного предприятия «Сбера» и Mail.ru Group, которое в равной степени относится к экосистемам обеих компаний. Такие оценки «Ведомости» сделали на основе отчетности компаний и экспертных данных. Пандемия COVID-19 в значительной степени способствовала росту спроса на цифровые услуги, а также на дистанционные продажи обычных товаров и, как следствие, еще сильнее подстегнула расширение экосистем. Сегодня именно в направлении экосистем развивается основная конкуренция между цифровыми гигантами.

«Экосистемы стремятся максимально контролировать доступ к благам и благодаря этому предугадывать или искусственно моделировать спрос на них. Компании начинают выступать как новый субъект власти, поскольку получают возможность не только управлять данными, но и через данные управлять пользователями. Проблема навязывания ненужных услуг становится все более актуальной», – отмечает Родькин. Полноценную экосистему невозможно создать без базы пользователей. С этой точки зрения огромный и примерно равный потенциал у обеих компаний: у «Сбера» – 96 млн клиентов банка, которые могут быть вовлечены в экосистему, у «Яндекса» – десятки миллионов пользователей поисковика (по данным LiveInternet, ежедневно через поиск «Яндекса» осуществляется более 40 млн переходов). «Клиентами экосистемы может быть, как бизнес (b2b), так и конечные пользователи (b2c). «Яндекс» и Mail.ru Group – это практически чистая b2c-история. А «Сбер» помимо b2c системно работает с бизнес-клиентами, в этом он однозначный лидер», – уточняет Завадский. Для

успешного развития экосистемы, по мнению президента аналитического центра «БизнесДром» Арсения Пояркова, требуются не только большие объемы данных о клиентах или возможность управлять их финансами, но и контакт с пользователями, их полноценное вовлечение в инфраструктуру. Вовлечение, объясняет Поярков, – это создание вокруг человека удобной системы оказания спектра услуг, необходимых ему для жизни, «набора сервисов, который бесшовно, с минимальными потерями времени, с высоким качеством и за небольшие деньги может оказывать одна компания». Иными словами, экосистема – это цельность. Предлагаемые компанией продукты должны быть совместимы и сочетаемы.

Например, каршеринговый сервис «Яндекс.Драйв» пользуется картами и навигатором «Яндекса», в которые встроен его голосовой помощник «Алиса»; при этом другие сервисы помогают объехать пробки, заправиться, расплатиться за поездку баллами от кэшбэка [6].

Цифровая экосистема России регулируется такими законами, как:

1 Федеральный закон «О персональных данных» от 27.07.2006 № 152-ФЗ [7];

2 Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 № 149-ФЗ [8].

Существуют крупнейшие экосистемы России:

- Тинькофф;
- Яндекс;
- Сбербанк;
- МТС;
- Mail.ru.

Подразделение у них делится на 16 категорий (Приложение А).

В России экосистемы всё еще являются новшеством для большинства пользователей, которое медленно захватывает общество. Следует понять, что такие структуры как ГосУслуги, онлайн-банки и многие другие призваны упростить и ускорить элементарные процессы, на которые в обычной жизни мы привыкли тратить непозволительно много времени.

Влияние крупной платформы на экономику зависит от той модели, которую она использует при допуске участников. В зависимости от публичности критериев допуска можно выделить закрытую и открытую платформы.

Закрытая платформа не объявляет публично правила, по которым на нее допускаются участники. В этом случае поставщиками товаров и услуг выступают сама платформа, аффилированные с ней лица или ограниченный круг компаний – партнеров платформы. С расширением бизнеса в сторону экосистемы платформа становится заинтересованной в том, чтобы на ней было представлено как можно больше разных видов услуг, но не разных поставщиков одной услуги. В итоге внутренняя конкуренция поставщиков одной и той же услуги на такой платформе практически отсутствует, поскольку с точки зрения развития закрытой экосистемы важно наличие продукта или услуги в периметре экосистемы, а не полнота вариантов его представления или широкий выбор внутри каждой продуктовой категории.

При открытой модели платформы доступ к ней имеют конкурирующие поставщики товаров и услуг, их допуск на платформу осуществляется на основе публично раскрываемых платформой критериев. При этом такие критерии носят недискриминационный характер, то есть не сформулированы под характеристики каких-то конкретных поставщиков. Владелец платформы и его аффилированные лица либо не выступают сами в роли поставщиков на такой платформе, либо «играют по общим правилам». Таким образом, платформа является равноудаленной нейтральной инфраструктурой, обеспечивающей независимый канал продаж для поставщиков.

Основываясь на том, что клиенты быстро привыкают к уровню цифрового обслуживания, предлагаются решения, которые лучше удовлетворяют их потребности, повышают доступность, обеспечивают удобство использования и персонализируют услуги, учитывая индивидуальные характеристики потребителя и его интересы [9]

Существует несколько видов цифровых экосистем в России:

1 Цифровая экономика.

Цифровая экономика – это:

- глобальная сеть экономических и социальных видов деятельности, которые поддерживаются благодаря таким платформам, как интернет, а также мобильные и сенсорные сети (Правительство Австралии);

- система экономических, социальных и культурных отношений, основанных на использовании цифровых информационно-коммуникационных технологий (Всемирный банк);

- экономика, которая главным образом функционирует за счет цифровых технологий, особенно электронных транзакций, осуществляемых с использованием интернета (Оксфордский словарь);

- ведение бизнеса на рынках, опирающихся на интернет и/или Всемирную паутину (BCS, Великобритания);

- рынки на основе цифровых технологий, которые облегчают торговлю товарами и услугами с помощью электронной коммерции в Интернете (ОЭСР);

- экономика, способная предоставить высококачественную ИКТ-инфраструктуру и мобилизовать возможности ИКТ на благо потребителей, бизнеса и государства (Исследовательский центр журнала «Economist» и компания IBM);

- производство цифрового оборудования, издательская деятельность, медийное производство и программирование (Правительство Великобритании).

Официальное Российское определение было дано в стратегии развития информационного общества:

Цифровая экономика – это деятельность, в которой ключевыми факторами производства являются данные, представленные в цифровом виде, а их обработка и использование в больших объёмах, в том числе непосредственно в момент их образования, позволяет по сравнению с традиционными формами хозяйствования существенно повысить эффективность, качество и производительность в различных видах производства, технологий, оборудования, при хранении, продаже, доставке и потреблении товаров и услуг.

Огромное множество современных информационно-коммуникационных

технологий составляют инфраструктурный инструментарий цифровой экономики. Цифровизация экономической деятельности (процессов создания, распределения, обмена, потребления и утилизации товаров и услуг) приносит свои плоды как крупным, так и мелким компаниям, государству и даже отдельным людям. Активное внедрение цифровых инструментов (цифровая трансформация или диджитализация) происходит во всех индустриях по всему миру уже более двадцати лет. Но если раньше это происходило стихийно и бесконтрольно, то в настоящее время крупные компании и государства осознали необходимость структурированного подхода. Разработка и реализация стратегий цифровизации сегодня является приоритетом большинства крупных компаний независимо от отраслевой принадлежности, специфики бизнеса или законодательного регулирования [10].

2 Государственная экосистема.

Пусть и не очень быстро, но цифровизация приходит в сферу взаимодействия граждан с госорганами. Но здесь правильнее их рассматривать как внутренние экосистемы, а не внешние, так как основная их цель — не заработок, а, наоборот, оптимизация издержек.

Единый портал госуслуг и его московский партнер Mos.ru — две самые популярные государственные цифровые экосистемы в России. На текущий момент 60-80% контактов с государственными органами и бюджетными организациями можно провести сидя дома с ноутбуком в руках. Или, по крайней мере, найти, по какому адресу с этим вопросом идти, записаться на конкретное время, выяснить, какие документы нужны, предварительно заполнить заявления и анкеты.

В этом случае очень важна общая аутентификация между государственным и региональными порталами, а также разовое наполнение профиля всеми необходимыми документами, чтобы потом при заполнении каждого заявления не искать свой СНИЛС.

При этом для полноценной и качественной цифровизации нельзя просто взять и добавить компьютер или мобильное приложение в процесс, устоявший-

ся 20 лет назад. Процессы должны меняться и упрощаться для их потребителей. В том числе для этого и развиваются офлайн-центры «Мои документы».

3 Экосистема банка

Классическая (то есть та, которой уже не удивить даже друга из 2016) цифровая экосистема банка — интернет-банк, мобильный банк, круглосуточный сервис поддержки, сервисы покупки (страховок, авиабилетов и так далее) и единая программа лояльности для всего этого.

До какого-то момента банкам этого вполне хватало, чтобы вполне обоснованно считать банковскую отрасль зарабатывающей на своих клиентах больше всех. Со временем крупный ритейл стал догонять и перегонять крупные банки. А когда ритейл пошел в интернет, темпы роста стали только увеличиваться.

4 Экосистема компании

«Компания внедрила еще одну систему, поэтому теперь одни и те же данные нужно вводить не в две системы, а в три». К счастью, такую фразу можно услышать все реже и реже. Всеобщая интеграция внутренних ресурсов — уже не будущее, а настоящее.

Сотрудник компании получает в свою доменную учетную запись (логин и пароль), после чего для него открывается дивный новый мир. Чем больше информационных систем используется, тем большим количеством можно пользоваться с этой учетной записью.

Конечно, всегда остаются системы, в которых используются другие логины, но их становится меньше каждый год. Дальше все еще интереснее: достаточно один раз ввести логин с паролем при входе в Windows (или другую ОС), и многие системы больше запрашивать учетные данные не будут. Это, кстати, еще одна причина, почему необходимо блокировать компьютер, покидая рабочее место.

С данными ситуация аналогична. Менеджер по продажам вводит в CRM информацию о новом потенциальном клиенте, качественно заполняя основные атрибуты профиля. После чего вся компания может работать с этими данными

как в CRM, так и в других системах.

5 Цифровая экосистема в образовании.

Век живи — век учись. Особенно в наше время и в отрасли информационных технологий. За год принципиальных изменений технологий может пройти больше, чем за век тысячу лет назад, и это не предел. Поэтому образование — крайне важная сфера для цифровизации.

Вузы, школы и даже детские сады двигаются в будущее вместе с остальными отраслями. Это в том числе помогло многим школьникам и студентам пережить год внезапной пандемии и самоизоляции без серьезных пробелов в полученных знаниях.

Цифровыми дневниками никого не удивить. Сейчас самое время удивляться цифровым профилям или портфолио, которое будет сопровождать человека с детского сада до выпуска из вуза. И которое будет содержать информацию обо всех достижениях маленького, юного, молодого потребителя знаний.

Также и внешние экосистемы не забывают об образовании. Любая крупная экосистема уже имеет внутри себя сервисы по получению знаний или переквалификации. В первую очередь, конечно, речь идет об ИТ-специальностях. Так как повальная цифровизация постоянно нуждается в новых рабочих руках [3].

Цифровые экосистемы разнообразны и захватывают множество сфер жизни. Можно сказать, что они в настоящее время просто необходимы. С развитием технологий, многие действия стало проще выполнить в электронном виде, от записи к врачу, до получения кредита и всё это без личного присутствия и очередей.

Заключение

Таким образом, в ходе данной работы было описано понятие экосистемы, ее виды и причины, а также были выполнены следующие задачи:

- изучили причины, особенности, типы экосистем в России;
- охарактеризовали виды экосистем в РФ.

В России экосистемы всё еще являются новшеством для большинства пользователей, которое медленно захватывает общество. Следует понять, что такие структуры как ГосУслуги, онлайн-банки и многие другие призваны упростить и ускорить элементарные процессы, на которые в обычной жизни мы привыкли тратить непозволительно много времени. Цифровые экосистемы разнообразны и захватывают множество сфер жизни. Можно сказать, что они в настоящее время просто необходимы. С развитием технологий, многие действия стало проще выполнить в электронном виде, от записи к врачу, до получения кредита и всё это без личного присутствия и очередей. В процессе исследования было выяснено, что основной причиной создания экосистем, какого бы вида она не была, является повышение эффективности работы многих сфер.

Научная значимость работы подтверждена публикацией в сборнике XXIV научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых исследователей «Интеллектуальный потенциал вузов - на развитие Дальневосточного региона России и стран АТР».

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 Седашов Н. Как российские компании строят экосистемы: что происходит и чего ожидать / Н. Седашов // VC.RU. – 2020. – URL: <https://vc.ru/u/163530-nikolay-sedashov/105427-kak-rossiyskie-kompanii-stroyat-ekosistemy-chto-proishodit-i-chego-ozhidat/> (дата обращения 20.04.2022).

2 Экосистемы: подходы к регулированию. 2021 – URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/119960/Consultation_Paper_02042021.pdf (дата обращения 20.04.2022)

3 Барчук И. Что такое цифровая экосистема? / И. Барчук // RB.RU. – 2021. – URL: <https://rb.ru/opinion/what-is-digital-ecosystem/> (дата обращения 20.04.2022).

4 Абрамов Е.Н. Проблемы создания цифровой экосистемы: правовые и экономические аспекты: монография / Е.Н. Абрамова, А.П. Алексеенко, С.Н. Белова [и др.] // под общ. ред. В.А. Вайпана, М.А. Егоровой. — Москва: Юстицинформ, 2021. — 276 с.

5 Султанова Е.В. Развитие добровольческих движений в условиях цифровизации общества: основные каналы информирования молодёжи / Е.В. Султанова, В.А. Остроухова // Вызовы современности и стратегии развития общества в условиях новой реальности. сборник материалов V Международной научно-практической конференции. Москва, 2021. С. 127-133.

6 Султанова Е.В. Опыт цифровой трансформации России / Султанова Е.В., Ивельская Н.Г. Фардзинова З.А. // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2021. №4. С. 259-263.

7 О персональных данных: Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ (ред. от 02.07.2021) // СПС «Консультант Плюс». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_389193/ (дата обращения 08.05.2022).

8 Об информации, информационных технологиях и о защите информации: Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ (ред. от 30.12.2021) // СПС «Консультант Плюс». – URL:

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_406140/ (дата обращения 08.05.2022).

9 Акаткин Ю.М. Цифровая экономика: концептуальная архитектура экосистемы цифровой отрасли / Ю.М. Акаткин, О.Э. Карпов, В.А. Конявский, Е.Д. Ясиновская // Моделирование социальных и экономических систем. – 2017. - № 4 (42). – С. 18 – 19.

10 Основные понятия цифровой экономики [сайт] – URL: <https://swsu.ru/structura/up/umcrkip/folder1/Тема%202.%20Основные%20понятия%20цифровой%20экономики.pdf/> (дата обращения 26.04.2022).

Приложение А

Карта крупнейших российских экосистем

