

**Проблемы общества в условиях цифровизации социально-экономических отношений**

**Научный руководитель – Витальева Елена Михайловна**

***Назаретян Сюзана Горовна***

*Студент (бакалавр)*

Волгоградский институт управления - филиал Российской Академии народного хозяйства и государственной службы при президенте Российской Федерации, Волгоград, Россия

*E-mail: syuzi.nazaretyan@yandex.ru*

В 2017 году Правительством Российской Федерации была утверждена программа по формированию условий для перехода России к цифровой экономике. Следует рассмотреть плюсы и минусы перехода России к цифровой экономике (См. Рисунок 1).

Общество пытается систематизировать рыночные процессы для того, чтобы понять причину их появления и сделать прогнозы на будущее [1]. Все, что не подлежит систематизации называют «исключением из правила, которое еще раз подтверждает правило». Однако, следует сделать предположение, что любое действие субъекта рынка является непредсказуемым и выступает реакцией на изменение существующих условий. Скорость и частота реакции зависит от отрасли и сферы деятельности, времени функционирования на рынке, местоположении субъекта, силы воздействия факторов влияния и т.д [2].

Можно предположить, что «сценарий» или форма поведения субъекта рынка будет ограничиваться нормами и правилами, которые существуют в обществе. (См. Рисунок 2)

В цифровой экономике получение и распространение информации становится более доступным. Благодаря технике и технологиям упрощаются и уменьшаются в цене многие транзакции. У субъектов рынка появляется возможность получать необходимую информацию своевременно, что качественно улучшит их деятельность. Однако следует отметить, что государственным структурам, администрации на всех уровнях стоит также адаптироваться к новой цифровой экономике и развивать в собственных структурах современные технологии.

**Источники и литература**

- 1) Булетова Н.Е., Злочевский И.А. Парадоксы экономики услуг и государственная эколого-экономическая стратегия // Проблемы теории и практики управления – 2017. – № 7. – С. 90-101.
- 2) Гущина, Е.Г. Методика формирования стратегии продвижения бренда компании с использованием инструментария интернет-маркетинга / Е.Г. Гущина, С.С. Чеботарева // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. – 2018. – № 2 (июнь). – С. 23-28.

**Иллюстрации**

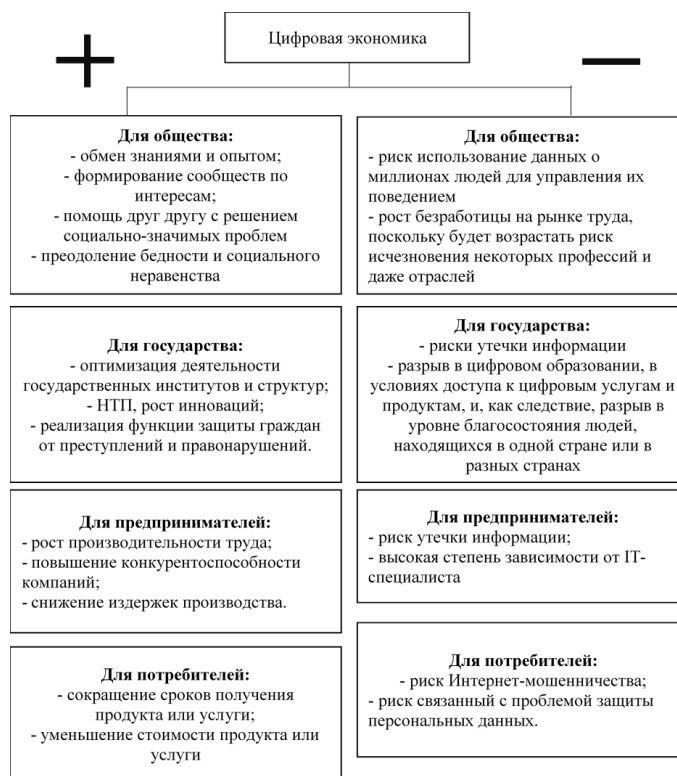


Рис. 1. Рисунок 1. Преимущества и недостатки перехода России к цифровой экономике

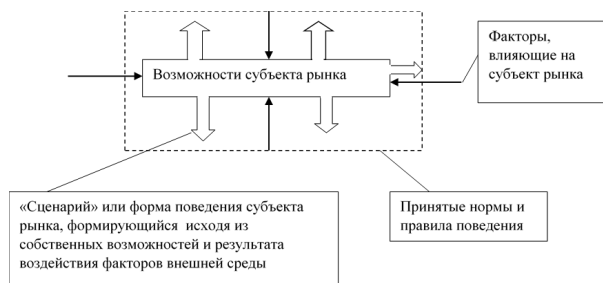


Рис. 2. Рисунок 2. Форма поведения субъекта рынка