

Ибрагимов Ринат Артурович

студент

Казорин Станислав Сергеевич

студент

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный
университет им. И.Т. Трубилина»
г. Краснодар, Краснодарский край

ВЛИЯНИЕ МИРОВЫХ КОРПОРАЦИЙ НА СОВРЕМЕННОГО ЧЕЛОВЕКА

Аннотация: в статье рассматривается влияние транснациональных корпораций (ТНК) на жизнь современного человека. Авторы подчеркивают необходимость переосмыслиения взаимодействия индивида и бизнеса в условиях глобализации и цифровизации.

Ключевые слова: транснациональные корпорации, информация, цифровая экономика.

Прямо сейчас миллионы людей по всей планете проводят свое время на видеосервисах, мессенджерах, социальных сетях и т. д. И в среднем в онлайне современный человек проводит по 6,5 часов в сутки. Но на что уходит наше время? Самые дорогие транснациональные корпорации (ТНК) мира сейчас торгуют наиболее ценным ресурсом: знаниями и информацией о каждом из нас. И каждая такая структура нацелена на максимальное удержание и извлечение прибыли. Цель данной статьи – изучить влияние мировых корпораций на современного человека и экономику.

Современные корпорации – наследники индустриальной эпохи. В начале XX в. такие компании, как General Electric, Ford Motor Company, Standart oil заложили основы международного бизнеса. К концу этого же века, благодаря глобализации и развитию цифровых технологий, количество транснациональных компаний значительно выросло [1; 2].

В топ 30-ть крупнейших корпораций мира по рыночной капитализации в верхних строчках рейтинга значатся не старейших представители финансового сектора США или индустриальные династии, разбогатевшие на полезных ископаемых или фармацевтике, а представители новой цифровой эпохи [3].

Рассмотрев, финансовую отчетность Apple, мы увидим, что, кроме всем известных iPhone, значимую часть выручки приносят такие сервисы, как App Store. Контент их разрабатывают зачастую не сами Apple, а сторонние компании в каждой стране мира. Пока одни сами придумывают и создают соответствующий контент или приложение, обычные пользователи за это платят. В то же время Apple берет с каждой покупки ренту, генерируя деньги из воздуха [4].

Но есть и компании, торгующие исключительно программным обеспечением. Например, Google и их операционная система Android с таким же магазином приложений. Но если изучить всю структуру доходов Alphabet (материнской компании Google), то, очевидно, что значительную сумму денег им приносит виртуальная реклама в сервисах [3].

Необходимо провести анализ такой доходной статьи транснациональных корпораций, как реклама. Пользуясь маркетплейсами и иными онлайн-платформами, пользователи сообщают там всю информацию о себе. Остается цифровой след об их пожеланиях, предпочтениях в той или иной сфере (музыка, кино, книги, одежда и пр.). Тем самым создается собственная цифровая копия. Ни одна религия мира не получала за всю историю такое количество веры, как современные поисковики [5].

Совокупность указанного информационного контента позволяет грамотно выстраивать таргетинг. С помощью соответствующих нейроалгоритмов интернет-пользователю подается наиболее подходящая под его предыдущие запросы реклама для приобретения им того или иного товара или услуги. Именно ввиду этих тенденций сегодня мировая экономика ускоренно развивается [5; 6].

Ключевыми двумя валютами современного мира являются не доллар и не биткоин, а знания и информация. Любая активность пользователя в сети, будь то лайк, комментарий или даже секундная концентрация внимания на том или ином

продукте, формирует для него рекомендации. Транснациональные корпорации собирают, хранят и продают самые подробные знания о пользователях. Они изначально создают места для рекламы. Потом торгают информацией о пользователях. В результате – берут процент за продажу прорекламированного товара на их площадке. По такой схеме работают множество онлайн-магазинов по всему миру [7].

В подавляющем большинстве случаев пользователи больше не ищут и не пишут, они выбирают из списка, представленного им алгоритмами рекомендаций. Теряется основное преимущество интернета перед телевизором или радио – способность самостоятельно выбирать контент. Теперь человек в онлайн участвует в качестве зрителя в товарообороте крупных компаний, грамотно настроенных под него и манипулирующих его желаниями. Таким образом, пользователь постоянно держится в заточении своих интересов и нынешнего кругозора, без возможности его расширить [8].

Таким образом мы можем предположить, что корпорации загнали людей в особую форму рабства, где каждый человек приносит деньги, проводя время за экраном своего гаджета. Но если оглянуться назад, то можно понять, что на протяжении всего существования человечества одни люди использовали других для улучшения своего материального состояния. Менялись только инструменты влияния на общество [9].

Люди по своей природе склонны экономить ресурсы своего организма, а в частности мозга, поэтому они старались достигнуть зоны своего комфорта, затрачивая минимум сил. Переходя от первобытного промысла к сельскому хозяйству, а затем к промышленному производству, человек добровольно загонял себя в рабство [8].

Когда люди жили в селах, они сажали семена в землю, чтобы со временем получить всходы и соответствующие продукты, а после не напрягаться, чтобы себя прокормить. Для сохранения урожая от чужаков, они делились с более сильными и умными. Конечно, на работу в поле нужно затрачивать силы, но скотоводство и сельское хозяйство более стабильный промысел, чем охота. Так, мы

можем заметить, что между риском и стабильностью, человек всегда выбирал второе. Так происходила аграрная революция [10].

Со временем те, кто защищал простой трудящийся народ, превратились во власть и элиту меньшинства, так как владели денежными потоками, а все остальные, в разной степени зависимости, работали на них. Таким образом сформировалось феодальное общество, где владение землей означало власть и богатство. Ввиду сказанного, выбор людей в пользу защиты и стабильности, вместо рискованной свободы, загоняет человечество в зависимость [8].

В результате промышленной революции власть переходит к тем, у кого были технологии производства, свежие идеи, чтобы придумывать что-нибудь новое, тем самым отстраняя предыдущую элиту. Таким образом ее технические плоды: трактора, комбайны, удобрения – приведут к тому, что стабильность перейдет туда, где производятся товары промышленного производства и люди переберутся туда. Тем самым укрепится эта структура, производя эти товары и покупая их, в результате чего феодализм сменится капитализмом и обществом потребления [5].

На сегодняшний день человечество заходит в новую эру «технофеодализма», где власть сосредоточена у людей, которые контролируют денежные потоки в цифровом пространстве. Самые богатые компании мира, такие как: NVIDIA, Microsoft, Google, Apple, Amazon, Meta Platforms (Facebook), Tesla и т. д. создали среду, где люди не могут обойтись без их услуг. Приложения такси взимают плату за использования их приложения, маркетплейсы снимают процент с каждой сделки и зарабатывают на рекламе. Складские работники, курьеры, фрилансеры быстро исполняют обещания платформ, а потребители подпитывают рост таких компаний лайками, временем просмотра, посещением сайтов, только укрепляя власть такого строя, работая бесплатными датчиками для сервисов [11; 12].

При этом зарабатывают не только цифровые сервисы, но и компании, которые дают энергию для их поддержания. Каждый запрос в поисковую систему или в нейросеть сжигает определенное количество ресурсов. Все данные, которые компании собирают хранятся в огромных data-центрах, которые потребляют

огромное количество электроэнергии. Причем количество ее потребления продолжает расти ускоренными темпами [10].

Таким образом мы попадаем в замкнутый круг, где технологические компании зарабатывают деньги на наших данных, следовательно, им нужен продукт, который создаст зависимость у потребителя. Человек проводит там все больше и больше времени, отдавая массу данных цифровым компаниям, которые они могут продать рекламодателям, чтобы они быстрее и чаще угадывали наши желания и предпочтения [11].

Таким образом с течением времени система, вгоняющая человека в зависимость, просто совершенствовалась. Раньше человек производил еду и промышленные товары, а в нынешних реалиях человек сам стал товаром [13]. У людей берут время, из него получают деньги, следовательно, другим продают контент и данные о потребителе.

Список литературы

1. Современные экономические вызовы: поиск эффективных ответов / О.В. Терещенко, М.В. Гринь, А.А. Яковлева, Н.В. Рябко // Естественно-гуманистические исследования. – 2025. – №3 (59). – С. 519–524. – EDN LLWHMW.
2. Родионова И.А. Крупнейшие транснациональные корпорации мира: сдвиги в страновой и секторальной принадлежности / И.А. Родионова, Д.А. Дирин // Географический вестник. – 2023. – №1 (64). – С. 52–71. DOI 10.17072/2079-7877-2023-1-52-71. EDN LWOZKF
3. Савченко Р. Цифровая трансформация бизнеса, как тренд 2025 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://advertisingforum.ru/blog/cifrovaya-transformaciya-biznesa> (дата обращения: 14.12.2025).
4. Дронова О.Б. Анализ влияния транснациональных корпораций на мировое хозяйство и динамику прямых иностранных инвестиций / О.Б. Дронова // Известия высших учебных заведений. Серия «Экономика, финансы и управление производством». – 2022. – №03 (53). – С. 34–42. DOI 10.6060/ivecofin.2022533.612. EDN UPVWDV

5. Доклад ЮНКТАД о технологиях и инновациях за 2025 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://unctad.org/system/files/official-document/tir2025overview_ru.pdf (дата обращения: 14.12.2025).
6. Ли Ч. Актуальные вопросы роста мировой экономики: тенденции и перспективы / Ч. Ли, О.В. Терещенко // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2024. – №9. – С. 189–192. – DOI 10.24412/2220-2404-2024-9-27. – EDN KOTXXB.
7. Карелина Е.А. Глобальные кризисы и их значение для трансформации внешнеэкономических стратегий транснациональных компаний / Е.А. Карелина // Вопросы инновационной экономики. – 2022. – Т. 12. №1. – С. 669–688. DOI 10.18334/vinec.12.1.114390. EDN BTZBYB
8. Кувшинова О. Кризисное десятилетие: глобальные риски 2023–2033 / О. Кувшинова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://econs.online/articles/ekonomika/krizisnoe-desyatiletie-globalnye-riski-2023-2033> (дата обращения: 14.12.2025).
9. Илюшникова Т.А. Вызовы и перспективы развития МСП в 2020–2025 и 2025–2030 годах / Т.А. Илюшникова // Бизнес. Общество. Власть. – 2025. – №55. – С. 56–67. EDN VCHBKE
10. 10 главных глобальных рисков (2020–2025 гг.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://investor.of.by/10-glavnih-globalnyh-riskov-2020-2025-gg> (дата обращения: 14.12.2025).
11. Халикова С.М. Правовые основы участия бизнес-сообщества в достижении целей устойчивого развития в Российской Федерации / С.М. Халикова // Вестник науки. – 2025. – Т. 5. Ч. 2. – №6 (87). – С. 181–188. EDN MHNZCY
12. Родионова И.А. Крупнейшие транснациональные корпорации мира: сдвиги в страновой и секторальной принадлежности / И.А. Родионова, Д.А. Дирин // Географический вестник. – 2023. – №1 (64). – С. 52–71. DOI 10.17072/2079-7877-2023-1-52-71. EDN LWOZKF

13. Тамбиянц Ю.Г. Современная общественная динамика: теория и практика / Ю.Г. Тамбиянц, М.В. Гринь, В.В. Куличенко. – Краснодар: Кубанский институт социоэкономики и права (филиал) Образовательного учреждения профсоюзов высшего образования «Академия труда и социальных отношений», 2014. – 452 с. – ISBN 978-5-94672-795-2. – EDN WYKJPT.