



**Электронный
экономический вестник
Татарстана № 2 (апрель -
июнь 2025 года)**

ISSN 2224-8331

Издание основано в 2011 г.

УЧРЕДИТЕЛЬ И ИЗДАТЕЛЬ:

Государственное научное бюджетное учреждение
«Академия наук Республики Татарстан»
(420111, ул. Баумана, 20, Казань, Республика Татарстан,
Российская Федерация)

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)
Эл № ФС77-89676 от 23.06.2025

Выходит 4 раза в год

АДРЕС РЕДАКЦИИ:

420111, ул. Карла Маркса, д.23/6, Казань,
Республика Татарстан, Российская Федерация
Обособленное структурное подразделение
«Центр перспективных экономических исследований Академии наук РТ»
Тел.: +7 (843) 238-79-35

<https://eehacrt.ru>
e-mail: c.p@tatar.ru

Журнал включен в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)
https://elibrary.ru/title_about_new.asp?id=32612

Материалы журнала доступны по лицензии Creative Commons “Attribution”
(**«Атрибуция»**) 4.0 Всемирная (CC BY 4.0)



© ГНБУ «Академия наук Республики Татарстан», 2025
© «Электронный экономический вестник Татарстана», 2025

Оглавление

I. ПРОГНОЗЫ И СЦЕНАРИИ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СФЕРЫ	4
ПРОГНОЗ ОСНОВНЫХ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ НА 2024 ГОД РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	4
II. ЭКОНОМИКА ДОВЕРИЯ	19
ВАЖНЕЙШИЕ ПОДХОДЫ К ПОНИМАНИЮ АСТРОТУРФИНГА	19
РЕПУТАЦИЯ КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АКТИВ: ВЛИЯНИЕ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ БИЗНЕСА В ЭПОХУ ЦИФРОВЫХ ИННОВАЦИЙ	28
РЕПУТАЦИОННЫЙ КАПИТАЛ КОМПАНИЙ КАЗАНИ И РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН.....	40
III. ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА	54
ЦИФРОВОЙ ДВОЙНИК ПОТРЕБИТЕЛЯ: ПРЕОБРАЗОВАНИЕ КЛИЕНТСКОГО ОПЫТА С ПОМОЩЬЮ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА	54
АСТРОТУРФИНГ И ЗАЩИТА ОТ ДЕЗИНФОРМЦИИ	66
IV. МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ	76
МУНИЦИПАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ И ЕЁ СТОИМОСТЬ	76
МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ МУНИЦИПАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ	88
V. СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ	98
ЗНАЧЕНИЕ И ОБРАЗ СЕМЬИ В ПРЕДСТАВЛЕНИЯХ РОССИЯН: МЕЖПОКОЛЕННЫЙ АНАЛИЗ	98
КАЧЕСТВО ЖИЗНИ В РОССИИ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ СОЦИАЛЬНЫХ НАСТРОЕНИЙ НАСЕЛЕНИЯ	107
VI. ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ	116
РАЗВИТИЕ АГЛОМЕРАЦИИ (СОВРЕМЕННОЕ ЗНАЧЕНИЕ).....	116
КИБЕРСПОРТ И ЕГО РОЛЬ В ТРАНСФОРМАЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ: ГЛОБАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ.....	131

I. ПРОГНОЗЫ И СЦЕНАРИИ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СФЕРЫ

ПРОГНОЗ ОСНОВНЫХ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ НА 2024 ГОД РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

М.Р.Зайнуллина

Казанский (Приволжский) федеральный университет¹

Л.Х.Иштирякова

*ОСП «Центр перспективных экономических исследований
Академии наук Республики Татарстан»²*

Для цитирования: Зайнуллина М.Р., Иштирякова Л.Х. Прогноз основных макроэкономических показателей на 2024 год Российской Федерации // Электронный экономический вестник Татарстана. 2025. Т. 2. С. 4–16.

Статья посвящена анализу и прогнозированию основных макроэкономических показателей Российской Федерации. Представлены основные тенденции развития. Приведены рекомендации по развитию экономической сферы на период 2024 год.

Ключевые слова: Валовый региональный продукт. Ставка рефинансирования ЦБ. Индексы потребительских цен на продовольственные товары. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата. Численность занятых в экономике.

¹ ЗАЙНУЛЛИНА Миляуша Рашитовна (M.Zaynullina@tatar.ru), к.э.н., доц. кафедры общего менеджмента ИУЭФ КФУ.

² ИШТИРЯКОВА Лейсан Хабировна (Leysan.Ishtiryakova@tatar.ru), к.э.н., ст.н.с.

В 2023 году экономическое развитие нашей страны развивалось под влиянием огромного количества санкций. Сформировалась новая структура промышленности за счет импортозамещения. Успешные проекты можно наблюдать в авиационной, вертолетной, химической, деревообрабатывающих, целлюлозно-бумажной промышленности, металлургии и фармацевтике, в ИТ-технологиях. Активизировалось отечественное машиностроение. Продолжали формироваться новые логистические цепочки, которые меняют маршруты движения эскорта и импорта товаров. Начал развиваться внутренний туризм, чему способствовали факторы внешней и внутренней среды. Мировые тенденции, курсы валют, повышенная процентная ставка на кредит и цена на нефть достаточно сильно влияют на экономическое развитие. В связи с вышеперечисленными факторами, которые влияют на экономическое развитие нашей страны, наметился ряд проблем: сложное развитие новых производств, нацеленных на локальные рынки; дефицит квалифицированных рабочих и специалистов; высокая ставка по кредитам; повышение налогового бремени.

Проведем математическое моделирование основных макропоказателей на 2024 год для формирования объективной экономической картины. Представим прогноз основных макроэкономических показателей по РФ. Анализировались следующие показатели: валовый внутренний продукт (ВВП), ставка рефинансирования ЦБ, индексы потребительских цен на продовольственные товары, среднемесячная номинальная начисленная заработка плата, количество занятых в экономике, стоимость основных производственных фондов (ОПФ).

Графическая иллюстрация изменения ВВП представлена на рис. 1. Как видно из данной модели, ВВП имеет линейную зависимость. При продлении тенденций изменений на один период, данный показатель немного снижается.

Используя корреляционно-регрессионный метод прогнозирования, мы получили расчетный показатель ВВП на 2024 год – 134953,1 млрд. руб. Для построения регрессионного уравнения анализировались показатели за 1994-2023 годы (см. приложение 1).

Прогнозирование ВВП в динамике

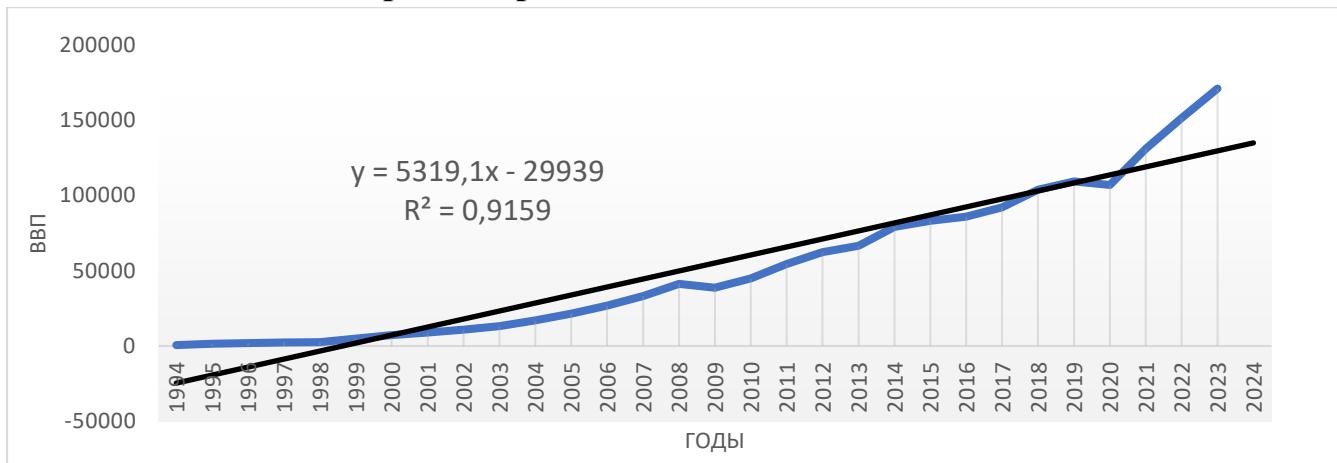


Рис. 1

Следующий показатель – ставка рефинансирования. Его графическая иллюстрация представлена на рис. 2. Как видно из данной модели, ставка рефинансирования имеет экспоненциальную зависимость. При продлении тенденций изменений на один период, данный показатель снижается. Поскольку данный показатель регулируется ЦБ РФ, то расчетный показатель 3,78% является лишь математическим результатом. Расчетный показатель мы получили тем же методом – корреляционно-регрессионным анализом. Для расчета были использованы данные за 1992-2023 годы (см. приложение 2).

На наш взгляд, ставка рефинансирования в перспективе не будет снижаться значительно, поэтому метод скользящей средней, используемый по тем же данным, что и для корреляционно-регрессионного анализа (с интервалом равным 3) показал более логичный результат, а именно – 9,02%. В целях снижения инфляции Центральный Банк РФ повысил ключевую ставку повысила до 19% 13 сентября 2024 года. Такое повышение достаточно сильно будет влиять на стоимость кредитов, а это в свою очередь повлечет повышение цен на товары и услуги. В нашем расчете ключевая ставка низкая, поскольку не учитывает данные за 2024 год.

Прогнозирование ставки рефинансирования в динамике

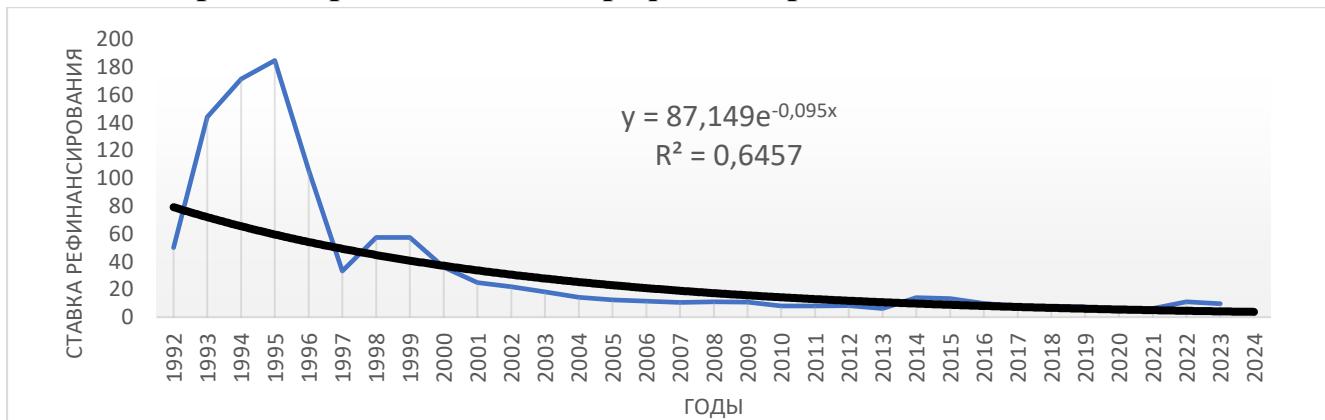


Рис. 2

Графическая иллюстрация изменения индекса потребительских цен на продовольственные товары представлена на рис. 3. Как видно из данной модели, индекс потребительских цен на продовольственные товары имеет степенную зависимость. При продлении тенденций изменений на один период, данный показатель снижается. Поскольку данный показатель зависит от ставки рефинансирования, от экономического роста, от политики ЦБ РФ, то расчетный показатель (95,33%) будет не реальным. Расчетный показатель мы получили методом корреляционно-регрессионного анализа. С нашей точки зрения, здесь уместнее использовать метод скользящей средней и наш прогноз – 109,04%. Для расчета были использованы данные за 1994-2023 годы (см. приложение 1).

Прогнозирование индекса потребительских цен на продовольственные товары в динамике

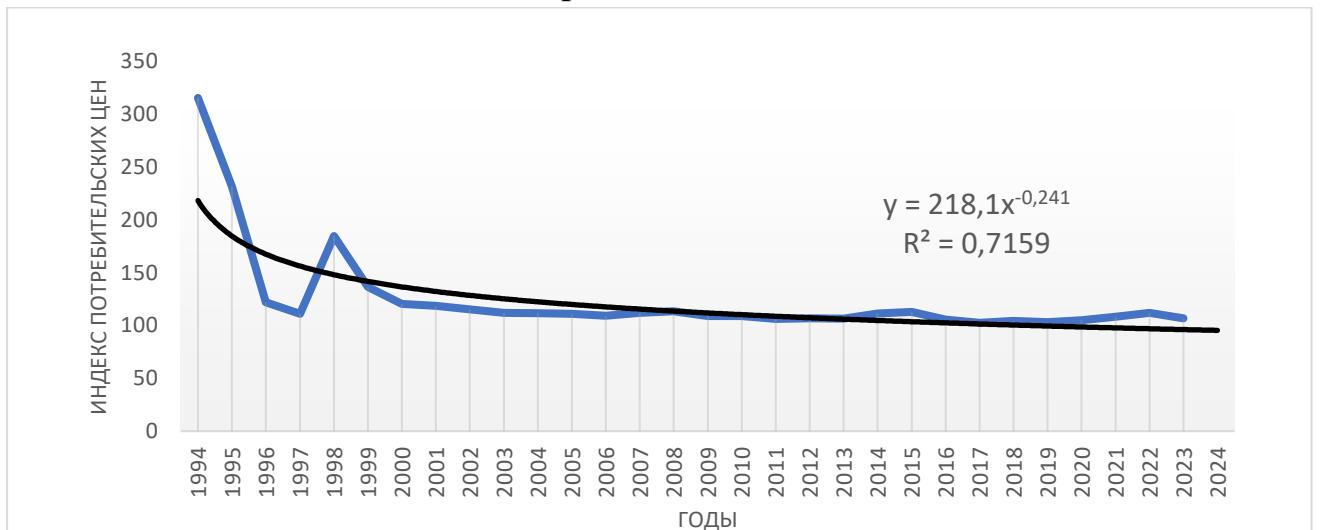


Рис. 3

Графическая иллюстрация изменения среднемесячной номинальной начисленной заработной платы представлена на рис. 4. Как видно из данной модели, среднемесячная номинальная начисленная заработная плата имеет линейную зависимость. При продлении тенденций изменений на один период, данный показатель снижается. Расчетный показатель мы получили методом корреляционно-регрессионного анализа. Для расчета были использованы данные за 1992-2023 годы (см. приложение 3). Таким образом, наш прогноз на 2024 год – 56637,9 руб.

Прогнозирование среднемесячной номинальной начисленной заработной платы

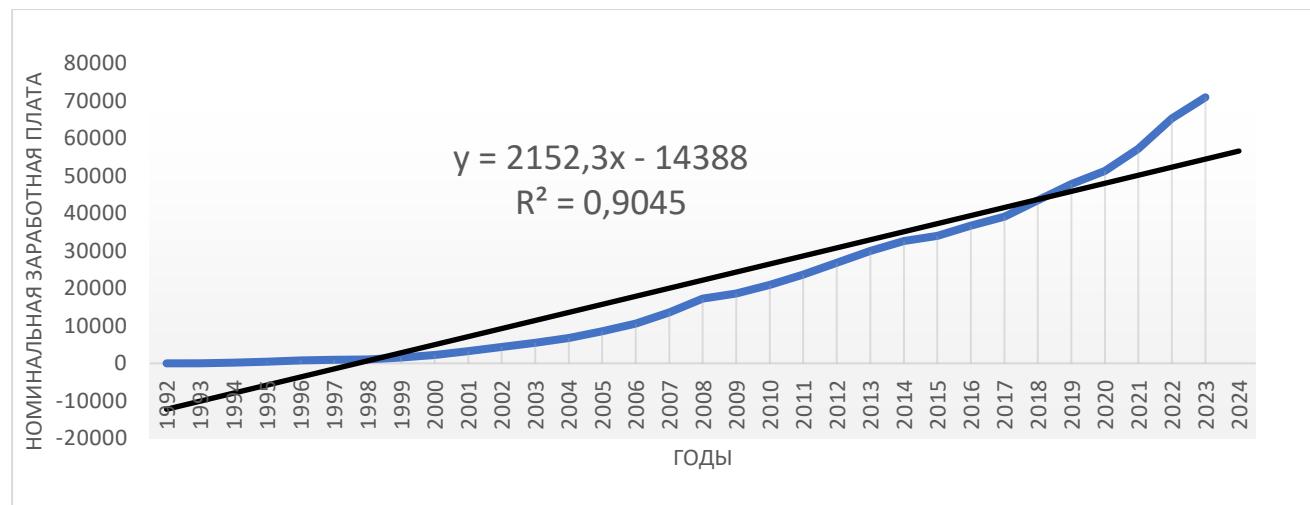


Рис. 4

Графическая иллюстрация изменения численности занятых в экономике представлена на рис. 5. Как видно из данной модели, численность занятых в экономике имеет линейную зависимость. При продлении тенденций изменений на один период, данный показатель повышается. Расчетный показатель мы получили методом корреляционно-регрессионного анализа. Для расчета были использованы данные за 1992-2023 годы (см. приложение 3).

Таким образом, наш прогноз на 2024 год – 74251,5 тыс. чел. Данные на наш взгляд завышенные. Воспроизводство населения не может иметь такие темпы роста. Поэтому мы прогнозировали данный показатель методом скользящей средней и получили прогноз на уровне 73566,67 тыс. чел.

Прогнозирование количества занятых в экономике

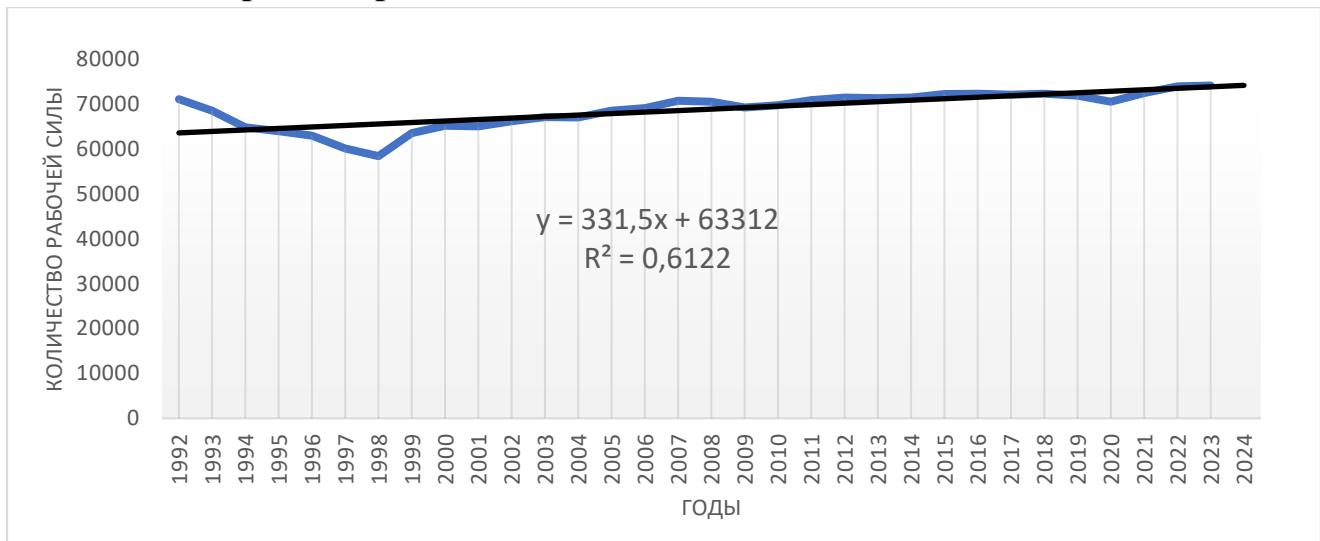


Рис. 5

Графическая иллюстрация изменения основных производственных фондов (ОПФ) представлена на рис. 6. Как видно из данной модели, основные производственные фонды имеет линейную зависимость. При продлении тенденций изменений на один период, данный показатель немного снижается. Расчетный показатель мы получили методом корреляционно-регрессионного анализа. Для расчета были использованы данные за 1992-2023 годы (см. приложение 2). Таким образом, наш прогноз на 2024 год – 341346 млрд. руб. Данные на наш взгляд заниженные. Поэтому мы прогнозировали данный показатель методом скользящей средней и получили прогноз на уровне 445417 млрд. руб.

Прогнозирование основных производственных фондов в экономике

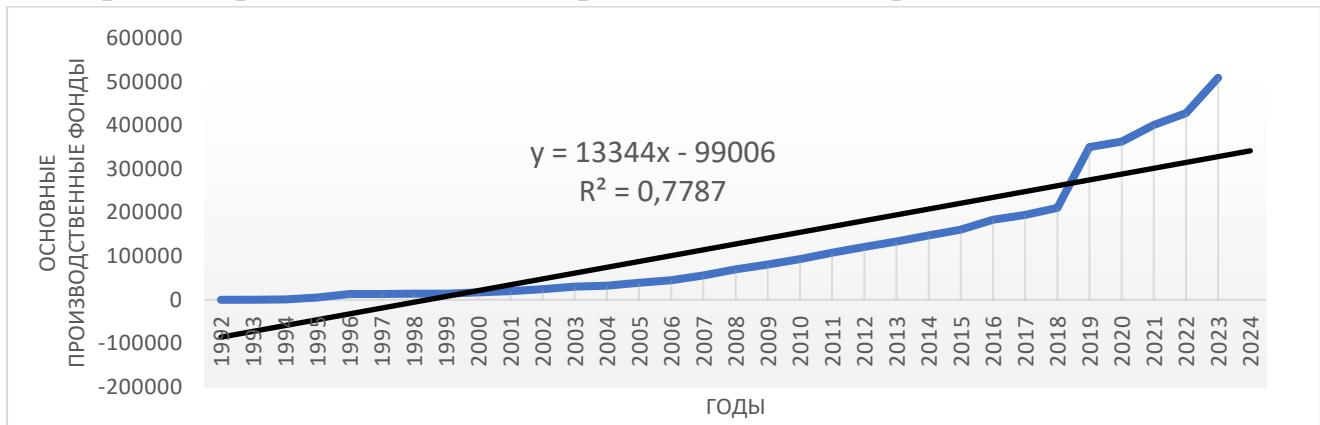


Рис. 6

Общие выводы

В целом математический прогноз основных макроэкономических показателей свидетельствует о незначительном снижении по расчетам. При снижении валового внутреннего продукта, ставка рефинансирования незначительно снижается, индекс потребительских цен увеличивается, среднемесячная номинальная начисленная заработка плата незначительно уменьшается, количество занятых в экономике незначительно снижаются, основные производственные фонды уменьшаются с небольшим темпом.

Для формирования более объективной реальности необходимо рассмотреть прогнозы мировых и российских экспертов.

Всемирный банк прогнозирует повышение ВВП России в 2024 году до 2,9%. Международный валютный фонд дает прогноз по ВВП России – увеличение 3,2% в 2024 году. Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) прогноз по ВВП России на 2024 год – снижение на 2,6%.

Министерство Экономического развития РФ прогнозирует в 2024 году увеличение на 2,8%.

Для российской экономики в 2024 сохраняются следующие проблемы: дефицит как высококвалифицированных и низкоквалифицированных кадров, высокая инфляция, возможно введение вторичных санкций, неэффективность инвестиций, повышение налогового бремени.

Центральный банк разрабатывает основные меры по урегулированию инфляции, ключевая ставка остается очень высокой.

Проблему дефицита кадров можно решать несколькими способами: цифровые системы позволяют нанимать персонал в гибкой форме и получать образование в дистанционной форме. Также можно готовить персонал без опыта работы под специфические потребности предприятия. Классическими способами мотивации сотрудников остаются возможность получать достойную заработную плату, возможность карьерного роста, формирование сильной корпоративной культуры, бонусы для семей сотрудников.

Введение вторичных санкций в экономику страны усилить импортозамещение и увеличит количество новых товаров в экономической системе. Возможно изменение в логистических цепочках для вывоза экспортных товаров за рубеж.

Неэффективность инвестиций имеет положительный эффект для экономики, поскольку инвестиции вкладываются в низкорентабельные отрасли, что выравнивает экономику страны.

Повышение налогового бремени будет не простой задачей для экономики России. Это с одной стороны повысит доходы в бюджет Российской Федерации, с другой стороны это повлияет на повышение цен и инфляции.

Список литературы

1. Российский статистический ежегодник. 2023: Стат.сб./Росстат. – М., 2023 – 701 с.
2. Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации // https://www.cbr.ru/hd_base/KeyRate/
3. Всемирный банк повысил прогноз роста российской экономики в 2024 и 2025 годах // <https://www.forbes.ru/finansy/514523-vsemirnyj-bank-povysil-prognoz-rosta-rossijskoj-ekonomiki-v-2024-i-2025-godah?ysclid=lxn04y89q5551666882>
4. МВФ улучшил прогноз по росту ВВП России на 2024-2025 годы // <https://ria.ru/20240416/vvp-1940421870.html>
5. ОЭСР улучшила прогноз для экономики России // <https://www.rbc.ru/economics/02/05/2024/66338d0f9a7947f03f97e4cd?ysclid=lxn0cy7lqi290565092>
6. Минэкономразвития повысило прогноз роста ВВП РФ в 2024 году до 2,8% // <https://www.interfax.ru/business/957336>
7. Стратегии преодоления дефицита квалифицированных кадров // <https://deloros.spb.ru/press/strategii-preodoleniya-deficita-kvalificirovannyh-kadrov/>
8. Как бороться с дефицитом кадров на рынке труда // https://corporate.skyeng.ru/blog/deficit_of_personnel
9. Сафиуллин М.Р., Зайнуллина М.Р. Разработка модели развития Республики Татарстан. Казань, 2015.
10. Зайнуллина М.Р., Иштиякова Л.Х. Прогноз основных макроэкономических показателей на 2022 год Республики Татарстан // Электронный экономический вестник Татарстана. 2022. № 4. С.4-14.
11. Зайнуллина М.Р., Иштиякова Л.Х. Прогноз основных макроэкономических показателей на 2021 год Российской Федерации // Электронный экономический вестник Татарстана. 2021. № 3. С.4-15.

12. Сафиуллин М.Р., Мингазова Ю.Г., Иштиякова Л.Х. Итоги социально-экономического развития Республики Татарстан и Российской Федерации в 2017 году в контексте мировых тенденций. Часть 2. Оценка экономической эффективности // Экономический вестник Республики Татарстан. 2018. № 3. С. 5-14.
13. Сафиуллин М.Р., Мингазова Ю.Г., Иштиякова Л.Х. О некоторых аспектах социально-экономического развития Республики Татарстан и Российской Федерации в 2017 году в контексте тенденций последних лет с учетом общемировых трендов. Часть 2. Социальная сфера. // Электронный экономический вестник Татарстана. 2018. № 2. С. 4-26.
14. Савеличев М.В. Основные тенденции социально-экономического развития Республики Татарстан в 2016 году // Электронный экономический вестник Татарстана. 2016. № 4. С. 5-9.
15. Савеличев М.В. Макроэкономический прогноз и глобальные тенденции развития // Научные труды Центра перспективных экономических исследований. 2016. № 10. С. 6-18.

Приложение 1

Данные по ВВП и индексу цен за 1994-2023 годы и прогноз на 2024 год

Период	ВВП (млрд. руб.)	Прогноз (метод скользящей средней)	Индекс цен (в процентах)	Прогноз (метод скользящей средней)
1994	611		315,1	
1995	1429	#Н/Д	231,3	#Н/Д
1996	2008	#Н/Д	121,8	#Н/Д
1997	2343	1349	111	222,7333
1998	2630	1926	184,4	154,7
1999	4823	2327	136,5	139,0667
2000	7306	3265	120,2	143,9667
2001	8944	4919	118,6	147,0333
2002	10819	7024	115,1	125,1
2003	13208	9023	112	117,9667
2004	17027	10990	111,7	115,2333
2005	21610	13685	110,9	112,9333
2006	26917	17282	109	111,5333
2007	33248	21851	111,9	110,5333
2008	41277	27258	113,3	110,6
2009	38786	33814	108,8	111,4
2010	44939	37770	108,8	111,3333
2011	54369	41667	106,1	110,3
2012	62357	46032	106,6	107,9
2013	66689	53888	106,5	107,1667
2014	79058	61138	111,4	106,4
2015	83094	69368	112,9	108,1667
2016	86014	76281	105,4	110,2667
2017	92101	82722	102,5	109,9
2018	103876	87070	104,3	106,9333
2019	109242	93997	103	104,0667
2020	106967	101740	104,9	103,2667
2021	131015	106695	108,39	104,0667
2022	151455,6	115741	111,94	105,43
2023	171041	129813	106,8	108,41
2024		151171		109,0433

Приложение 2

**Данные по ссудному проценту и стоимости ОПФ за 1992-2023 годы
и прогноз на 2024 год**

Период	Ссудный процент, процент	Прогноз (метод скользящей средней)	Стоимость ОПФ (млрд. руб.)	Прогноз (метод скользящей средней)
1992	50		14	
1993	144,3	#Н/Д	49	#Н/Д
1994	171,7	#Н/Д	1199	#Н/Д
1995	185	121,9841	5229	420539
1996	106	166,9841	13105	2158832
1997	33,17	154,2222	13324	6510695
1998	57,5	108,0556	14169	10552622
1999	57,5	65,55556	14272	13532743
2000	36	49,38889	16760	13921733
2001	25	50,33333	20109	15066862
2002	22	39,5	24553	17046948
2003	18,3	27,66667	30449	20474170
2004	14,3	21,77778	32385	25037074
2005	12,5	18,22222	39114	29128844
2006	11,5	15,05556	45058	33982490
2007	10,5	12,77778	56194	38852423
2008	11,1	11,5	69688	46788716
2009	10,8	11,02381	80463	56979928
2010	8,125	10,78139	93186	68781464
2011	8	9,989719	108001	81112165
2012	8,25	8,965909	121269	93883276
2013	6,25	8,125	133522	107485286
2014	14	7,5	147430	120930749
2015	13,3	9,5	160725	134073552
2016	10	11,18333	183404	147225639
2017	7,75	12,43333	194649	163852870
2018	7,75	10,35	210941	179592806
2019	7,3	8,5	349731	196331227
2020	4,25	7,6	362192	251773698
2021	6,32	6,433333	400243	307621093
2022	11	5,956667	427401	370722052
2023	9,75	7,19	508608	396612133
2024		9,023333		445417450

Приложение 3

**Данные по заработной плате и количеству рабочей силы за 1992-2023 годы
и прогноз на 2024 год**

Период	Заработка плата (руб.)	Прогноз (метод скользящей средней)	Количество рабочей силы (тыс. чел.)	Прогноз (метод скользящей средней)
1992	6		71171	
1993	58,7	#Н/Д	68565	#Н/Д
1994	220,4	#Н/Д	64858	#Н/Д
1995	472,4	95,03333	64055	68198
1996	790,2	250,5	63000	65826
1997	950,2	494,33333	60208	63971
1998	1051,5	737,6	58464	62421
1999	1522,6	930,63333	63633	60557,33
2000	2223,4	1174,767	65273	60768,33
2001	3240,4	1599,167	65124	62456,67
2002	4360,3	2328,8	66266	64676,67
2003	5498,5	3274,7	67152	65554,33
2004	6739,5	4366,4	67134	66180,67
2005	8554,9	5532,767	68603	66850,67
2006	10633,9	6930,967	69157	67629,67
2007	13593,4	8642,767	70814	68298
2008	17290,1	10927,4	70603	69524,67
2009	18637,5	13839,13	69285	70191,33
2010	20952,2	16507	69804	70234
2011	23693	18959,93	70933	69897,33
2012	26822	21094,23	71545	70007,33
2013	29960	23822,4	71391	70760,67
2014	32611	26825	71539	71289,67
2015	34030	29797,67	72324	71491,67
2016	36709	32200,33	72393	71751,33
2017	39167	34450	72142	72085,33
2018	43445	36635,33	72354	72286,33
2019	47867	39773,67	71933	72296,33
2020	51352	43493	70601	72143
2021	57244	47554,67	72500	71629,33
2022	65338	52154,33	74000	71678
2023	70969	57978	74200	72367
2024		64517		73566,67

FORECASTS OF THE MAIN MACROECONOMIC INDICATORS FOR 2024 THE RUSSIAN FEDERATION

**ZAYNULLINA M.,
ISHTIRYAKOVA L.**

This article analyzes and projections of key macroeconomic indicators of the Russian Federation. The main development trends. The recommendations for the development of the economic sphere for the period 2024.

Keywords: Gross regional product. Central Bank refinancing rate. Consumer price indices for food products. Average nominal monthly wages. The number of employed in the economy.

Рецензия на статью

Автор(ы)

Зайнуллина М.Р., Иштирякова Л.Х.

Название статьи: Прогноз основных макроэкономических показателей на 2024 год
Российской Федерации

№	Критерии оценки качества статьи	Да	Нет	Примечание, рекомендация
1 Соответствия статьи				
1.1	Соответствие статьи профилю журнала	да		
1.2	Соответствие названия статьи ее содержанию	да		Название статьи полностью соответствует ее содержанию
1.3	Соответствие аннотации содержанию статьи	да		
2 Актуальность темы				
2.1	Обоснованность актуальности	да		Актуальность темы обусловлена сложившейся экономической ситуацией и является вариантом прогноза на 2024 год.
2.2	Достаточность отражения темы по российским и зарубежным публикациям	да		
3 Научный уровень статьи				
3.1	Анализ состояния проблемы	да		
3.2	Корректность сформулированных проблем и задач	да		
3.3	Обоснованность применяемых методов исследований	да		
3.4	Достоверность выводов	да		
4 Научная новизна				
4.1	Оригинальность результатов	да		
4.2	Соответствие полученных результатов современным достижениям науки	да		
4.3	Наличие спорных положений	да		
5 Научность изложения				
5.1	Научность языка и стиля	да		
5.2	Доступность изложения	да		
5.3	Корректность терминологии	да		
5.4	Обоснованность объема статьи и ее элементов – рисунков, таблиц, библиографии	да		
5.5	Правильность оформления библиографии	да		
6 Оценка статьи				

6.1	Положительные качества	В ходе исследования проанализированы основные виды деятельности за 1994-2023 годы по Российской Федерации. Проведен прогноз на основе метода экстраполяции и метода скользящей средней на 2024 год.
6.2	Отрицательные качества	
6.3	Замечания и предложения	

Рекомендация к опубликованию (нужное подчеркнуть):

- Статья может быть опубликована без научной правки**
- Статья может быть опубликована с небольшими редакционными поправками
- Статья может быть опубликована только после внесения исправлений и дополнений без повторного рецензирования
- Статья нуждается в исправлениях, дополнениях и повторном рецензировании
- Статью публиковать нецелесообразно

Дата: 25.07.2025

ЗАКЛЮЧЕНИЕ: статья принята к публикации

II. ЭКОНОМИКА ДОВЕРИЯ

ВАЖНЕЙШИЕ ПОДХОДЫ К ПОНИМАНИЮ АСТРОТУРФИНГА

А.Р.Бурганов

Казанский (Приволжский) федеральный университет³

Для цитирования: Бурганов А.Р. Важнейшие подходы к пониманию астротурфинга // Электронный экономический вестник Татарстана. 2025. Т. 2. С. 19–25.

Современные возможности сети Интернет и социальных сетей позволяют за считанные минуты «создать» или практически «разрушить» цифровую репутацию или цифровое доверие индивида или организации. «Астротурфинг», как инструмент целенаправленного деструктивного воздействия на репутацию и доверие, манипуляции общественным мнением, становится все более значимым явлением современной экономики и общества. Представляется необходимым разобраться в его сущности, для этой цели в данной статье предпринята попытка систематизировать ключевые компоненты явления «астрофуринг», выявить важнейшие подходы к его пониманию в научном сообществе.

Ключевые слова: астротурфинг, защита от дезинформации, цифровая репутация, цифровое доверие

В настоящее время исследователи продолжают изучение все растущего влияния социальных сетей, Интернета на экономику и общество [1], особенностей и механизмов формирования цифрового доверия и репутации [3], [6], создания общественного мнения. Цифровые инструменты с одной стороны - позволяют повысить вовлеченность пользователей [4], активность населения для разработки программ и инициатив [5], в которых учитывается мнение большинства, молниеносно донести информацию до широких слоев населения, однако с другой стороны – являются источником серьезных угроз за счет

³ БУРГАНОВ Айрат Рафисович (airatbur093@gmail.com), аспирант

возможностей манипуляции общественным мнением и созданием сфабрикованного «мнения большинства» («астротурфинг»).

Многие авторы определяют астротурфинг как поддельные массовые кампании, которые используют информацию для манипулирования аудиторией в интересах организаций, стоящих за этими компаниями. [14]; [26]. Астротурферы [24] имитируют общественную поддержку или неприятие определенного лидера или мнения, например, общественную поддержку законопроекта, чтобы частные компании могли создать иллюзию общественной поддержки своего дела. Скрывая автора сообщения, астротурферы распространяют недостоверную информацию и подрывают демократические ценности и плюрализм [20]. В то время как исследователи в области коммуникационных наук и политологии определили это явление и провели тематические исследования, исследователи в области инженерии в последнее время стремятся создать новые методы обнаружения, такие как контент-анализ, методы идентификации отдельных лиц или организованных групп [24], лингвистический анализ и машинное обучение [22]. Эмпирические исследования также показали конкретные случаи, когда кампании по астротурфингу имели разный уровень успеха из-за важности контекста ([9], [16], [20]).

В продолжение [2] своего исследования в данной статье была предпринята попытка систематизации основных подходов к пониманию явления «астротурфинг» и его ключевых компонентов (таблица 1 ниже).

Таблица 1
Важнейшие подходы к пониманию «астротурфинга»

Ключевые компоненты определения

Авторы	Инструмент поляризации общественного мнения, генерации ложных данных	Ложное мнение срежиссировано так, как будто исходит от рядовых участников	Искусственная пропаганда, намеренный обман, манипуляция	Продвижение своих интересов или интересов спонсора кампании	Скоординированные кампании, поддерживающие определенную повестку, цель	Создание впечатления, что большое количество людей поддерживают какое-то мнение	Применение возможностей социальных сетей и Интернета
Леон Т., Максвелл Дж.		+		+	+		
Макнэт Дж., Боланд К.	+	+	+				+

Раткиевич Дж., Коновер М.							
Чо К., Мартенс М.		+		+			
Чан Дж., Карпентер Ф.	+	+			+		+
Шилль Д.		+	+				
Пенг Дж., Детчон С.			+			+	+
Калягин В., Пардалос П., Прокорьев О., Уткина И.		+	+	+	+		+
Келлер Ф.			+			+	+
Кович М.		+	+	+		+	+
Facebook	+		+		+		+
Махбуб С., Пердеде Э.				+	+	+	
Зикиене С.		+	+		+	+	
Зербак Т.	+	+	+	+	+		
Литс Б.	+	+		+	+		+
Чан Дж.		+	+			+	
А.Гарсия	+	+		+		+	
Чамел В.		+		+	+	+	+
Чарбонне Д.		+		+	+	+	+
Байестерос Л.	+	+	+	+	+	+	+
Шлер Дж., Бончек Э.		+		+	+	+	+

Источник: систематизировано автором на основании [7-27].

На основании своего теоретического исследования нам удалось выявить следующее: большинство авторов считают, что явление «астротурфинга» включает в себя следующие компоненты: «ложное мнение срежиссировано так, как будто оно исходит органично от рядовых участников», «продвижение своих интересов спонсора кампании», «скоординированные кампании, поддерживающие определенную повестку, цель», «создание впечатления, что большое количество людей поддерживает какое-то мнение». Практически все авторы при этом отмечают применение астротурферами социальных сетей и Интернета, которые и позволяют добиться «массовости», «проникновения» с помощью создания ботов или ложных аккаунтов.

Важно отметить, что многие авторы изучают явление и его возможное влияние на политику и общество. «Астротурфинг» позволяет создать необходимое для организатора мнения как «положительное», так и «отрицательное», то есть «астротурфинг» не нужно рассматривать исключительно как инструмент создания «негативного мнения». Существует

множество хрестоматийных примеров, где доказано размещение множества положительных отзывов на продукт или услуги с помощью «фабирки троллей». Поэтому не удивительно, что авторы стремятся найти и предложить наиболее эффективные методы обнаружения астротурфинга. Некоторые авторы фокусируют свое внимание на «коммерческих возможностях» и «экономическом эффекте» астротурфинга. Все эти направления развиваются параллельно, дополняют друг друга и стимулируют дальнейшую научную дискуссию.

Список литературы

1. Бурганов, Р. Т. Цифровизация и ее влияние на экономику региона / Р. Т. Бурганов // Электронный экономический вестник Татарстана. – 2022. – № 2. – С. 42-48. – EDN HIUHDA.
2. Бурганов, А. Р. Эволюция научного определения астротурфинга / А. Р. Бурганов, А. Р. Бурганова // Электронный экономический вестник Татарстана. – 2023. – № 4. – С. 29-38. – EDN EFQORX.
3. Ельшин, Л. А. Эмпирическая оценка влияния деловой активности на репутационный капитал региона / Л. А. Ельшин, Р. Т. Бурганов, А. А. Абдукаева // Региональная экономика: теория и практика. – 2022. – Т. 20, № 1(496). – С. 111-130. – DOI 10.24891/re.20.1.111. – EDN DPHNAN.
4. Сафиуллин, М. Р. Краудсорсинг как цифровая технология в сфере управления / М. Р. Сафиуллин, Р. Т. Бурганов, А. Р. Бурганова // Международный форум KAZAN DIGITAL WEEK – 2021: Сборник материалов, Казань, 21–24 сентября 2021 года. Том Часть 1. – Казань: ГБУ «НЦБЖД», 2021. – С. 244-248. – EDN DXFFUH.
5. Сафиуллин, М. Р. Краудсорсинг как новый драйвер цифровой экономики и инструмент гармонизации интересов участников / М. Р. Сафиуллин, Р. Т. Бурганов, А. Р. Бурганова // Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. – 2022. – Т. 38, № 1. – С. 85-112. – DOI 10.21638/spbu05.2022.104. – EDN UZCVOW.
6. Сафиуллин, М. Р. Репутация как один из драйверов развития территории / М. Р. Сафиуллин, Х. А. Павлова // Электронный экономический вестник Татарстана. – 2022. – № 1. – С. 15-19. – EDN WOCKHQ.
7. Arce Garcia, Sergio & Said Hung, Elias & Mottareale, Daria. (2022). Astroturfing as a strategy for manipulating public opinion on Twitter during the

pandemic in Spain. *El Profesional de la Informacion.* 31. 1699-2407. 10.3145/epi.2022.may.10.

8. Ballesteros-Aguayo L., Colussi J. y García-Estévez N. (2023). Estrategias de astroturfing en las publicaciones de Tik Tok: el caso de la Ley Trans España . *Historia y Comunicación Social*, 28(2), 267-278. <https://doi.org/10.5209/hics.92238>

9. Chan, J. (2022). Online astroturfing: A problem beyond disinformation. *Philosophy & Social Criticism*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/01914537221108467>

10. Charbonneau, D.H., Hawamdeh, S., Oltmann, S.M., Winberry, J., Yeon, J. and Zalot, A. (2023), Challenging Book Challenges: Understanding the Background, Examining “Astroturfing” as a Current Political Strategy, and Finding Ways Forward. *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*, 60: 755-757. <https://doi.org/10.1002/pra2.854>

11. Cho, C.H., Martens, M.L., Kim, H. et al. Astroturfing Global Warming: It Isn't Always Greener on the Other Side of the Fence. *J Bus Ethics* 104, 571–587 (2011). <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0950-6>

12. Chomel, V., Panahi, M., Chavalarias, D. (2023). Manipulation During the French Presidential Campaign: Coordinated Inauthentic Behaviors and Astroturfing Analysis on Text and Images. In: Cherifi, H., Mantegna, R.N., Rocha, L.M., Cherifi, C., Miccichè, S. (eds) Complex Networks and Their Applications XI. COMPLEX NETWORKS 2016 2022. Studies in Computational Intelligence, vol 1077. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-21127-0_11

13. Douek, Evelyn, Governing Online Speech: From 'Posts-As-Trumps' to Proportionality and Probability (August 23, 2020). 121 COLUM. L. REV. 759 (2021), Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3679607> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3679607>

14. Henrie, K.M.; Gilde, C. An Examination of the Impact of Astroturfing on Nationalism: A Persuasion Knowledge Perspective. *Soc. Sci.* 2019, 8, 38. <https://doi.org/10.3390/socsci8020038>

15. Jacob Ratkiewicz, Michael Conover, Mark Meiss, Bruno Gonçalves, Snehal Patil, Alessandro Flammini, and Filippo Menczer. 2011. Truthy: mapping the spread of astroturf in microblog streams. In *Proceedings of the 20th international conference companion on World wide web (WWW '11)*. Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, 249–252. <https://doi.org/10.1145/1963192.1963301>

16. Keller, F., Schoch, D., Stier, S., & Yang, J. (2017). How to Manipulate Social Media: Analyzing Political Astroturfing Using Ground Truth Data from South

Korea. Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media, 11(1), 564-567. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v11i1.14941>

17. Kovic, Marko & Rauchfleisch, Adrian & Sele, Marc & Caspar, Christian. (2018). Digital astroturfing in politics: Definition, typology, and countermeasures. *Studies in Communication Sciences*. 18. 69-85. 10.24434/j.scoms.2018.01.005.

18. Kostyakova, N., Karpov, I., Makarov, I., Zhukov, L.E. (2018). Commercial Astroturfing Detection in Social Networks. In: Kalyagin, V., Pardalos, P., Prokopyev, O., Utkina, I. (eds) Computational Aspects and Applications in Large-Scale Networks. NET 2016. Springer Proceedings in Mathematics & Statistics, vol 247. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-96247-4_23

19. Kuanchin Chen, Li-Chen Cheng, Mei-Yun Ye, Jenq-Haur Wang, A graph neural network approach to detect original review spammers of astroturfing campaigns, *Electronic Commerce Research and Applications*, Volume 62, 2023, 101326, ISSN 1567-4223, <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2023.101326>. (<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1567422323000911>)

20. Lits, B. (2020). Detecting astroturf lobbying movements. *Communication and the Public*, 5(3-4), 164-177. <https://doi.org/10.1177/2057047320969435>

21. Lyon, Thomas & Maxwell, John. (2004). Astroturf: Interest Group Lobbying and Corporate Strategy. *Journal of Economics & Management Strategy*. 13. 561-597. 10.1111/j.1430-9134.2004.00023.x.

22. Mahbub, Syed & Pardede, Eric & Kayes, A. S. M. & Rahayu, Wenny. (2019). Controlling astroturfing on the internet: A survey on detection techniques and research challenges. *International Journal of Web and Grid Services*. 15. 139-158. 10.1504/IJWGS.2019.099561.

23. McNutt, John & Boland, Katherine. (2007). Astroturf, Technology and the Future of Community Mobilization: Implications for Nonprofit Theory. *The Journal of Sociology & Social Welfare*. 34. 165-178. 10.15453/0191-5096.3278.

24. Peng J, Detchon S, Choo K-KR, Ashman H. Astroturfing detection in social media: a binary n-gram-based approach. *Concurrency Computat: Pract Exper.* 2017; 29: e4013. <https://doi.org/10.1002/cpe.4013>

25. Schill, Dan. 2014. “Astroturfing.” In *Encyclopedia of Social Media and Politics*, edited by Kerric Harvey, 383-385. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781452244723.n30>

26. Schler, J.; Bonchek-Dokow, E. Profiling Astroturfers on Facebook: A Complete Framework for Labeling, Feature Extraction, and Classification. *Mach. Learn. Knowl. Extr.* 2024, 6, 2183-2200. <https://doi.org/10.3390/make60401084>
 27. Zerback, Thomas & Toepfl, Florian & Knöpfle, Maria. (2020). The disconcerting potential of online disinformation: Persuasive effects of astroturfing comments and three strategies for inoculation against them. *New Media & Society*. 23. 10.1177/1461444820908530.
 28. Zhang, J. & Carpenter, Darrell & Ko, M.. (2013). Online astroturfing: A theoretical perspective. 19th Americas Conference on Information Systems, AMCIS 2013 - Hyperconnected World: Anything, Anywhere, Anytime. 4. 2559-2565.
 29. Zickiene Skaidrė. 2019. "Grassroots Activism and Sustainable Development." In *Encyclopedia of Sustainability in Higher Education*, 1-10. Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-63951-2_281-2
-

KEY APPROACHES TO UNDERSTANDING ASTROTURFING

BURGANOV A.

Modern Internet and social media capabilities make it possible to "create" or practically "destroy" a digital reputation or digital trust of a person or organization in a matter of minutes. "Astroturfing", as a tool of purposeful destructive impact on reputation and trust, manipulation of public opinion, is becoming an increasingly significant phenomenon of modern economy and society. It seems necessary to understand its essence, for this purpose, this article attempts to systematize the key components of the phenomenon of "astroturfing", to identify the most important approaches to its understanding in the scientific community.

Keywords: astroturfing, disinformation security, digital reputation, digital trust

Рецензия на статью

Автор(ы) Бурганов Айрат Рафисович

Название статьи: Важнейшие подходы к пониманию астротурфинга

№	Критерии оценки качества статьи	Да	Нет	Примечание, рекомендация
1	Соответствия статьи			
1.1	Соответствие статьи профилю журнала	да		
1.2	Соответствие названия статьи ее содержанию	да		
1.3	Соответствие аннотации содержанию статьи	да		
2	Актуальность темы			
2.1	Обоснованность актуальности	да		Стремительное развитие технологий коллективной деятельности, социальных сетей и Интернета открывают уникальные возможности с одной стороны, однако с другой стороны - появляются инструменты для создания не объективного, а ложного мнения, выдаваемого за мнение большинства, с помощью создания лже-аккаунтов для достижения поставленной цели. «Астротурфинг», как инструмент целенаправленного деструктивного воздействия на репутацию и доверие, манипуляции общественным мнением, становится все более значимым явлением современной экономики и общества. Представляется необходимым разобраться в его сущности, для этой цели в данной статье предпринята попытка систематизировать ключевые компоненты явления «астрофуринг», выявить важнейшие подходы к его пониманию в научном сообществе.
2.2	Достаточность отражения темы по российским и зарубежным публикациям	да		В списке отражены научные труды российских и зарубежных ученых по тематике.
3	Научный уровень статьи			
3.1	Анализ состояния проблемы	да		
3.2	Корректность сформулированных проблем и задач	да		
3.3	Обоснованность применяемых методов исследований	да		
3.4	Достоверность выводов	да		
4	Научная новизна			
4.1	Оригинальность результатов	да		
4.2	Соответствие полученных результатов современным достижениям науки	да		
4.3	Наличие спорных положений		Нет	
5	Научность изложения			
5.1	Научность языка и стиля	да		

5.2	Доступность изложения	да		
5.3	Корректность терминологии	да		
5.4	Обоснованность объема статьи и ее элементов – рисунков, таблиц, библиографии	да		
5.5	Правильность оформления библиографии	да		
6	Оценка статьи			
6.1	Положительные качества	Статья написана на актуальную тему, научным языком. Предметом исследования является выявление основных подходов к научному определению астротурфинга в отечественной и зарубежной научной литературе. Работа по подготовке статьи состояла из нескольких этапов: изучение трудов (статей), анализ подходов к определению данного явления, выявление ключевых структурных компонентов явления, определения наиболее значимых во всех трактовках. Плюс этой работы заключается в том, что автором проделана работа для систематизации наиболее значимых работ. Текст статьи выстроен с соблюдением внутренней логики.		
6.2	Отрицательные качества	-		
6.3	Замечания и предложения	Рекомендуем авторам продолжить изучение данной темы.		

Рекомендация к опубликованию (нужное подчеркнуть):

- Статья может быть опубликована без научной правки**
- Статья может быть опубликована с небольшими редакционными поправками
- Статья может быть опубликована только после внесения исправлений и дополнений без повторного рецензирования
- Статья нуждается в исправлениях, дополнениях и повторном рецензировании
- Статью публиковать нецелесообразно

Дата: 23.10.2024

ЗАКЛЮЧЕНИЕ: статья принята к публикации

РЕПУТАЦИЯ КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АКТИВ: ВЛИЯНИЕ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ БИЗНЕСА В ЭПОХУ ЦИФРОВЫХ ИННОВАЦИЙ

Д.Р.Курбангалиева, А.Р.Сафина⁴

Казанский (Приволжский) федеральный университет

Для цитирования: Курбангалиева Д.Р., Сафина А.Р. Репутация как стратегический актив: влияние на эффективность бизнеса в эпоху цифровых инноваций // Электронный экономический вестник Татарстана. 2025. Т. 2. С. 28–36.

Репутация выступает в роли буфера в условиях рыночной нестабильности, позволяя компаниям удерживать клиентов и снижать риски. Особое внимание уделяется анализу компаний промышленной отрасли – как одного из драйверов экономики, на примере ПАО «Лукойл» и ООО «Сибур». В работе предпринята попытка количественно оценить взаимосвязь внутренних, внешних и репутационного факторов на выручку.

Ключевые слова: репутация, стратегический актив, финансовая эффективность, цифровые инновации.

Репутация организаций в современном бизнесе становится важным стратегическим активом, способным значительно влиять на их финансовые результаты. В условиях цифровых инноваций, когда информация распространяется мгновенно, репутация может стать решающим фактором конкурентоспособности. Исследования показывают, что компании с высокой репутацией имеют более устойчивые позиции на рынке и способны привлекать больше клиентов, как отмечал Сафиуллин М.Р. в одной из своих работ [9].

⁴ Курбангалиева Динара Ленаровна (dhasanova@list.ru), к.э.н., старший преподаватель кафедры общего менеджмента, Казанский (Приволжский) федеральный университет; Сафина Алина Рустемовна (1scaura4@mail.ru), студентка 4 курса бакалавриата, Казанский (Приволжский) федеральный университет

Безусловно, мы не первые и не последние решили подробно изучить влияние репутации на эффективность компаний и организаций на примере организаций нашей страны. С прошлого века известный Филипп Котлер занимался данным вопросом и подчеркивал, что «репутация формирует доверие потребителей и влияет на их выбор» [14]. Также его американский коллега Чарльз Фомбрун позже, в конце 20 века, отмечал влияние положительной сильной репутации на нематериальные активы, а точнее на бренд компании и человека, лояльности клиентов [13].

Ранее мы проводили исследования, изучали влияние репутации на организации в оффлайн ритейле (на примере мастодонтов данной отрасли: «Пятерочка», «Магнит», «Лента» и т.д.) и пришли к выводу с помощью метода регрессии, что она существенно влияет на выручку и финансовые показатели организаций в той сфере. Мы решили не останавливаться на одной сфере, а продолжить изучение репутации и ее влияния в нефтяных компаниях РФ. Почему же именно нефтяная отрасль заинтересовала нас? Нам кажется, что это уникальная среда, где репутация имеет власть на восприятие компаний на рынке клиентов, инвесторов и конкурентов.

Чтобы доказать наши догадки и подтвердить прошлые результаты, мы планируем рассмотреть взаимосвязь между результатами деятельности компаний и нематериальными аспектами в комплексе, включая и фактор репутации. Исходя из нашего опыта и работ многих ученых, как внутренние, так и внешние факторы играют решающую роль в успехе бизнеса, именно поэтому стоит учесть все из них при исследовании данной отрасли.

«Текучесть кадров является важным внутренним показателем, который может значительно повлиять на производительность и эффективность работы компании», отмечал Нуркен М.К. [5]. «Высокий уровень текучести часто сигнализирует о наличии проблем внутри организации, таких как недостаточная мотивация сотрудников или неудовлетворительные условия труда», согласно работе Гусевой А.В. [3]. Эти трудности могут негативно отразиться на качестве услуг и продукции, что, в свою очередь, сказывается на финансовых результатах компаний. Понимание внутренних факторов позволяет более эффективно управлять кадровыми ресурсами и создавать продуктивную рабочую среду, способствуя тем самым повышению общей результативности менеджмента организации, как отмечали А. Григорян и Е. Горбатов [2].

Среди внешних факторов особо пристальное внимание стоит уделить цене на нефть в долларах, которая напрямую влияет на доходы нефтяных компаний. Колебания цен могут кардинально изменить финансовые результаты и стратегии бизнеса, и на это могут влиять различные факторы, включая мировую экономику и политическую нестабильность в регионах добычи. Тем не менее репутация компаний не теряет своего весомого значения на финансовые показатели, ведь если репутация высокая, то происходит рост доверия со стороны потребителей и инвесторов, что позитивно сказывается на доходах.

Бренд и общественное мнение считаются важнейшими нематериальными активами, формирующими репутацию компании на данный момент времени. Инвестиции в социальную ответственность становятся все более актуальными для формирования хорошей репутации. Мы видим, как компании, активно занимающиеся социальными инициативами и демонстрирующие приверженность этическим принципам, чаще выигрывают в глазах потребителей, могут привлечь больше инвестиций и доверия. Мы видим, что нематериальные активы укрепляют репутацию и становятся важным фактором влияния на финансовые результаты бизнеса.

Таким образом, внутренние и внешние факторы, наряду с репутацией, выраженной через нематериальные активы, составляют важнейшие ключевые элементы для понимания взаимодействия между результатами работы организации и репутацией. В рамках данного исследования была выдвинута гипотеза о том, что репутация нефтяных компаний значимо влияет на их выручку через внутренние (текущесть кадров), внешние (стоимость 1 барреля нефти) и репутационные факторы (нематериальные активы). Мы предполагаем, что улучшение репутации компаний приведет к повышению их финансовых показателей.

Для анализа мы выбрали две компании: ПАО «Лукойл» и ООО «Сибур». Эти организации представляют разные сегменты нефтяной отрасли и обладают различными характеристиками, что позволяет провести комплексный анализ. Также они являются крупными мастодонтами в своих сегментах.

Нами были использованы данные о проценте увольнений сотрудников за последние три года. Компании с высокой текучестью кадров часто сталкиваются с проблемами в обучении новых сотрудников и потерей корпоративных знаний. Это может привести к снижению качества продукции и ухудшению обслуживания клиентов. Также мы выявили зависимость между изменением цен

на нефть и выручкой обеих компаний, провели сравнение с мировыми тенденциями на рынке нефти. В рамках данного исследования были проанализированы данные о нематериальных активах обеих компаний, рассмотрено влияние этих факторов на восприятие компаний со стороны потребителей и инвесторов.

Нами был проведен корреляционный анализ на основе данных о компаниях, так как метод позволяет выявить и количественно оценить связи между различными переменными. Мы стремились понять, как различные внутренние, внешние, репутационные факторы влияют на финансовые показатели компаний из нефтедобывающей отрасли. Проанализируем данные, собранные для ПАО «Лукойл» в Таблице 1.

Таблица 1

Данные за 2019-2021 года для анализа ПАО «Лукойл»

Год	Выручка (млрд рублей)	Стоимость нефти (доллар за баррель)	Текучесть кадров (%)	Нематериальные активы (млрд рублей)
2021	9431	70,91	9,1	44,34
2020	5639	41,84	6,7	50,16
2019	7841	64,21	7,5	43,11

Источник: составлено авторами на основе [4], [6], [8], [11], [12].

На основании данных, собранных в Таблице 1, проведем корреляционный анализ с целью выявить факторы, которые наиболее тесно взаимосвязаны с выручкой ПАО «Лукойл». Результаты анализа приведены в Таблице 2.

Таблица 2

Результаты корреляционного анализа на основе данных за 2019-2021 года о ПАО «Лукойл»

	Выручка (млрд рублей)	Стоимость нефти (доллар за баррель)	Текучесть кадров (%)	Нематериальные активы (млрд рублей)
Выручка (млрд рублей)	1			
Стоимость нефти (доллар за баррель)	0,99	1		
Текучесть кадров (%)	0,96	0,88	1	
Нематериальные активы (млрд рублей)	-0,83	-0,93	-0,64	1

Источник: составлено авторами на основе [4], [6], [8], [11], [12].

Результаты корреляционного анализа для ПАО «Лукойл» показали высокую положительную корреляцию между выручкой и стоимостью нефти (0,99) и между выручкой и текучестью кадров (0,96). Однако наблюдается отрицательная корреляция между выручкой и нематериальными активами (-0,83). Это указывает на то, что несмотря на высокую выручку, компания может сталкиваться с проблемами в управлении своей репутацией. Далее в Таблице 3 проанализируем данные ООО «Сибур».

Таблица 3

Данные за 2019-2021 года для анализа ООО «Сибур»

Год	Выручка (млрд рублей)	Стоимость нефти (доллар за баррель)	Текучесть кадров (%)	Нематериальные активы (млрд рублей)
2021	731	70,91	5,0	1,29
2020	523	41,84	9,5	1,49
2019	531	64,21	8,1	0,88

Источник: составлено авторами на основе [1], [7], [10], [11].

На основании данных, собранных в Таблице 3, проведем корреляционный анализ с целью выявить факторы, которые наиболее тесно взаимосвязаны с выручкой ПАО «Лукойл». Результаты анализа приведены в Таблице 4.

Таблица 4

Результаты корреляционного анализа на основе данных за 2019-2021 года об ООО «Сибур»

	Выручка (млрд рублей)	Стоимость нефти (доллар за баррель)	Текучесть кадров (%)	Нематериальные активы (млрд рублей)
Выручка (млрд рублей)	1			
Стоимость нефти (доллар за баррель)	0,70	1		
Текучесть кадров (%)	-0,96	-0,88	1	
Нематериальные активы (млрд рублей)	0,18	-0,58	0,11	1

Источник: составлено авторами на основе [1], [7], [10], [11].

Согласно результатам, полученным в Таблице 4, корреляционный анализ для ООО «Сибур» показал умеренную положительную связь между выручкой и стоимостью нефти (0,70) и отрицательную связь с текучестью кадров (-0,96). Это свидетельствует о том, что компания имеет более стабильную кадровую политику по сравнению с Лукойлом.

Результаты проведенного анализа подтверждают гипотезу о значимости репутации как стратегического актива для организаций в нефтедобывающей отрасли. Высокая текучесть кадров и низкие нематериальные активы негативно влияют на выручку компаний. В то же время стоимость нефти остается ключевым внешним фактором, определяющим финансовые результаты.

Далее в Таблице 5 с помощью метода корреляционного анализа попробуем проанализировать взаимосвязь между всеми изучаемыми показателями в целом по отрасли на примере данных двух компаний, исследуемых в данной работе.

Таблица 5
**Результаты корреляционного анализа на основе данных за 2019-2021
года о ПАО «Лукойл» и ООО «Сибур»**

	Выручка (млрд рублей)	Стоимость нефти (доллар за баррель)	Текучесть кадров (%)	Нематериальные активы (млрд рублей)
Выручка (млрд рублей)	1			
Стоимость нефти (доллар за баррель)	0,22	1		
Текучесть кадров (%)	0,19	-0,25	1	
Нематериальные активы (млрд рублей)	0,93	-0,08	0,05	1

Источник: составлено авторами на основе [1], [4], [6], [7], [8], [10], [11], [12].

Согласно полученным данным, наблюдается высокая прямая корреляция между репутационным фактором (нематериальные активы) и выручкой компаний отрасли (0,93), что, безусловно, говорит о прямом сильном влиянии репутации на финансовые показатели компаний. Высокая репутация влечёт за собой высокие финансовые результаты и, наоборот низкая репутация – низкий финансовый результат.

Также положительная репутация может существенно увеличить доверие со стороны потребителей и инвесторов. Компании с хорошей репутацией имеют возможность привлекать дополнительные инвестиции и удерживать клиентов даже в условиях рыночной нестабильности. Наоборот, негативная репутация может привести к снижению продаж и потере доли рынка.

Для эффективного управления репутацией компаниям следует: активно инвестировать в социальные инициативы; улучшать условия труда для снижения текучести кадров; развивать брэндинг и маркетинговые стратегии для повышения узнаваемости; проводить регулярные исследования общественного мнения для оценки репутации.

Таким образом, можно утверждать, что репутация является важным элементом стратегического управления компаниями в условиях цифровых инноваций. Эффективное управление репутацией может способствовать повышению финансовых показателей и укреплению позиций на рынке. Компании ПАО «Лукойл» и ООО «Сибур» демонстрируют разные подходы к управлению репутацией и ее влиянию на финансовые результаты.

В будущем необходимо продолжить исследования в этой области для более глубокого понимания взаимосвязи между репутацией и финансовой эффективностью компаний в различных отраслях экономики.

Список литературы

1. Годовая финансовая (бухгалтерская) отчетность ООО «Сибур». Электронный ресурс. Режим доступа: <https://www.sibur.ru/siburenergomanagment/disclosure/financial-reports/>
2. Григорян, А. Научные подходы к управлению персоналом и управление человеческими ресурсами в организациях РФ / А. Григорян, Е. Горбатов // Исследование инновационного потенциала общества и формирование направлений его стратегического развития : сборник научных статей 8-й Всероссийской научно-практической конференции с международным участием: в 3 томах, Курск, 28–29 декабря 2018 года. Том 1. – Курск: Закрытое акционерное общество "Университетская книга", 2018. – С. 254-259.
3. Гусева, А. В. Изучение основных причин текучести кадров в коммерческих организациях и методы предотвращения текучести кадров / А. В. Гусева // Молодой ученый. – 2017. – № 15(149). – С. 360-366.

4. Лукойл (LKOH): годовая финансовая отчетность МСФО, 2025. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://smart-lab.ru/q/LKOH/f/y/>
 5. Нуркен, М. К. Управление процессом текучести кадров в организации / М. К. Нуркен // Вестник магистратуры. – 2016. – № 6-4(57). – С. 179-183.
 6. Официальный сайт компании «ЛУКОЙЛ», 2025. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://lukoil.ru/>
 7. Официальный сайт ООО «Сибур», 2025. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://www.sibur.ru/ru/press-center/news-and-press/sibur-obyavlyaet-finansovye-rezulaty-po-msfo-za-2024-god/>
 8. ПАО «ЛУКОЙЛ». Электронный ресурс. Режим доступа: <https://esg-disclosure.ru/company/546/>
 9. Сафиуллин, М. Р. Репутация: содержание основных понятий / М. Р. Сафиуллин, Х. А. Павлова // Электронный экономический вестник Татарстана. – 2023. – № 4. – С. 41-47.
 10. Сибур (SIBR): годовая финансовая отчетность МСФО, 2025. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://smart-lab.ru/q/SIBR/f/y/>
 11. Среднегодовые цены на нефть. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://statbase.ru/datasets/energy/>
 12. Финансовые результаты ПАО «Лукойл» Электронный ресурс. Режим доступа: <http://extraowa.lukoil.com/op/view.aspx?src=https://lukoil.ru/FileSystem/9/581055.xlsx>
 13. Charles J. Fombrun Reputation: Realizing Value from the Corporate Image. (Harvard Business School Press, 1996) 613 p.
 14. Philip Kotler, Gary Armstrong, Gary M. Armstrong Principles of marketing. (Pearson Custom Business Resources Series The Prentice Hall international series in marketing, 2010) 441 p.
-

Reputation as a Strategic Asset: Impact on Business Performance in the Era of Digital Innovation

KURBANGALIEVA D., SAFINA A.

Reputation becomes not only a reflection of the company's past behavior, but also an important tool for achieving future success. In a rapidly changing market, the ability to adapt and maintain a positive image is becoming a key factor in sustainable

business growth and development. Reputation acts as a buffer in the face of market instability, allowing companies to retain customers and reduce risks. Special attention is paid to the analysis of industrial companies as one of the drivers of the economy, using the example of Lukoil and Sibur companies. The paper attempts to quantify the relationship of internal, external, and reputational factors to revenue.

Keywords: reputation, strategic asset, financial efficiency, digital innovation.

Рецензия на статью

Автор(ы) Курбангалиева Динара Ленаровна, Сафина Алина Рустемовна

Название статьи: РЕПУТАЦИЯ КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АКТИВ: ВЛИЯНИЕ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ БИЗНЕСА В ЭПОХУ ЦИФРОВЫХ ИННОВАЦИЙ

№	Критерии оценки качества статьи	Да	Нет	Примечание, рекомендация
1	Соответствия статьи			
1.1	Соответствие статьи профилю журнала	да		Статья соответствует профилю экономических и управленических журналов, особенно ориентированных на стратегический менеджмент, корпоративные финансы и цифровую трансформацию.
1.2	Соответствие названия статьи ее содержанию	да		Название отражает суть работы: в центре внимания — репутация как нематериальный актив и её влияние на бизнес в условиях цифровых инноваций. Используемый эмпирический материал подтверждает заявленную проблематику.
1.3	Соответствие аннотации содержанию статьи	да		Аннотация и ключевые слова адекватно передают содержание статьи. В краткой форме изложены цель, объекты исследования и используемый метод.
2	Актуальность темы			
2.1	Обоснованность актуальности	да		Актуальность темы обоснована логично и убедительно: в условиях цифровой экономики репутация становится неотъемлемым элементом стратегического позиционирования.
2.2	Достаточность отражения темы по российским и зарубежным публикациям	да		Использованы как отечественные (Сафиуллин, Гусева, Нуркен), так и зарубежные источники (Fombrun, Kotler), но количественно зарубежная база представлена слабо. Это ограничивает степень сопоставимости результатов с глобальными исследованиями.
3	Научный уровень статьи			
3.1	Анализ состояния проблемы	да		Анализ носит преимущественно прикладной характер, но в достаточной мере охватывает состояние вопроса. Выделены внутренние, внешние и репутационные факторы.
3.2	Корректность сформулированных проблем и задач	да		Формулировка цели и задач ясна, гипотеза логична и обоснована.
3.3	Обоснованность применяемых методов исследований	да		Выбранный метод корреляционного анализа корректен, но недостаточен для выявления причинно-следственных связей. Не хватает статистических тестов значимости.

3.4	Достоверность выводов	да		Выводы в основном соответствуют представленным данным, однако ряд корреляционных результатов требует осторожного интерпретирования ввиду ограниченности выборки (3 года, 2 компании).
4 Научная новизна				
4.1	Оригинальность результатов	да		Оригинальность в выборе конкретных объектов исследования (Лукойл и Сибур) и попытке количественной оценки влияния репутации на выручку.
4.2	Соответствие полученных результатов современным достижениям науки	да		Работа встраивается в современный тренд оценки нематериальных активов, однако могла бы быть усиlena через использование индексов ESG, рейтингов репутации и т.п.
4.3	Наличие спорных положений			Отрицательная корреляция между выручкой и нематериальными активами у ПАО «Лукойл» требует дополнительного анализа: возможны ошибки в интерпретации или подборе переменных.
5 Научность изложения				
5.1	Научность языка и стиля	да		Язык в целом научный, но местами встречаются разговорные обороты (напр. «мастодонты отрасли»), что снижает академический уровень текста.
5.2	Доступность изложения	да		Текст легко воспринимается, логично структурирован. Подходит и для студентов, и для практиков.
5.3	Корректность терминологии	да		Термины используются в основном корректно, хотя некоторые определения нуждаются в уточнении (например, «репутационные факторы» не раскрыты операционально).
5.4	Обоснованность объема статьи и ее элементов – рисунков, таблиц, библиографии	да		Объем оправдан. Таблицы информативны, структура выдержанна. Однако можно усилить визуализацию — графики или диаграммы добавили бы наглядности.
5.5	Правильность оформления библиографии	да		Оформление в целом корректное, но смешаны стили оформления (русские и английские источники в разном формате), отсутствует единая стилистика.
6 Оценка статьи				
6.1	Положительные качества			Актуальная тематика. Практическая направленность. Использование реальных данных. Умеренный уровень научной новизны.
6.2	Отрицательные качества			Недостаточный объем зарубежных источников. Метод ограничен простым корреляционным анализом. Местами ненаучный стиль изложения.

		Слабая операционализация понятий.
6.3	Замечания и предложения	Расширить период исследования и число компаний для повышения достоверности. Добавить регрессионный или факторный анализ. Усилить теоретическую базу, особенно по зарубежной литературе. Провести операционализацию понятия «репутация» (например, через конкретные рейтинги или индексы).

Рекомендация к опубликованию (нужное подчеркнуть):

- Статья может быть опубликована без научной правки**
- Статья может быть опубликована с небольшими редакционными поправками
- Статья может быть опубликована только после внесения исправлений и дополнений без повторного рецензирования
- Статья нуждается в исправлениях, дополнениях и повторном рецензировании
- Статью публиковать нецелесообразно

Дата: 04.08.2025

ЗАКЛЮЧЕНИЕ: статья принятa к публикации

РЕПУТАЦИОННЫЙ КАПИТАЛ КОМПАНИЙ КАЗАНИ И РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

А.А.Сафина

Казанский (Приволжский) федеральный университет

И.И.Галямов

ООО «Позитив Консалтинг»⁵

Для цитирования: Сафина А., Галямов И. Репутационный капитал компаний Казани и Республики Татарстан // Электронный экономический вестник Татарстана. 2025. Т. 2. С. 40–52.

Это обзорная статья по крупным компаниям Татарстана различных секторов с выделением репутационных активов и факторов успешной деятельности. В данной статье также раскрыты теоретические аспекты структуры и факторов, влияющих на репутационный капитал. Проведен анализ татарстанских компаний с высоким репутационным капиталом по секторам экономики, а именно: нефтегазовая и нефтехимическая промышленность; машиностроения и автомобилестроения; ИТ-сектор; строительство; энергетический сектор; сельское хозяйство и пищевая промышленность; торговля (ритейл) и туризм; образование. Рассмотрены элементы репутационного капитала успешных компаний Республики по каждому сектору. Для нефтяной и автомобилестроительной отрасли основными репутационными активами являются: масштаб производства, качество и надежность продукции (часто стратегического значения), вклад в экономику Татарстана и России, стабильность, социальные программы для работников и их семей (градообразующие предприятия). Кроме того, компании этих отраслей выполняют государственные заказы, долгосрочные контракты, вызывают доверие инвесторов, лояльность сотрудников и получают поддержку

⁵ Сафина Аида Анасовна (mitchl@mail.ru), к.э.н., доцент кафедры общего менеджмента, Казанский (Приволжский) федеральный университет; Галямов Ирек Исмагилович (kerigii@mail.ru), основатель центра по разработке бизнес-планов ООО «Позитив Консалтинг»

региональных властей. Для ИТ-компаний из репутационных активов, следует выделить инновационность, экспертизу, качество разрабатываемых решений, привлекательность для ИТ-специалистов, основными факторами среди которых выступают современное оформление офиса, организационная культура, а также проекты-кейсы мирового уровня. Как показывает практика на успешность развития ИТ-компаний влияют привлечение крупных заказчиков (включая международных), инвестиции, концентрация в регионе лучших разработчиков со всей страны, которые пользуются спросом на мировом рынке. Республика Татарстан как регион имеет репутацию центра компетенций ИТ-специалистов. Строительные компании Татарстана имеют такие репутационные активы, как качество построенных объектов, соблюдение сроков, надежность застройщика, прозрачность сделок, создание комфортной городской среды. Основными факторами, влияющими на успех строительных компаний в республике, являются высокий спрос на жилье и коммерческую недвижимость, доверие покупателей и дольщиков, успешное прохождение согласований. Для успешных компаний Татарстана репутационный капитал – это стратегический ресурс, благодаря которому выстраиваются долгосрочные отношения и обеспечивается устойчивое развитие.

Ключевые слова: репутация, репутационный капитал, экономика Татарстана, компании Татарстана с высоким репутационным капиталом, элементы репутационного капитала, репутационный актив.

Введение

Татарстан – один из самых экономически развитых регионов России с диверсифицированной экономикой. Регион известен в России и за рубежом как центр нефтедобычи и нефтехимии, производитель всемирно известных грузовиков КАМАЗ и вертолётов МИ, один из лидеров российского сельскохозяйственного производства.

«Репутационное развитие региона действительно является детерминантой развития национальной экономики, поскольку присутствует следующая взаимосвязь: чем лучше репутация региона, тем привлекательнее он для инвесторов, предпринимателей, туристов, местного населения, что ускоряет

экономическое развитие и повышает сумму отчислений в федеральный бюджет.»[1]

По рассматриваемой тематике авторы имеют научные публикации, авторские разработки по оценке репутационного капитала, которые являются инструментарием при анализе репутационного капитала компаний Республики Татарстан (РТ).

Цель исследований

Через призму репутационного капитала, рассмотреть отраслевой срез компаний Республики Татарстан (РТ), который, на наш взгляд, влияют на экономику. Каждая компания требует длительного аналитического исследования, поэтому здесь, остановимся на фаворитах республики, которые используют репутационный капитал, как средство их капитализации.

Условия, материалы и методы

Репутационный капитал – это совокупность мнений, оценок и доверия со стороны различных заинтересованных сторон (клиентов, сотрудников, инвесторов, партнеров, государственных органов, общества в целом) [2] к компании, ее продуктам, услугам и деятельности. Это не просто имидж, а устойчивое восприятие, основанное на прошлом опыте взаимодействия и ожиданиях на будущее. Репутационный капитал связан с личным брендом первых лиц компаний, и нельзя это не учитывать при анализе репутационного капитала. Для того, чтобы разобраться более детально в этой категории, рассмотрим элементы, из которых складывается репутационный капитал успешных компаний Казани и Татарстана, они представлены в таблице 1.

Таблица 1
Элементы репутационного капитала компаний Республики Татарстан [3], [4], [5], [6], [7]

<i>№n/n</i>	Элементы	Описание
1.	Качество продуктов и услуг	Основополагающий фактор. Компании, предлагающие высококачественные товары или услуги, неизменно пользуются доверием. В

		Казани это касается как промышленных гигантов, так и сферы услуг.
2.	Клиентоориентированность	Внимание к потребностям клиентов, высокий уровень сервиса, готовность решать проблемы – все это формирует лояльность и положительные отзывы.
3.	Иновационность и технологичность	Казань позиционирует себя как один из ИТ-центров России. Успешные компании в этой (и не только) сфере активно внедряют новые технологии, что повышает их конкурентоспособность и привлекательность.
4.	Надежность и финансовая устойчивость	Для партнеров и инвесторов важна уверенность в стабильности компании. Это особенно актуально для крупных системообразующих предприятий региона.
5.	Корпоративная социальная ответственность (КСО)	Участие в жизни города, поддержка социальных, культурных, спортивных проектов, экологические инициативы. Компании, которые вкладывают в развитие региона, получают признание общества.
6.	HR-бренд (репутация работодателя)	Привлекательные условия труда, возможности для карьерного роста, забота о сотрудниках. В условиях конкуренции за квалифицированные кадры сильный HR-бренд – залог привлечения и удержания талантов.
7.	Прозрачность и открытость	Готовность к диалогу, честное информирование о своей деятельности, особенно в кризисных ситуациях.
8.	Эффективное управление и лидерство	Репутация топ-менеджмента и владельцев компаний также играет значительную роль.

«В современных условиях хозяйствования эффективность территориального развития должна опираться на исследование и укрепление репутационного капитала» [8]. Региональное развитие идет за счет крупных компаний, которые функционируют в регионе. Поэтому далее проведен анализ

по секторам экономики, на примере типов компаний, с высоким репутационным капиталом в Казани и Республике Татарстан. Крупной промышленностью в регионе считаются нефтехимия, машиностроение и авиастроение.

Татарстан известен нефтяной промышленностью, наличием крупных месторождений и работой нефтяных компаний.

Нефтегазовая и нефтехимическая промышленность в республике характеризуется функционированием следующих крупнейших организаций:

1) ПАО "Татнефть": Одна из крупнейших российских нефтяных компаний, системообразующее предприятие для экономики Татарстана. Занимается разведкой, добычей, переработкой нефти и газа, производством нефтепродуктов и нефтехимии, сетью АЗС.

2) Группа компаний "ТАИФ" (значительная часть нефтехимических активов была интегрирована в СИБУР, но сам бренд ТАИФ и управляющая компания существуют). Исторически, один из крупнейших холдингов, включавший предприятия нефтепереработки, нефтехимии, энергетики. Ключевые активы, ранее входившие в ТАИФ и теперь являющиеся частью СИБУРа или сохранившие важное значение:

— "Нижнекамскнефтехим" (НКНХ): Один из крупнейших производителей синтетических каучуков и пластиков в Европе.

— "Казаньоргсинтез" (КОС): Крупный производитель полиэтилена и другой химической продукции.

— "ТАИФ-НК": Комплекс нефтеперерабатывающих и нефтехимических заводов.

Почти пол века функционирует предприятие химической промышленности АО "Аммоний", расположенное в г. Менделеевске. Это крупный комплекс по производству минеральных удобрений (аммиак, метanol, карбамид).

«Машиностроение — одна из ключевых и динамично развивающихся секторов промышленности Татарстана, играющая важную роль в экономической жизни региона. Оно обеспечивает производство широкого спектра продукции, включая автомобили, авиационную технику, судостроение, приборостроение, сельскохозяйственную и нефтегазовую технику и многое другое. В последние годы это направление переживает период активного развития, что обусловлено рядом факторов, таких как государственная поддержка, инвестиционная привлекательность края и наличие высококвалифицированных кадров.»[9]

Отрасль машиностроения и автомобилестроения республики включает:

1) ПАО "КАМАЗ": Ведущий российский производитель тяжелых грузовых автомобилей. Имеет широкую производственную базу и множество дочерних предприятий.

2) АО "Казанский вертолетный завод" (КВЗ): Производитель вертолетов семейства "Ми" и "Ансат", входит в холдинг "Вертолеты России".

3) АО "ПОЗиС" (Завод имени Серго) является производителем бытовой холодильной техники и специализированной медицинской техники, а также продукции оборонного назначения.

4) АО "Зеленодольский завод имени А.М. Горького" – это крупное судостроительное предприятие, строит как военные корабли, так и гражданские суда.

5) Группа "Соллерс" имеет производственные площадки в ОЭЗ "Алабуга", хотя состав производимых брендов менялся.

Все вышеперечисленные организации имеют репутационные активы, такие как: масштаб производства, качество и надежность продукции (часто стратегического значения), вклад в экономику Татарстана и России, стабильность, социальные программы для работников и их семей (градообразующие предприятия).

Кроме того, упомянутые компании выполняют государственные заказы, долгосрочные контракты, вызывают доверие инвесторов, лояльность сотрудников и получают поддержку региональных властей.

Следующим важным сектором в республике является ИТ-сектор. В Татарстане он активно и быстро развивается, точкой притяжения для ИТ-специалистов и технологического бизнеса является Иннополис. В ИТ-городке Иннополис работает 669 компаний. В целом в ИТ-секторе региона наиболее известны такие компании, как:

1) ICL: Одна из крупнейших российских ИТ-компаний, системный интегратор, разработчик ПО, поставщик оборудования.

2) ООО "Ак Барс Цифровые Технологии": ИТ-компания, связанная с "Ак Барс Банком", разрабатывает решения для финансового сектора и других отраслей.

3) Множество компаний-резидентов Иннополиса и ИТ-парка в Казани и Набережных Челнах: Эти площадки объединяют большое количество успешных

стартапов и зрелых ИТ-компаний. Сложно выделить отдельные, так как экосистема очень динамична.

Для ИТ-компаний из репутационных активов, следует выделить: инновационность, экспертизу, качество разрабатываемых решений, привлекательность для ИТ-специалистов, основными факторами среди которых выступают современное оформление офисов, организационная культура, а также проекты-кейсы мирового уровня.

Как показывает практика на успешность развития ИТ-компаний влияют привлечение крупных заказчиков (включая международных), инвестиции, концентрация в регионе лучших разработчиков со всей страны, которые пользуются спросом на мировом рынке. Республика Татарстан как регион имеет репутацию как "кузницы кадров" и центра компетенций ИТ-специалистов.

Очень активно также развивается строительная промышленность Татарстана. Строительство и девелопмент в городе Казань и в целом по республике представлена следующими крупными компаниями:

- ООО "Ак Барс Девелопмент" - крупный застройщик жилой и коммерческой недвижимости.
- "Унистрой" является одним из ведущих девелоперов жилья в Татарстане и Поволжье.
- "Суварстроит"- крупная строительная компания.

Прежде всего эти строительные компании имеют такие репутационные активы, как: качество построенных объектов, соблюдение сроков, надежность застройщика, прозрачность сделок, создание комфортной городской среды.

Основными факторами, влияющими на успех строительных компаний в республике, являются: высокий спрос на жилье и коммерческую недвижимость, доверие покупателей и дольщиков, успешное прохождение согласований.

Еще одним важным сектором экономики региона является энергетика Татарстана, обеспечивающая производство, транспортировку и сбыт электрической и тепловой энергии. Компании, которые представляют энергетический сектор региона:

- АО "Татэнерго" – крупнейшая региональная генерирующая компания.
- АО "Сетевая компания", отвечающая за передачу и распределение электроэнергии в республике.
- АО "ТГК-16" (Генерирующая компания), производящая тепловую и электрической энергии, входит в ГК "ТАИФ".

Сельское хозяйство Татарстана в 2024 году вошёл в тройку лидеров среди регионов России по производству сельскохозяйственной продукции. В сельском хозяйстве и пищевой промышленности региона функционируют следующие крупные предприятия:

— АО "Агросила", который является крупнейшим агрохолдингом в России, производит полный цикл от поля до прилавка (птицеводство, растениеводство, сахар, молочная продукция).

— Холдинг "Красный Восток Агро" является крупным производителем молока и сельскохозяйственной продукции.

— АО "Татспиртпром" – это крупнейший производитель алкогольной продукции в регионе.

— АО "Эссен Продакшн АГ" – известный производитель соусов (ТМ "Махеевъ"), кондитерских изделий.

— Группа компаний "Нэфис" (включает "Казанский жировой комбинат" и "Казанский маслоэкстракционный завод"), который занимается производством бытовой химии (Nefis Cosmetics) и масложировой продукции.

Казань входит в расширенное Золотое кольцо России — популярный туристический маршрут. Кроме того, это широко известный центр круизного туризма. В последние годы наблюдается уверенный рост туризма и смежных отраслей. «Казань заняла четвертое место в рейтинге онлайн-бронирований в этом сезоне, но и средний чек размещения вырос до уровня Санкт-Петербурга и Москвы». [10] Казань – крупный туристический центр, и репутация отелей, ресторанов, экскурсионных бюро критически важна.

«Темпы роста розничной торговли в Казани опережают среднероссийские и республиканские показатели.»[11] Торговля (Ритейл) республики представлен компаниями:

— Сеть супермаркетов "Бахетле": Известна продукцией собственного производства, в том числе татарской национальной кулинарией.

— Сеть гипермаркетов "Эссен" принадлежит "Эссен Продакшн АГ".

Из репутационных активов этого сектора выделяются следующие: высокий уровень сервиса, положительные отзывы клиентов, уникальные предложения, безопасность, соотношение цена/качество.

На успех в этих отраслях влияют такие факторы как постоянный поток клиентов, повторные визиты, рекомендации, высокая загрузка (для отелей), хорошие продажи.

В Республике Татарстан развиваются транспорт и логистика, при этом регион имеет потенциал для дальнейшего развития, обусловленный выгодным географическим положением, развитой промышленностью и активной внешнеэкономической деятельностью.

Татарстан — регион с мощным образовательным и научным потенциалом. Столица республики, Казань, является одним из ведущих научных центров. В Казанском (Приволжский) Федеральном университете растет качество образования, научные достижения, востребованность выпускников, международное сотрудничество. Если ВУЗ престижный, то, следовательно, он привлекает талантливых абитуриентов и ученых, получает гранты и финансирование исследований.

Результаты и обсуждение

Этот список, безусловно, можно продолжать, особенно если углубляться в средний бизнес и более узкоспециализированные отрасли. Но перечисленные компании формируют основу экономики Татарстана и широко известны как в регионе, так и за его пределами.

Когда доверие клиентов и партнёров становится неотъемлемой частью бренда, организация получает уникальную возможность выделиться среди конкурентов и завоевать прочные позиции на рынке, так как клиенты предпочитают компании с хорошей репутацией. Таким образом, репутационный капитал способствует успеху компаний в следующих направлениях, представленных на рисунке 1.



Рис. 1. Преимущества репутационного капитала для компании

Безусловно инвесторы охотнее вкладывают средства в компании с прозрачной и положительной репутацией, лучшие специалисты хотят работать в уважаемых компаниях, надежная репутация укрепляет деловые связи. В кризисных ситуациях компании с высоким репутационным капиталом легчеправляются с негативом и быстрее восстанавливают доверие. Репутация является ценным нематериальным активом, который повышает стоимость компании.

Выводы

В своих научных работах мы рассматривали модель управления репутационным капиталом инструментами инвестиционного менеджмента. В информационной экономике, есть возможность кратно увеличивать инвестиции, благодаря технологиям. Это в первую очередь зависит от нематериальных активов, которым и является репутационный капитал. Связь личного бренда собственника с капитализацией компании, обретают все большую популярность и практика это подтверждает. В научных работах была сделана попытка связать инвестиции в репутационный капитал с капитализацией и стоимостью компаний. Этот материал имеет практическую и теоретическую ценность, ввиду

новизны и уникальности. Можно предположить, что в дальнейшем развитии экономической науки оценка компаний по материальным активам отойдет на второй план, и факторы поведенческой экономики и оценка перспектив компаний по репутационному капиталу будут в приоритете. Надеемся, что методология проведения исследования и наш авторский подход, получит поддержку в научных кругах и станут инструментарием бизнес-практик, где получит дальнейшее развитие.

Для успешных компаний Казани и Республики Татарстан репутационный капитал является не просто приятным дополнением, а стратегическим ресурсом, который активно формируется и управляется. Он помогает выстраивать долгосрочные отношения со всеми стейкхолдерами и обеспечивает устойчивое развитие в конкурентной среде.

Список литературы

1. Шагеева Г.Р. Репутационное развитие региона как детерминанта развития национальной экономики (на примере Республики Татарстан) / Г.Р. Шагеева / Региональная экономика: теория и практика, 2023, т. 21, вып. 5, стр. 848.
2. Габдуллин Н. М. Генезис понятия «репутационный капитал» в контексте развития концепции социального капитала организации / Н.М. Габдуллин. – Текст : электронный // Экономические науки. – 2022. – №8. – С. 19-26.
3. Балаханова Д.К. Управление репутационным капиталом компаний, Балаханова / Д.К., Бульба Н.С., Хохлова А.В., Захарова А.В., Тлеубергенова А.А.Ж. // Экономика и управление: проблемы, решения. 2023. Т. 4. № 4 (136). С. 14-22.
4. Хайруллин М.Ф. Менеджмент репутационного капитала: методика и практика оценки / Хайруллин М.Ф., Воробьев Д.И. // Финансовый менеджмент. 2025. № 2. С. 303-316.
5. Озеров С.Л. Репутационный капитал и менеджмент репутационного капитала компаний / Озеров С.Л., Филина Ю.С., Жусипова Э.Е.// Региональная экономика. Юг России. 2024. Т. 12. № 1. С. 127-139.

6. Сафиуллин М.Р. Репутационный капитал региона и особенности его формирования / Сафиуллин М.Р., Павлова Х.А. // Казанский экономический вестник. 2021. № 2 (52). С. 66-72.

7. Сафина А.А. Модель оценки репутационного капитала организации / Сафина А.А., Габдуллин Н.М., Гаямов И.И. // Инновации и инвестиции. 2023. № 2. С. 88-95.

8. Сафиуллин М.Р. Теория репутационной экономики как новая парадигма исследования экономического потенциала региона/Сафиуллин М.Р., Груничев А.С., Абдукаева А.А. // Вестник университета. 2021. № 6. С. 52–60.

9. Предприятия машиностроительной отрасли Татарстана. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.tatar-inform.ru/references/structure/list/avtomobilestroenie?ysclid=mdsq1iyz4g737741550> (Дата обращения: 01.08.2025).

10. В один клик: туристы уходят к агрегаторам за скидками Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://realnoevremya.ru/articles/347509-kazan-zanya-chetvertoe-mesto-v-sisteme-bronirovaniy?ysclid=mdt3yzi61j254782838> (Дата обращения: 01.08.2025).

11. Ильсур Метшин об обеспеченности торговыми площадями. Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://kzn.ru/meriya/press-tsentr/novosti/ilsur-metshin-ob-obespechennosti-torgovymi-ploshchadyami-my-ne-sobiraemsya-byt-zdes-liderami-uchityv/> (Дата обращения: 01.08.2025).

REPUTATIONAL CAPITAL OF COMPANIES OF KAZAN AND THE REPUBLIC OF TATARSTAN

SAFINA A., GALYAMOV I.

This is a review article on large companies in Tatarstan in various sectors, highlighting reputational assets and success factors. This article also reveals the theoretical aspects of the structure and factors influencing reputational capital. The analysis of Tatarstan companies with high reputational capital by economic sectors is carried out, namely: oil and gas and petrochemical industry; mechanical engineering and automotive industry; IT sector; construction; energy sector; agriculture and food industry; trade (retail) and tourism; education. The elements of the reputational capital of successful companies in the Republic for each sector are considered. For the oil and

automotive industry, the main reputational assets are: scale of production, quality and reliability of products (often of strategic importance), contribution to the economy of Tatarstan and Russia, stability, social programs for employees and their families (city-forming enterprises). In addition, companies in these industries fulfill government orders, long-term contracts, inspire investor confidence, employee loyalty, and receive the support of regional authorities. For IT companies, among their reputational assets, innovation, expertise, the quality of solutions being developed, and attractiveness to IT specialists should be highlighted. The main factors among them are modern office design, organizational culture, and world-class case projects. As practice shows, the successful development of IT companies is influenced by attracting large customers (including international ones), investments, and the concentration of the best developers from all over the country in the region, who are in demand on the global market. The Republic of Tatarstan as a region has a reputation as a competence center for IT specialists. Tatarstan construction companies have such reputational assets as the quality of constructed facilities, compliance with deadlines, reliability of the developer, transparency of transactions, and creation of a comfortable urban environment. The main factors influencing the success of construction companies in the republic are the high demand for housing and commercial real estate, the trust of buyers and shareholders, and the successful completion of approvals. For successful companies in Tatarstan, reputation capital is a strategic resource that builds long-term relationships and ensures sustainable development.

Keywords: reputation, reputational capital, Tatarstan economy, Tatarstan companies with high reputational capital, elements of reputational capital, reputational asset.

Рецензия на статью

Автор(ы) А.А.Сафина, И.И.Галямов

Название статьи: РЕПУТАЦИОННЫЙ КАПИТАЛ КОМПАНИЙ КАЗАНИ И РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

№	Критерии оценки качества статьи	Да	Нет	Примечание, рекомендация
1	Соответствия статьи			
1.1	Соответствие статьи профилю журнала	да		
1.2	Соответствие названия статьи ее содержанию	да		
1.3	Соответствие аннотации содержанию статьи	да		
2	Актуальность темы			
2.1	Обоснованность актуальности	да		
2.2	Достаточность отражения темы по российским и зарубежным публикациям	да		
3	Научный уровень статьи			
3.1	Анализ состояния проблемы	да		
3.2	Корректность сформулированных проблем и задач	да		
3.3	Обоснованность применяемых методов исследований	да		
3.4	Достоверность выводов	да		
4	Научная новизна			
4.1	Оригинальность результатов	да		
4.2	Соответствие полученных результатов современным достижениям науки	да		
4.3	Наличие спорных положений			
5	Научность изложения			
5.1	Научность языка и стиля	да		
5.2	Доступность изложения	да		
5.3	Корректность терминологии	да		
5.4	Обоснованность объема статьи и ее элементов – рисунков, таблиц, библиографии	да		
5.5	Правильность оформления библиографии	да		
6	Оценка статьи			
6.1	Положительные качества			
6.2	Отрицательные качества			
6.3	Замечания и предложения			

Рекомендация к опубликованию (нужное подчеркнуть):

- Статья может быть опубликована без научной правки**
- Статья может быть опубликована с небольшими редакционными поправками
- Статья может быть опубликована только после внесения исправлений и дополнений без повторного рецензирования
- Статья нуждается в исправлениях, дополнениях и повторном рецензировании
- Статью публиковать нецелесообразно

Дата: 04.08.2025

ЗАКЛЮЧЕНИЕ: статья принята к публикации

III. ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА

ЦИФРОВОЙ ДВОЙНИК ПОТРЕБИТЕЛЯ: ПРЕОБРАЗОВАНИЕ КЛИЕНТСКОГО ОПЫТА С ПОМОЩЬЮ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

А.Р.Бурганова

Казанский инновационный университет им. В.Г.Тимирясова⁶

Для цитирования: Бурганова А.Р. Цифровой двойник потребителя: преобразование клиентского опыта с помощью искусственного интеллекта // Электронный экономический вестник Татарстана. 2025. Т. 2. С. 54–63.

Концепция «цифрового двойника» («digital twin» или DT) была сформирована свыше двадцати лет назад, после чего активно применялась в инженерии и производстве для создания имитационных динамичных моделей систем. В связи с растущим применением систем искусственного интеллекта («artificial intelligence» или AI), машинного обучения («machine learning» или ML), интернета вещей («Internet of Things» или IoT) и иных технологий данная концепция получило новое развитие с фокусом на самого индивида, «потребителя» («digital twin of a customer» или DToC). Технология DToC позволяет преобразовать клиентский опыт («customer experience» или CX) в динамичную развивающуюся модель с помощью применения указанных выше технологий, в связи с чем вызывает большой исследовательский интерес. Цель данной статьи – изучить основные возможности и преимущества технологии DToC, ограничения и сложности, связанные с применением и внедрением технологии.

Ключевые слова: цифровой двойник, клиентский опыт, искусственный интеллект, ИИ

⁶ БУРГАНОВА Алия Рафисовна (*Burganova7@gmail.com*), к.э.н., доцент кафедры финансовой аналитики и поведенческой экономики

Введение

Технологии развиваются настолько стремительно, что зачастую теоретическую и научную базу удается наработать уже после внедрения и аprobации. Продолжая, таким образом, исследования новых цифровых инструментов, возможностей и технологий [1], [7], которые могли бы модернизировать процесс управления [6], потребностей индивида на пути принятия решения о вступлении в сообщество [5] или покупки в рамках нового «фиджитал» (phygital) (комбинации «физического» physical и «цифрового» digital) понимания человека, живущего в новом цифровом мире, представляется перспективным познакомиться с основными принципами явления «цифрового двойника потребителя».

Термин «цифровой двойник» был формализован в 2002 году профессором Института цифрового двойника Майклом Гревзом для описания физического продукта или системы в виде цифровой копии, которую можно использовать для исследования параметров и поведения моделируемого объекта внутри симуляции, работающей параллельно жизненному циклу реального объекта». В исходном исследовании автор обобщенно выделяет три группы компонентов цифрового двойника: физический продукт в реальной среде, виртуальный продукт в виртуальной среде и набор соединения для обмена данными и информацией между физической и виртуальной версиями продукта [15, 16]. Профессор К. Семераро утверждает, что цифровой двойник (DT) отражает операции физической системы в реальном времени [21].

Эволюция и анализ существующих определений «цифрового двойника», его структурных компонентов подробно исследована в работе Лычкиной Н.Н. и Павлова В.В. [3]. Ученые Морозова О.А. [4] и Лыткин А.Н. [19] исследуют возможности применения цифрового двойника клиента как перспективный технологический тренд в банкинге, Акишин В. и Кисляков С. – в сфере коммуникаций. Другие исследователи посвятили свои научные работы открывающимся возможностям для маркетинга, а именно: оптимизации «карты пути клиента» [9], совершенствования клиентского опыта [20,22]. Некоторые ученые фокусируются на технологической стороне реализации данной технологии [11, 18]. Оптимизация управления цепью поставок с возможностью интеграции в нее цифрового двойника клиента – еще одно актуальное направление, которое волнует авторов [12, 17].

Продолжая изучать данную технологию, мы, в свою очередь, хотели бы остановиться на новом направлении, в центре которого – человек, «потребитель» (DToC). Хотелось бы отдельно оговориться, что в научной литературе можно встретить синонимы явления «DToC», такие как: CDT (customer digital twin), human digital twin (HDT). Данный термин был введен в 2022 году консалтинговой компанией Гартнер [13], которая ежегодно проводит крупномасштабное исследование новейших технологических трендов и определяет десять ключевых «подрывных» технологий. «Цифровой дневник потребителя» на 2024 год находится на первой фазе («инновационный триггер») кривой цикла зрелости технологий.

Компания Гартнер дает следующее определение: «Вместо простого сбора данных (цифровой двойник клиента) предоставляет контекст и прогнозы будущего поведения. В нем используются как онлайн, так и физические взаимодействия, и он динамичен, обновляется по мере поступления новой информации и учитывает, что один человек может олицетворять несколько личностей...». Это связано с тем, что люди и, в свою очередь, «образы» цифрового двойника потребителя могут меняться с течением времени [13].

DToCs основаны на работе, проводимой в настоящее время такими известными брендами, как Google, Amazon и Netflix [10]: они используют алгоритмы искусственного интеллекта и машинного обучения для интерпретации поведенческих данных и настройки качества продукта. Маркетинговые команды могут выявлять узкие места на пути к клиенту, сохранять доверие клиентов и улучшать бизнес-результаты.

Исследователи МакКинси дают следующее интегральное определение [9]: «цифровые двойники — многократно используемые виртуальные представления активов, людей или процессов и их окружения, которые моделируют стратегии и оптимизируют поведение, — являются мощным инструментом, который может помочь организациям улучшить процесс принятия решений на основе данных». Конкретные варианты использования цифровых двойников клиентов на базе искусственного интеллекта включают в себя моделирование и прогнозирование того, какой продукт клиент купит следующим, анализ поведения клиентов для прогнозирования моделей будущих покупок и улучшение качества обслуживания клиентов на протяжении всего процесса их приобретения.

Улучшение качества обслуживания клиентов на протяжении всего жизненного цикла - важнейший вариант использования технологии цифрового двойника на базе генеративного искусственного интеллекта, по мнению исследователей МакКинси [9, 10]. Многие организации в разных отраслях отдельно внедряют цифровые двойники и генеративный искусственный интеллект — две технологии с различными ценностными предложениями и огромными перспективами — для поддержки широкого спектра вариантов использования. Генеративный искусственный интеллект может структурировать входные данные и синтезировать выходные данные цифровых двойников, а цифровые двойники могут обеспечить надежную среду тестирования и обучения для ИИ [22]. Объединяя эти технологии, организации могут добиться синергии, которая сократит затраты, ускорит внедрение и обеспечит значительно большую ценность, чем любая из них могла бы обеспечить по отдельности. Вместе эти технологии используют данные в режиме реального времени для выявления различных сценариев и принятия мер в соответствии с ними, помогая организациям эффективно анализировать огромные объемы данных.

Интеграция возможностей искусственного интеллекта, данных, получаемых от Интернета вещей и иных устройств, социальных сетей и профилей в модель «цифрового двойника потребителя», безусловно, представляет исследовательский интерес, но при этом вызывает определенные опасения с этической стороны, вопросами безопасности и конфиденциальности данных. На текущий момент только зарождается теоретическая и эмпирическая база научных исследований, посвященных применению технологии DToC. Отсутствие большого объема эмпирических обоснований может препятствовать детальному пониманию реальной динамики, проблем и эффективности внедрения цифрового двойника человека. Однако, безусловно, данная технология и ее перспективы вызывают значительный интерес, как у научного сообщества, так и у бизнеса.

Поддержание прозрачности с клиентами относительно того, как используются их данные, критически важно для построения доверия. Более того, хотелось бы отметить, что в нашем понимании «цифровой двойник клиента» может основываться исключительно при условии обеспечения безопасного использования данных клиента с его разрешения, обеспечения конфиденциальности, защиты от рисков и иных проблем, это еще один пример инструмента «экономики доверия».

В то же самое время параллельно и не менее активно развиваются инструменты, позволяющие создать «ложный цифровой след», отзывы, повлиять на репутацию в зависимости от поставленных заказчиком целей («астротурфинг» [2]). Безусловно, исследователям и практикам приходится постоянно балансировать между уникальными возможностями, что открывают технологии будущего [1] и при этом каждый раз «остановиться» прежде, чем не будет обеспечена безопасность и этичность использования.

На текущий момент выделяются следующие источники данных, которые лежат в основе «цифрового двойника клиента»: 1) данные о транзакциях: информация об истории покупок, частоте заказов и предпочтениях; 2) поведение в сети: данные о посещениях веб-сайтов, кликах и привычках совершать покупки в Интернете; 3) активность в социальных сетях: показатели вовлеченности с социальных платформ, включая лайки и публикации. 4) взаимодействие с клиентскими службами: записи о звонках в службу поддержки и обратной связи; 5) Демографическая информация: личные данные, такие как возраст, пол, местонахождение и доход. 6) Психографические данные: эти данные касаются интересов, ценностей и образа жизни клиентов, что помогает глубже понять мотивацию клиентов и адаптировать предложения под их потребности.

Теперь остановимся на некоторых технологиях, на основании которых предполагается создание и использование «цифровых двойников потребителя» (таблица 1 ниже).

Таблица 1

Перечень технологий, используемых для создания «цифрового двойника потребителя»

Технология	Предполагаемое применение
Искусственный интеллект	Разработка динамичных имитационных моделей «цифрового двойника потребителя» с возможностью постоянного обновления данных, корректировок моделирования и прогнозирования потенциальных сценариев взаимодействия, интеграция в цифровую модель управления цепями поставок и др.
Машинное обучение	Позволяет создавать модели, которые могут предсказывать будущие действия клиентов на основе их прошлых взаимодействий и предпочтений.
Предиктивная аналитика	Позволяет предсказывать будущие действия клиентов на основе анализа текущих и исторических данных.

Аналитика данных	Используются инструменты для обработки и анализа данных из различных источников, таких как история покупок, активность в социальных сетях и обратная связь от клиентов. Это позволяет создать более полное представление о клиенте.
Интернет вещей	IoT-устройства собирают данные о поведении клиентов в реальном времени, что помогает в создании более точных цифровых двойников. Например, данные о том, как клиенты перемещаются по магазину или взаимодействуют с продуктами, могут быть использованы для улучшения клиентского опыта.
Облачные платформы	Обеспечивают хранение и обработку больших объемов данных, необходимых для создания DToC. Они позволяют интегрировать данные из разных источников и обеспечивают доступ к аналитическим инструментам.
Технологии обработки естественного языка	Используются для анализа текстовых данных, таких как отзывы клиентов и сообщения в социальных сетях. Это помогает понять эмоции и настроение клиентов, что в свою очередь улучшает персонализацию предложений.
Технологии блокчейна	Позволяют клиентам управлять своей цифровой идентификацией, что повышает уровень безопасности и доверия к системам DToC.

Источник: систематизировано автором на основании анализа исследований авторов [1-21]

Эти технологии в комбинации позволяют компаниям создавать динамические виртуальные модели клиентов, которые не только отражают их прошлое поведение, но и предсказывают будущие действия, тем самым улучшая взаимодействие с клиентами и повышая уровень персонализации услуг.

Gartner определяет DToC как динамическое виртуальное зеркальное отображение клиента, которое имитирует и учится имитировать и предвосхищать поведение. DToC может и должен дополнять более широкую систему цифрового двойника цепочки поставки (digital twin supply chain или DSCT). По мнению Б. Коппингера [12], директора-аналитика отдела цепочек поставок Gartner, «цифровой двойник цепочки поставок, включающий в себя цифрового двойника клиента, может учитывать изменение поведения клиентов в различных условиях и поддерживать планы роста организации».

Предполагается, что одним из потенциально преобразующих преимуществ DToC является возможность полностью изменить точность прогнозирования потребительского спроса, что расширит и потенциально заменит существующие инструменты определения спроса. Будущий DToC сможет учитывать множество

различных данных из самых разных источников и обновлять поведение клиентов и их реакции в режиме реального времени.

Цифровой двойник клиента представляет собой преобразующий подход к пониманию поведения клиентов через призму виртуальной реальности. Цифровой двойник клиента принципиально отличается от традиционных профилей клиентов. В то время как обычные профили агрегируют статические данные из различных точек взаимодействия, DToC используют данные в реальном времени для создания гибкого представления поведения клиента. Это включает в себя интеграцию данных из онлайн-взаимодействий, истории транзакций, активности в социальных сетях и прямой обратной связи для формирования комплексного представления о клиенте.

Предсказывая будущие покупательские поведения, компании, смогут адаптировать свои маркетинговые усилия к индивидуальным предпочтениям, что должно привести к более высоким показателям вовлеченности. Также предполагается оптимизация клиентского пути: DToC помогают выявить узкие места на пути клиента, позволяя компаниям улучшать процессы, которые повышают пользовательский опыт. В отличие от традиционных реактивных подходов, DToC позволяют брендам предвосхищать потребности и предпочтения клиентов, способствуя более проактивной модели взаимодействия. Постоянно адаптируясь к потребностям клиентов, компании могут строить более крепкие отношения со своими клиентами, повысить лояльность.

В заключении отметим, что, безусловно, существуют серьезные опасения, связанные с безопасностью и конфиденциальностью данных, этичностью их использования, их сбором и обработкой, что, в целом, является одним из основных проблем и «барьеров» для внедрения многих цифровых технологий, в том числе и «цифрового двойника потребителя». Однако хотелось бы надеяться, что ученым и разработчикам удастся совместными усилиями обеспечить надежность и доверие к данной технологии, которая на сегодняшний момент еще только зарождается.

Список литературы

1. Бурганов, Р. Т. Цифровизация и ее влияние на экономику региона / Р. Т. Бурганов // Электронный экономический вестник Татарстана. – 2022. – № 2. – С. 42-48. – EDN HIUHDA.
2. Бурганов, А. Р. Эволюция научного определения астротурфинга / А. Р. Бурганов, А. Р. Бурганова // Электронный экономический вестник Татарстана. – 2023. – № 4. – С. 29-38. – EDN EFQORX.
3. Лычкина, Н. Н. Концепция цифрового двойника и роль имитационных моделей в архитектуре цифрового двойника / Н. Н. Лычкина, В. В. Павлов // Имитационное моделирование. Теория и практика (ИММОД-2023) : Сборник трудов одиннадцатой всероссийской научно-практической конференции по имитационному моделированию и его применению в науке и промышленности, Казань, 18–20 октября 2023 года. – Казань: Издательство АН РТ, 2023. – С. 139-149. – EDN ZAOYZG.
4. Морозова, О. А. Цифровой двойник клиента как перспективный технологический тренд в банкинге / О. А. Морозова // Сберегательное дело за рубежом. – 2022. – № 1. – С. 13-17. – DOI 10.36992/75692_2022_1_13. – EDN XXSZLP.
5. Сафиуллин, М. Р. Краудсорсинг как цифровая технология в сфере управления / М. Р. Сафиуллин, Р. Т. Бурганов, А. Р. Бурганова // Международный форум KAZAN DIGITAL WEEK – 2021: Сборник материалов, Казань, 21–24 сентября 2021 года. Том Часть 1. – Казань: ГБУ «НЦБЖД», 2021. – С. 244-248. – EDN DXFFUH.
6. Сафиуллин, М. Р. Краудсорсинг как новый драйвер цифровой экономики и инструмент гармонизации интересов участников / М. Р. Сафиуллин, Р. Т. Бурганов, А. Р. Бурганова // Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. – 2022. – Т. 38, № 1. – С. 85-112. – DOI 10.21638/spbu05.2022.104. – EDN UZCVOW.
7. Сафиуллин, М. Р. Репутация как один из драйверов развития территории / М. Р. Сафиуллин, Х. А. Павлова // Электронный экономический вестник Татарстана. – 2022. – № 1. – С. 15-19. – EDN WOCKHQ.
8. Akishin, Vladimir & Kislyakov, Sergey & Sotnikov, Alexander. (2022). Customer Experience Model for Communication Service Provider Digital Twin. 10.1007/978-3-030-97110-6_11.

9. Castro A. Enhancing the customer journey with gen AI-powered digital twins. – Режим доступа: <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/tech-forward/enhancing-the-customer-journey-with-gen-ai-powered-digital-twins>
10. Cosmos A. Digital twins and generative AI: A powerful pairing. - Режим доступа: <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/tech-forward/digital-twins-and-generative-ai-a-powerful-pairing>
11. Cosgun, Atil. (2024). Smart & Digital World: The Technologies Needed for Digital Twins and Human Digital Twins. ASCE-ASME J Risk and Uncert in Engrg Sys Part B Mech Engrg. 10. 10.1115/1.4065643.
12. Coppinger B. A Digital Twin of the Customer Could Transform Your Supply Chain Digitalization Strategy. – Режим доступа: <https://www.gartner.com/en/supply-chain/insights/beyond-supply-chain-blog/a-digital-twin-of-the-customer-could-transform-your-supply-chain-digitalization-strategy>
13. Gartner. A Digital Twin of a Customer Predicts the Best Consumer Experience. – Режим доступа: <https://www.gartner.com/en/insights/gartner-business-quarterly/q2-2022/digital-twin-of-a-customer>
14. Glebova, Ekaterina & Book, Robert & Su, Yiran & Peric, Marko & Heller, Jonas. (2023). Sports venue digital twin technology from a spectator virtual visiting perspective. Frontiers in Sports and Active Living. 10.3389/fspor.2023.1289140.
15. Grieves M: Completing the Cycle: Using PLM Information in the Sales and Service Functions [Slides]. SME Management Forum, Troy, MI. 2002.
16. Grieves, Michael. (2023). Digital Twins: Past, Present, and Future. 10.1007/978-3-031-21343-4.
17. Oehlschläger, Dominik & Glas, Andreas & Eßig, Michael. (2023). Acceptance of digital twins of customer demands for supply chain optimisation: an analysis of three hierarchical digital twin levels. Industrial Management & Data Systems. 124. 10.1108/IMDS-07-2023-0467.
18. He, Qiqi & Li, Li & Li, Dai & Peng, Tao & Xiangying, Zhang & Cai, Yincheng & Zhang, Xujun & Tang, Renzhong. (2024). From Digital Human Modeling to Human Digital Twin: Framework and Perspectives in Human Factors. Chinese Journal of Mechanical Engineering. 37. 10.1186/s10033-024-00998-7.
19. Lytkin, A.. (2023). Digital twins in banking: Problems and prospects. Economics and Management. 29. 718-729. 10.35854/1998-1627-2023-6-718-729.

20. Muschket, Michel & Paschmann, Jens & Nissen, Anika. (2022). Towards Human Digital Twins for Improving Customer Experience.

21. Semeraro, Concetta & Lezoche, Mario & Panetto, Hervé & Dassisti, Michele. (2021). Digital Twin Paradigm: A Systematic Literature Review. Computers in Industry. 130. 10.1016/j.compind.2021.103469.

THE DIGITAL TWIN OF THE CONSUMER: TRANSFORMING THE CUSTOMER EXPERIENCE WITH ARTIFICIAL INTELLIGENCE

BURGANOVA A.

The concept of a "digital twin" (DT) was established over twenty years ago and has since been actively utilized in engineering and manufacturing to create dynamic simulation models of systems. With the increasing application of artificial intelligence (AI), machine learning (ML), the Internet of Things (IoT), and other technologies, this concept has evolved to focus on the individual, termed the "digital twin of a customer" (DToC). The DToC technology enables the transformation of customer experience (CX) into a dynamic, evolving model through the application of the aforementioned technologies, which has sparked significant research interest. The aim of this article is to explore the main opportunities and advantages of DToC technology, as well as the limitations and challenges associated with its application and implementation.

Keywords: digital twin of a customer, DToC, customer experience, CX, artificial intelligence, AI

Рецензия на статью

Автор(ы)

Бурганова Алия Рафисовна

Название статьи: Цифровой двойник потребителя: преобразование клиентского опыта с помощью искусственного интеллекта

№	Критерии оценки качества статьи	Да	Нет	Примечание, рекомендация
1	Соответствия статьи			
1.1	Соответствие статьи профилю журнала	да		
1.2	Соответствие названия статьи ее содержанию	да		
1.3	Соответствие аннотации содержанию статьи	да		
2	Актуальность темы			
2.1	Обоснованность актуальности	да		<p>В связи с растущим применением систем искусственного интеллекта, машинного обучения, интернета вещей становится возможным преобразовать клиентский опыт в динамичную развивающуюся модель, создав «цифрового двойника» для каждого потребителя. Данная модель сможет постоянно пополняться информацией в режиме реального времени, учитывать опыт прошлого взаимодействия, прогнозировать дальнейшее поведение с учетом понимания поведенческих особенностей и др. Безусловно, данная тема вызывает интерес не только у бизнес-сообщества для оптимизации цепочки поставок, но и у исследователей по всему миру. Технология «цифровой двойник потребителя» (или клиента), в разных статьях может называться также HDT (human digital twin) была формализована Гартнер после выпуска очередного исследования ключевых «подрывных технологий». Ранее научное сообщество наработало теоретическую базу по теме «цифровой двойник» однако применительно предприятий, иных неживых объектов. Теперь же предметом исследования становится человек, в связи с чем возникает необходимость изучить многие иные факторы. Цель данной статьи – изучить основные возможности и преимущества технологии DTcS, ограничения и сложности, связанные с применением и внедрением технологии.</p>
2.2	Достаточность отражения темы по российским и зарубежным публикациям	да		<p>В списке отражены научные труды российских и зарубежных ученых по тематике.</p>

3	Научный уровень статьи			
3.1	Анализ состояния проблемы	да		
3.2	Корректность сформулированных проблем и задач	да		
3.3	Обоснованность применяемых методов исследований	да		
3.4	Достоверность выводов	да		
4	Научная новизна			
4.1	Оригинальность результатов	да		
4.2	Соответствие полученных результатов современным достижениям науки	да		
4.3	Наличие спорных положений		Нет	
5	Научность изложения			
5.1	Научность языка и стиля	да		
5.2	Доступность изложения	да		
5.3	Корректность терминологии	да		
5.4	Обоснованность объема статьи и ее элементов – рисунков, таблиц, библиографии	да		
5.5	Правильность оформления библиографии	да		
6	Оценка статьи			
6.1	Положительные качества	Статья написана на актуальную тему, научным языком. Предметом исследования является выявление основных подходов к научному определению «цифрового двойника потребителя», его преимуществ и ограничений в отечественной и зарубежной научной литературе. Работа по подготовке статьи состояла из нескольких этапов: изучение трудов (статей), анализ подходов к определению данного явления. Плюс этой работы заключается в том, что автором проделана работа для систематизации наиболее значимых работ. Текст статьи выстроен с соблюдением внутренней логики.		
6.2	Отрицательные качества	-		
6.3	Замечания и предложения	Рекомендуем авторам продолжить изучение данной темы.		

Рекомендация к опубликованию (нужное подчеркнуть):

- Статья может быть опубликована без научной правки**
- Статья может быть опубликована с небольшими редакционными поправками
- Статья может быть опубликована только после внесения исправлений и дополнений без повторного рецензирования
- Статья нуждается в исправлениях, дополнениях и повторном рецензировании
- Статью публиковать нецелесообразно

Дата: 08.11.2024

ЗАКЛЮЧЕНИЕ: статья принята к публикации

АСТРОТУРФИНГ И ЗАЩИТА ОТ ДЕЗИНФОРМЦИИ

А.Р.Бурганов
Казанский (Приволжский) федеральный университет⁷

Для цитирования: Бурганов А.Р. Астротурфинг и защита от дезинформации // Электронный экономический вестник Татарстана. 2025. Т. 2. С. 66–73.

Ведущие аналитики консалтинговой компании Гартнер ежегодно представляют общественности результаты своих исследований в виде прогноза развития десяти наиболее прорывных технологических трендов, которые окажут серьезное влияние на экономику и общество в целом. Защита от дезинформации (disinformation security) уже не первый год выделяется как одно из важнейших направлений, которому требуется уделить большое внимание руководителям организаций и ИТ-направлений, внедрить на практике для обеспечения бесперебойной работы компании в современном мире. Астротурфинг, позволяющий создать ложный положительный или отрицательный образ с помощью Интернета и социальных сетей, повлиять на доверие и репутацию компаний – одно из таких явлений, с которым предстоит справиться с помощью усиления инструментов «защиты от дезинформации». В данной статье предпринята попытка проследить связь и перспективы данных направлений.

Ключевые слова: астротурфинг, защита от дезинформации, цифровая репутация, цифровое доверие

В новейшем отчете от 2025 года [15], опубликованном консалтинговой компанией Гартнер, определяющем среди множества трендов десять ключевых, произошли значительные изменения в сравнении с предыдущими годами, однако тренд «защита от дезинформации» (disinformation security) вновь выделен экспертами среди наиболее актуальных. По прогнозам Гартнер организации уже страдают от последствий кампаний по дезинформации и предпринимают шаги

⁷БУРГАНОВ Айрат Рафисович (airatbur093@gmail.com), аспирант

по борьбе с ними с помощью специальных методов и технологий. Спрос растет так быстро, что к 2028 году 50% предприятий будут внедрять продукты, услуги или функции специально для решения задач защиты от дезинформации, по сравнению с менее чем 5% в 2024 году [15].

Защита от дезинформации (Disinformation Security) [14] — комплекс мер, предотвращающий влияние на организацию и ее клиентов недобросовестного распространения информации, которая вводит в заблуждение, в том числе и сгенерированной при помощи ИИ. Эти меры включают политику нулевого доверия, автоматическое удаление устаревших приложений и компонентов систем и многое другое. Технология проходит этап триггера инноваций и будет внедряться в течение двух–пяти лет.

По определению исследователей Гартнер защита от дезинформации призвана помочь определить, чему можно доверять, цель состоит в «создании систем, которые обеспечивают точность информации, проверяют подлинность, предотвращают выдачу себя за другого и отслеживают распространение вредоносного контента». Они также снабжают злоумышленников мощными инструментами для создания контента, который подпитывает кампании по дезинформации — целенаправленные атаки, направленные на то, чтобы ввести в заблуждение группу людей».

Кампании по дезинформации проводятся на стыке технологий «генеративного искусственного интеллекта» (GenAI) и возможностей социальных сетей и Интернета, вирусных кампаний, дезинформации, «вирусного» распространения «псевдо-мнений», отзывов с помощью чат-ботов и поддельных аккаунтов («астротурфинг»). Инструменты искусственного интеллекта и машинного обучения не только позволяют организациям автоматизировать свои процессы. Они также снабжают злоумышленников мощными инструментами для создания контента, который обеспечивает кампании по дезинформации — целенаправленные атаки, направленные на то, чтобы ввести в заблуждение группу людей.

Злоумышленники преследуют разные цели в своих кампаниях по распространению дезинформации. Некоторые хотят поляризовать целевую аудиторию. Другие надеются украсть информацию о клиентах или нарушить работу бизнеса. Рассмотрим представленные проявления «дезинформации», под описание и сущность которых подходит исследуемый нами «астротурфинг»: распространение заведомо ложных сведений, распространение дезинформации

через социальные сети и веб-сайты с поддельными новостями, использование GenAI для создания масштабной дезинформации и распространения ее до того, как организации успеют отреагировать, отслеживание убедительности электронных писем, созданных GenAI, которые точно имитируют фирменный стиль бренда или тон ключевых сотрудников. Для борьбы с этими попытками организациям необходим комплексный подход к снижению рисков, повышению прозрачности и расширению возможностей обеспечения безопасности.

Кампании по дезинформации, которые и так являются серьезной угрозой, потенциально могут стать вирусными в социальных сетях и привести к прямым корпоративным убыткам от мошенничества и ущерба, нанесенного доверию и репутации компании.

Современные ученые и исследователи подтверждают актуальность изучения вопросов репутации [3] и доверия [6], которые имеют прямой экономический эффект на деятельность организации, влияние цифровизации и цифровых инструментов на экономику [1], предлагают новые возможности принятия управленческих решений в организации с учетом новых возможностей социальных сетей и Интернета [4], [5]. Продолжая и наращивая имеющийся теоретический задел, в свою очередь представляется важным дополнить представление о современных цифровых инструментах явление «астротурфинга», эволюция становления, структуру и сущность которого в подходах различных авторов мы рассмотрели ранее [2]. Так, на основании нашего теоретического исследования, представляется возможным на данном этапе выделить следующие направления развития науки астротурфинга:

- Анализ практики манипулирования общественным мнением с применением астротурфинга на примере конкретных социальных сетей и платформ (А. Гарсия [7], Бальстерос-Агуайо Л [8], Раткевич Дж. [17], Келлер Ф.[18]);

- Астротурфинг как элемент стратегии «дезинформации» и манипуляции в политике и обществе, инструмент лоббирования интересов (Чан Дж.[9], Зербак Т.[29], Хенри К. [16]; Чо, К. [11], Хомель В. [12], Дуэйн Э.[13], Кович М.[19], Лайон Т.[23], Литс, Б.[22], Зикиене С.[31], Шарбоонне Д. [10]);

- «Коммерческий» астротурфинг (Костякова Н. [20], Макнант Дж. [25]);

- Математические и иные методы обнаружения кампаний по астротурфингу (К. Чен [21]; Махбуб С.[24], Пэнг Дж.[26]).

Данные исследования показывают, насколько многогранным является явления астротурфинга, что оно может быть использованы не только в политических целях (хотя данное направление все еще остается крайне актуальным), но и вызывает интерес у компаний и организаций в связи с возможными «экономическими» эффектом». Нам, в свою очередь, представляется важным продолжить изучение астротурфинга как значимого явления технологического тренда «безопасность от дезинформации», его влияния на экономику организации через «доверие» и «репутацию» в новом цифровом мире.

Список литературы

1. Бурганов, Р. Т. Цифровизация и ее влияние на экономику региона / Р. Т. Бурганов // Электронный экономический вестник Татарстана. – 2022. – № 2. – С. 42-48. – EDN HIUHDA.
2. Бурганов, А. Р. Эволюция научного определения астротурфинга / А. Р. Бурганов, А. Р. Бурганова // Электронный экономический вестник Татарстана. – 2023. – № 4. – С. 29-38. – EDN EFQORX.
3. Ельшин, Л. А. Эмпирическая оценка влияния деловой активности на репутационный капитал региона / Л. А. Ельшин, Р. Т. Бурганов, А. А. Абдукаева // Региональная экономика: теория и практика. – 2022. – Т. 20, № 1(496). – С. 111-130. – DOI 10.24891/re.20.1.111. – EDN DPHNAN.
4. Сафиуллин, М. Р. Краудсорсинг как цифровая технология в сфере управления / М. Р. Сафиуллин, Р. Т. Бурганов, А. Р. Бурганова // Международный форум KAZAN DIGITAL WEEK – 2021 : Сборник материалов, Казань, 21–24 сентября 2021 года. Том Часть 1. – Казань: ГБУ «НЦБЖД», 2021. – С. 244-248. – EDN DXFFUH.
5. Сафиуллин, М. Р. Краудсорсинг как новый драйвер цифровой экономики и инструмент гармонизации интересов участников / М. Р. Сафиуллин, Р. Т. Бурганов, А. Р. Бурганова // Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. – 2022. – Т. 38, № 1. – С. 85-112. – DOI 10.21638/spbu05.2022.104. – EDN UZCVOW.
6. Сафиуллин, М. Р. Репутация как один из драйверов развития территории / М. Р. Сафиуллин, Х. А. Павлова // Электронный экономический вестник Татарстана. – 2022. – № 1. – С. 15-19. – EDN WOCKHQ.

7. Arce Garcia, Sergio & Said Hung, Elias & Mottareale, Daria. (2022). Astroturfing as a strategy for manipulating public opinion on Twitter during the pandemic in Spain. *El Profesional de la Informacion*. 31. 1699-2407. 10.3145/epi.2022.may.10.
8. Ballesteros-Aguayo L. , Colussi J. y García-Estévez N. (2023). Estrategias de astroturfing en las publicaciones de Tik Tok: el caso de la Ley Trans España . *Historia y Comunicación Social*, 28(2), 267-278. <https://doi.org/10.5209/hics.92238>
9. Chan, J. (2022). Online astroturfing: A problem beyond disinformation. *Philosophy & Social Criticism*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/01914537221108467>
10. Charbonneau, D.H., Hawamdeh, S., Oltmann, S.M., Winberry, J., Yeon, J. and Zalot, A. (2023), Challenging Book Challenges: Understanding the Background, Examining “Astroturfing” as a Current Political Strategy, and Finding Ways Forward. *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*, 60: 755-757. <https://doi.org/10.1002/pra2.854>
11. Cho, C.H., Martens, M.L., Kim, H. et al. Astroturfing Global Warming: It Isn’t Always Greener on the Other Side of the Fence. *J Bus Ethics* 104, 571–587 (2011). <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0950-6>
12. Chomel, V., Panahi, M., Chavalarias, D. (2023). Manipulation During the French Presidential Campaign: Coordinated Inauthentic Behaviors and Astroturfing Analysis on Text and Images. In: Cherifi, H., Mantegna, R.N., Rocha, L.M., Cherifi, C., Miccichè, S. (eds) *Complex Networks and Their Applications XI. COMPLEX NETWORKS 2016 2022. Studies in Computational Intelligence*, vol 1077. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-21127-0_11
13. Douek, Evelyn, Governing Online Speech: From 'Posts-As-Trumps' to Proportionality and Probability (August 23, 2020). 121 *COLUM. L. REV.* 759 (2021), Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3679607> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3679607>
14. Gartner Top 10 Strategic Technology Trends for 2025. Режим доступа: <https://www.gartner.com/en/articles/top-technology-trends-2025>
15. Gartner. Protect Your Organization From Disinformation Campaigns. Режим доступа: <https://www.gartner.com/en/articles/disinformation-security>
16. Henrie, K.M.; Gilde, C. An Examination of the Impact of Astroturfing on Nationalism: A Persuasion Knowledge Perspective. *Soc. Sci.* 2019, 8, 38. <https://doi.org/10.3390/socsci8020038>

17. Jacob Ratkiewicz, Michael Conover, Mark Meiss, Bruno Gonçalves, Snehal Patil, Alessandro Flammini, and Filippo Menczer. 2011. Truthy: mapping the spread of astroturf in microblog streams. In Proceedings of the 20th international conference companion on World wide web (WWW '11). Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, 249–252. <https://doi.org/10.1145/1963192.1963301>
18. Keller, F., Schoch, D., Stier, S., & Yang, J. (2017). How to Manipulate Social Media: Analyzing Political Astroturfing Using Ground Truth Data from South Korea. Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media, 11(1), 564-567. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v11i1.14941>
19. Kovic, Marko & Rauchfleisch, Adrian & Sele, Marc & Caspar, Christian. (2018). Digital astroturfing in politics: Definition, typology, and countermeasures. *Studies in Communication Sciences*. 18. 69-85. 10.24434/j.scoms.2018.01.005.
20. Kostyakova, N., Karpov, I., Makarov, I., Zhukov, L.E. (2018). Commercial Astroturfing Detection in Social Networks. In: Kalyagin, V., Pardalos, P., Prokopyev, O., Utkina, I. (eds) Computational Aspects and Applications in Large-Scale Networks. NET 2016. Springer Proceedings in Mathematics & Statistics, vol 247. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-96247-4_23
21. Kuanchin Chen, Li-Chen Cheng, Mei-Yun Ye, Jenq-Haur Wang, A graph neural network approach to detect original review spammers of astroturfing campaigns, *Electronic Commerce Research and Applications*, Volume 62, 2023, 101326, ISSN 1567-4223, <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2023.101326>. (<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1567422323000911>)
22. Lits, B. (2020). Detecting astroturf lobbying movements. *Communication and the Public*, 5(3-4), 164-177. <https://doi.org/10.1177/2057047320969435>
23. Lyon, Thomas & Maxwell, John. (2004). Astroturf: Interest Group Lobbying and Corporate Strategy. *Journal of Economics & Management Strategy*. 13. 561-597. 10.1111/j.1430-9134.2004.00023.x.
24. Mahbub, Syed & Pardede, Eric & Kayes, A. S. M. & Rahayu, Wenny. (2019). Controlling astroturfing on the internet: A survey on detection techniques and research challenges. *International Journal of Web and Grid Services*. 15. 139-158. 10.1504/IJWGS.2019.099561.
25. McNutt, John & Boland, Katherine. (2007). Astroturf, Technology and the Future of Community Mobilization: Implications for Nonprofit Theory. *The Journal of Sociology & Social Welfare*. 34. 165-178. 10.15453/0191-5096.3278.

26. Peng J, Detchon S, Choo K-KR, Ashman H. Astroturfing detection in social media: a binary n-gram-based approach. *Concurrency Computat: Pract Exper.* 2017; 29: e4013. <https://doi.org/10.1002/cpe.4013>
 27. Schill, Dan. 2014. “Astroturfing.” In *Encyclopedia of Social Media and Politics*, edited by Kerric Harvey, 383-385. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781452244723.n30>
 28. Schler, J.; Bonchek-Dokow, E. Profiling Astroturfers on Facebook: A Complete Framework for Labeling, Feature Extraction, and Classification. *Mach. Learn. Knowl. Extr.* 2024, 6, 2183-2200. <https://doi.org/10.3390/make60401084>
 29. Zerback, Thomas & Toepfl, Florian & Knöpfle, Maria. (2020). The disconcerting potential of online disinformation: Persuasive effects of astroturfing comments and three strategies for inoculation against them. *New Media & Society.* 23. 10.1177/1461444820908530.
 30. Zhang, J. & Carpenter, Darrell & Ko, M.. (2013). Online astroturfing: A theoretical perspective. 19th Americas Conference on Information Systems, AMCIS 2013 - Hyperconnected World: Anything, Anywhere, Anytime. 4. 2559-2565.
 31. Zickiene Skaidrė. 2019. “Grassroots Activism and Sustainable Development.” In *Encyclopedia of Sustainability in Higher Education*, 1-10. Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-63951-2_281-2
-

ASTROTURFING AND DISINFORMATION SECURITY

Burganov A.

Leading analysts from the consulting firm Gartner annually present their research findings to the public in the form of a forecast on the ten most disruptive technological trends that will significantly impact the economy and society as a whole. Disinformation security has been highlighted for several years as a critical area requiring substantial attention from organizational leaders and IT sectors. Implementing effective measures in this domain is essential for ensuring the uninterrupted operation of companies in today's complex environment.

Astroturfing, a tactic that creates a false positive or negative image through the internet and social media, can influence trust and reputation. This phenomenon represents one of the challenges that must be addressed through enhanced disinformation protection tools. This article attempts to trace the connection and prospects of these developments, emphasizing the importance of proactive strategies

against disinformation in safeguarding organizational integrity and resilience. In light of these concerns, organizations must recognize disinformation as a cybersecurity threat, adapting existing frameworks to mitigate its impact effectively. By understanding the nuances between misinformation and disinformation, businesses can better prepare themselves against these emerging risks, ensuring their reputations remain intact amidst potential attacks.

Keywords: astroturfing, disinformation security, digital reputation, digital trust

Рецензия на статью
для опубликования в научном журнале
«Электронный экономический вестник Республики Татарстан»

Автор(ы)	Бурганов Айрат Рафисович		
Название статьи: Астротурфинг и защита от дезинформации			

№	Критерии оценки качества статьи	Да	Нет	Примечание, рекомендация
1	Соответствия статьи			
1.1	Соответствие статьи профилю журнала	да		
1.2	Соответствие названия статьи ее содержанию	да		
1.3	Соответствие аннотации содержанию статьи	да		
2	Актуальность темы			
2.1	Обоснованность актуальности	да		Защита от дезинформации (disinformation security) - одно из важнейших направлений, которому требуется уделить большое внимание руководителям организаций для обеспечения бесперебойной работы компаний в современном мире. Очередной доклад ведущей мировой консалтинговой компании Гартнер значительно обновил технологические тренды, однако «защита от дезинформации» все еще осталась в ключевых десяти направлениях. Астротурфинг, позволяющий создать ложный положительный или отрицательный образ с помощью Интернета и социальных сетей, повлиять на доверие и репутацию компаний – одно из таких явлений, с которым предстоит справиться с помощью усиления инструментов «защиты от дезинформации». В данной статье предпринята попытка проследить связь между глобальным трендом «защита от дезинформации» и «астротурфингом».
2.2	Достаточность отражения темы по российским и зарубежным публикациям	да		В списке отражены научные труды российских и зарубежных ученых по тематике.
3	Научный уровень статьи			
3.1	Анализ состояния проблемы	да		
3.2	Корректность сформулированных проблем и задач	да		
3.3	Обоснованность применяемых методов исследований	да		
3.4	Достоверность выводов	да		
4	Научная новизна			

4.1	Оригинальность результатов	да		
4.2	Соответствие полученных результатов современным достижениям науки	да		
4.3	Наличие спорных положений		Нет	
5	Научность изложения			
5.1	Научность языка и стиля	да		
5.2	Доступность изложения	да		
5.3	Корректность терминологии	да		
5.4	Обоснованность объема статьи и ее элементов – рисунков, таблиц, библиографии	да		
5.5	Правильность оформления библиографии	да		
6	Оценка статьи			
6.1	Положительные качества	<p>Статья написана на актуальную тему, научным языком. Предметом исследования является технологический тренд «безопасность от дезинформации» и его проявления.</p> <p>Работа по подготовке статьи состояла из нескольких этапов: изучение и анализ трудов (статей) в отечественной и зарубежной научной литературе, выделение ключевых «направлений» развития научной мысли об астротурфинге, обнаружение связи между технологическим трендом «безопасность от дезинформации» и «астротурфингом» как его проявлением.</p> <p>Плюс этой работы заключается в том, что автором проделана работа для систематизации наиболее значимых работ. Текст статьи выстроен с соблюдением внутренней логики.</p>		
6.2	Отрицательные качества	-		
6.3	Замечания и предложения	Рекомендуем авторам продолжить изучение данной темы.		

Рекомендация к опубликованию (нужное подчеркнуть):

- Статья может быть опубликована без научной правки**
- Статья может быть опубликована с небольшими редакционными поправками
- Статья может быть опубликована только после внесения исправлений и дополнений без повторного рецензирования
- Статья нуждается в исправлениях, дополнениях и повторном рецензировании
- Статью публиковать нецелесообразно

Дата: 25.06.2025

ЗАКЛЮЧЕНИЕ: статья принята к публикации

IV. МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

МУНИЦИПАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ И ЕЁ СТОИМОСТЬ

Е.В.Рожков

АО АКИБ «Почтобанк» (Пермь, Россия)⁸

Для цитирования: Рожков Е.В. Муниципальная собственность и её стоимость // Электронный экономический вестник Татарстана. 2025. Т. 2. С. 76–85.

Актуальность заключается в том, что экономистами не рассматривается вопрос зависимости роста строительства объектов муниципальной собственности и стоимости муниципальной собственности. Целью статьи заключается в оценке стоимости недвижимого имущества находится «на поверхности», т.е. того имущества, которое осталось с советских времён. Задача состоит в выявлении зависимости роста стоимости муниципальной собственности от её обновления.

Ключевые слова: муниципальное образование, муниципальная собственность, имущество, стоимость.

Современные менеджеры муниципальных образований должны понимать, что их работа по управлению собственностью должна приносить материальные блага для общества [1, С. 21].

Земскова И. А., Зотов В. Б. [2], Козлова С. В. [3] и некоторые другие. При этом безусловный приоритет в исследованиях занимают вопросы организации процессов управления муниципальной собственностью, поиск решений проблемы формирования эффективных механизмов её использования [4]. И что особенно важно, и это следует подчеркнуть, предлагаемые решения имеют в своей основе определенный консенсус в понимании сущности муниципальной собственности как объекта управления [5, С. 192].

⁸ РОЖКОВ Евгений Викторович (rozhkov.evgeniy.1975@bk.ru), специалист

Объекты недвижимости рассматриваются и в качестве потребления и в качестве инвестирования [6].

Проблема - имущественный комплекс находящийся в собственности муниципального образования город Пермь состоит из движимого и недвижимого имущества. Если учесть, что движимое имущество (автомобильный транспорт) периодически обновляется, то явная проблема в оценке стоимости недвижимого имущества находится «на поверхности», т.е. того имущества, которое осталось с советских времён (до 1991 года постройки), за исключением нескольких новых объектов построенных и введённых в эксплуатацию в последние годы.

Объект исследования – процессы по оценке стоимости собственности.

Предмет исследования – муниципальная собственность.

Задача исследования состоит в выявлении зависимости роста стоимости муниципальной собственности от её обновления.

Теоретико-методологическая актуальность данной работы заключается в том, что экономистами не рассматривается вопрос зависимости роста строительства объектов муниципальной собственности и стоимости муниципальной собственности. Недостаточность разработки данных вопросов предопределили актуальность, практическую значимость проблемы и задачи, которые автор обозначил в статье.

Данная цель определила необходимость решения следующей задачи:

- выявить зависимость роста стоимости муниципальной недвижимости от увеличения количества строящихся новых объектов капитального строительства;

- определить зависимость стоимости собственности от года постройки.

Вопросы, связанные с имуществом, изучались такими российскими учёными как: Андреева А.В., Белокопытова Е.Н., Маклакова Е.Д. [7], Маслов Б.Г., Пригода Л.В., Разорвин И.В. [8], Рогачёва А.А. [9], Чистякова А.В. [10], Федорова М.Ю. [11] и зарубежными учёными: Ballester F., Nam T. и другими.

Косова Е.Г. и другие учёные, считает, что в «городской собственности находятся активы, которые предназначены для решения вопросов, касающихся организации удовлетворения потребностей населения» [12].

Новые требования в экономике к вопросам по эксплуатации имущества, требуют от руководства муниципалитетов новых методических подходов в эксплуатации [13, С. 58].

«Состояние и степень эффективности управления муниципальной собственностью в настоящее время не обеспечивает на практике реализацию её экономической сущности как основы местного самоуправления» [14, С. 69].

Антонюк В.С. и Кремер Д.В. [15] считают, что с общеметодологической, философской точки зрения городское пространство представляют форму существования материальных объектов [15, С. 41].

По мнению Косовой Е.Г. составной частью муниципальной экономики является хозяйство, состоящее из предприятий и учреждений, осуществляющих на территории муниципалитета хозяйственную деятельность, направленную на удовлетворение общественных потребностей населения [16].

Мироненко Н.Н. и Павлов Н.В. [17] считают, что муниципальная собственность является основанием для деятельности местного самоуправления и используется местными органами самоуправления для решения своих вопросов [17, С. 214].

«Муниципальная собственность имеет сложную правовую природу, поскольку правоотношения по поводу данного вида собственности возникают исключительно в сфере местного самоуправления, по поводу которого в науке существуют различные взгляды, в т.ч., которые могут противоречить друг другу» [18, С. 106].

«В процессе управления собственностью реализуются различные планы, программы и решения управленческого характера, которые в обязательном порядке должны быть направлены не только на реализацию полномочий, но и извлечения максимально возможной прибыли» [19, С. 2].

«В сферу управления имуществом муниципалитета входят такие вопросы, как: безвозмездная передача имущества; переход имущества из одного вида собственности в другой, в т.ч. муниципальную; приватизация; передача имущества во владение и (или) пользование; ликвидация муниципальных учреждений; приём бесхозного имущества» [20].

В 2020 году Правительством Российской Федерации была утверждена Методика определения критериев оптимальности состава государственного и муниципального имущества и показателей эффективности управления и распоряжения им (для местных органов власти является рекомендательной). Методика предусматривает систему показателей эффективности по следующим категориям: акции обществ; недвижимое имущество закреплённое за

унитарными предприятиями; недвижимое имущество закреплённое за муниципальными учреждениями; недвижимое имущество казны [21, С. 261].

В статье применяются общенациональный подход и метод исследования и к основным методам исследования относятся: системный метод, метод сравнительного анализа и синтез [22].

Кадастровая и рыночная стоимость обычно не совпадают между собой. Но бывают случаи, когда и рыночная стоимость выше кадастровой и наоборот[23, С. 30].

По недвижимому имуществу наибольшее количество (19850 единиц) относится к объектам инженерной инфраструктуры и соответственно, наибольшей балансовой стоимостью - 19813 млн. руб. Из движимого имущества количество единиц транспортных средств (813) меньше чем прочего движимого имущества (2543) [24].

Количество муниципальных учреждений города Перми за последние годы представлены в табл. 1.

Таблица 1
Муниципальные учреждения города Перми (по отраслям)
(в 2020 - 2022 г.г.)

№ п/п	Наименование	Год		
		2020	2021	2022
1	Учреждения дошкольного образования	131	110	86
2	Учреждения образования	151	140	106
3	Учреждения культуры	42	41	41
4	Учреждения спорта	30	29	27

В таблице 1 представлены данные по муниципальным учреждениям муниципального образования город Пермь, в разрезе следующих отраслей: дошкольное образование (детские сады/ ясли), образование (в т.ч. школы), культуры и спорта. Данные Департамента имущественных отношений показывают ежегодное (с 2020 по 2022 годы) снижение количества муниципальных учреждений.

Тем не менее, городская администрация ежегодно проводит сделки по приобретению частной собственности в муниципальную.

Муниципальное образование город Пермь за последний год приобрёл несколько объектов недвижимости в свою собственность, в основном эти сделки были связаны с приобретением торговых объектов по решению суда за вознаграждение (сумму выплат из муниципального бюджета определял суд на основании независимой экспертизы), но и есть такие объекты как ледовый дворец спорта и музей артиллерии (также за счёт средств муниципального бюджета) бывшего оборонного предприятия (предприятие-банкрот). Когда-то, это предприятие, Пермский пушечный завод был самым мощным предприятием оборонной промышленности России [25, С. 529].

Концепция управления собственностью и процессы связанные с приватизацией муниципального имущества оказывают существенное влияние на оценку стоимости недвижимости [26].

Информация по приватизации имущества города Перми за последние годы представлена в табл. 2.

Таблица 2
Приватизация имущества города Перми в 2020 - 2022 годах

В соответствии с законодательством	2020		2021		2022	
	Кол-во	Площадь	Кол-во	Площадь	Кол-во	Площадь
178-ФЗ	13	4873,5	9	2498,2	9	979,5
159-ФЗ	19	2423,5	20	1360,2	6	246,7
Всего:	32	7297,0	29	3858,4	15	1223,2

В таблице 2 представлены данные по количеству приватизированного имущества города Перми в 2020 - 2022 годах по Законам (№ 178-ФЗ «О приватизации государственного и муниципального имущества» и № 159-ФЗ «Об особенностях отчуждения недвижимого имущества, находящегося в государственной или муниципальной собственности и арендуемого субъектами малого и среднего предпринимательства и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»). По представленным показателям видно, что общее количество приватизированных предприятий уменьшается (в 2021 году, на 3 меньше, чем в 2020 году, а в 2022 году, на 6 меньше, чем в 2021 году. Соответственно и площадь приватизированных помещений снижается).

Также, необходимо обратить внимание на недвижимое имущество муниципалитета, а именно: при проведении аукциона, в 2019 году на приобретение нового электротранспорта, кроме 1 (одного) «трёхсекционного» вагона за 108,3 млн. руб. были указаны 8 (восемь) «односекционных» вагонов [27].

Кроме того, что 10 % комплектующих вышеуказанных вагонов являются иностранные производители, стоимость закупленных вагонов по мнению автора была завышена. Данные аукционов, проведённых администрациями разных городов России по закупке «односекционных» вагонов электротранспорта за последние годы представлены в таблице 3.

Таблица 3

**Проведённые аукционы по закупке
«односекционных» вагонов в 2017 - 2019 годах [27]***

№ п / п	Год provе - дения аукци - она	Город	Модель	Производитель	Поставщик	Стоимость за 1 шт.
1	2017	г. Ростов-на-Дону	71-911ЕМ «Львёнок»	ПК «Транспортные системы»	ПК «Транспортные системы»	32,8 млн. руб.
2	2018	г. Екатеринбург	71-407-01	АО «Уралтрансмаш»	Нижегородская компания ООО «Фобос-ТС»	15,38 млн. руб.
3	2018	г. Казань	71-407-01	АО «Уралтрансмаш»	АО «Уралтрансмаш»	17,00 млн. руб.
4	2018	г. Коломна	71-407-01	АО «Уралтрансмаш»	АО «Уралтрансмаш»	20,50 млн. руб.
5	2019	г. Улан-Удэ	71-911ЕМ «Львёнок»	ПК «Транспортные системы»	ПК «Транспортные системы»	33,2 млн. руб.

6	2019	г. Пермь	71-911ЕМ «Львёнок»	ПК «Транспортные системы»	ПК «Транспортные системы»	44,3 млн. руб.
---	------	----------	-----------------------	---------------------------------	---------------------------------	-------------------

* - составлено по [27].

В таблице 3 представлены данные по закупкам «односекционных» вагонов администрациями разных городов за последние три года. По техническим характеристикам, модели разных производителей незначительно отличаются друг от друга, чем характеризуется возможность участия их участия в проходящих аукционах на поставку «односекционных» вагонов. Стоимость трамвайного вагона может варьироваться в зависимости от логистики доставки, но незначительно от заводской стоимости. Тем не менее, в 2019 году при проведении аукциона администрацией города Перми, закупленные вагоны модели 71-911ЕМ «Львёнок» по цене 44,3 млн. руб. за 1 шт. являются самыми дорогими в России (по сравнению с аналогичными аукционами проведёнными администрациями других городов за три года с 2017 по 2019). Соответственно, при закупке «односекционных» трамвайных вагонов за 354,4 млн. руб. вместо 8 (восьми) вагонов модели 71-911ЕМ (производитель ПК «Транспортные системы»), можно было приобрести в 2 раза больше, т.е. 16 (шестнадцать) вагонов модели 71-407-01 (производитель АО «Уралтрансмаш») [27].

Заключение

Собственность муниципального образования город Пермь неоднозначна, с одной стороны количество муниципальных учреждений снижается, снижается количество приватизированных объектов, снижается количество объектов сдающихся в аренду и соответственно, их площадь, что можно характеризовать, как снижение стоимости имущественного комплекса из-за её состава и качества (зависит от года постройки). Задачей увеличения стоимости недвижимого имущества видится в увеличении количества новостроек, а также реконструированных объектов.

Между тем, недвижимое имущество, к которому относится муниципальный автобусный парк и муниципальный электротранспорт обновляются, ежегодно закупаются новые единицы, современные, экологичные

и энергоэкономные. Единственный недостаток по данному направлению, это завышенная их стоимость при закупках.

Список литературы

1. Рожков Е.В. Рассмотрение возможности применения теорем А.Смита к контролю за муниципальным имуществом // Экономика. Социология. Право. 2021. № 3. С. 21 - 28.
2. Зотов В.Б., Голованов В.И. Проблемы финансового обеспечения в муниципальных образованиях и направления повышения уровня самостоятельности местной власти // Научный информационно-аналитический журнал Муниципальная академия. 2018. № 51. С. 57 - 61.
3. Козлова С.В. Трансформация институциональной среды российской модели управления государственным сектором экономики // Менеджмент и бизнес - администрирование. 2018. № 4. С. 52 - 62.
4. Тхабисимов Х.А. Некоторые особенности становления и развития института муниципальной собственности в России // Актуальные проблемы российского права. 2016. № 3(64). С. 63 - 70.
5. Дубровский В.Ж., Рожков Е.В. Сущность системы управления муниципальной собственностью, её трансформация в условиях цифровизации // Муниципальная академия. 2021. № 1. С. 190 - 195.
6. Долгих В.А., Холина В.Н. Региональные различия в цене на жилую недвижимость в крупнейших городах мира (2011-2021 г.г.) // Инновационная экономика. 2021. № 3(28). С. 45-62.
7. Маклакова Е.Д., Лябах А.Ю. Анализ реализации муниципальной программы городского округа Химки Московской области «Управление имуществом и муниципальными финансами» // ГосРег: государственное регулирование общественных отношений. 2022. № 1(39). С. 194-198.
8. Разорвин И.В., Рожков Е.В. Институциональные проблемы государственного управления экономикой // Вопросы управления. 2015. № 4(16). С. 138 - 144.
9. Рогачёва А.А. Проблемы дефинитивной нормы, закрепляющей понятие недвижимости в Гражданском кодексе РФ // XIV итоговая студенческая научная конференция (Санкт-Петербург, 1 апр. 2022 г.) Сборник статей. В 2 т. Т. 2. СПб.: С.-Петербург. ин-т(фил). ВГУЮ (РПА Минюста России). 2022. С. 105-110.

10. Чистякова А.В. Типология жилых комплексов по признаку уровня комфорта городской среды // Архитектура, градостроительство и дизайн. 2021. № 3(29). С. 16-22.
11. Федорова М.Ю. Формирование профессиональных знаний студентов в процессе изучения дисциплины «предметное наполнение архитектурной среды» // Архитектура, градостроительство и дизайн. 2021. № 4(30). С. 48-56.
12. Косова Е.Г., Акбаев Р.А., Гогушева Т.М. Особенности управления имущественным комплексом городского муниципального образования // Новые технологии. 2014. № 3. С. 53-57.
13. Георг Г.М. Роль цифровых технологий в управлении муниципальной собственностью // Инновационная наука. 2022. № 2-2. С. 58-60.
14. Бондарева А.А., Кузнецова П.Ю. Проблемы управления муниципальной собственностью на примере Губахинского городского округа // Города и местные сообщества. 2017. Т. 1. С. 68-73.
15. Антонюк В.С., Кремер Д.В. Экономический потенциал крупных муниципальных образований: теоретические и методологические подходы к анализу // Социум и власть. 2020. № 3(83). С. 40-55. DOI: 10.22394/1996-0522-2020-3-40-55.
16. Косова Е.Г. Особенности управления имущественным комплексом городского муниципального образования // Новые технологии. 2013. С. 106-109.
17. Мироненко Н.Н., Павлов Н.В. Особенности осуществления управления муниципальной собственностью // Эпомен. 2022. № 69. С. 212-219.
18. Лобанов А.Д. Особенности правового регулирования института муниципальной собственности // Вестник науки. 2022. Т. 1. № 2(47). С. 105-111.
19. Тилинина А.Ю. Особенности управления муниципальным имуществом // Актуальные проблемы естественных и технических наук. Межвузовская научно-практическая конференция. Санкт-Петербург. ФГАОУВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого». 25 июня 2021 года. С. 233-240.
20. Щурилов А.В. Проблемный анализ управления муниципальным имуществом органами местного самоуправления городского округа г. Ковров // Учёные записки. 2022. № 1(41). С. 59-61.
21. Кулак А.А., Небавская Т.В. Методика определения критериев оптимальности состава государственного и муниципального имущества //

Экономический рост как основа устойчивого развития России. 6 Всероссийская конференция. Краснодар. КГАУ. 25-26 ноября 2021 года. С. 259-263.

22. Бартош А.А., Малышев Е.А. Монопрофильное муниципальное образование как особая категория научного исследования // Вестник ЗабГУ. 2017. Т. 23. № 5. С. 107-114.

23. Дзетль Б.Р., Чернов Ю.И. Влияние кадастровой переоценки на привлекательность инвестиционной деятельности в области недвижимости // Очерки новейшей камералистики. 2022. № 1. С. 29-31.

24. Рожков Е.В. Эффективность от цифровизации муниципального имущества (на примере Перми) // Муниципальная академия. 2021. № 1. С. 183-189.

25. Силин Я.П., Анимица Е.Г., Новикова Н.В. Уральский макрорегион в эпицентре российских индустриальных модернизаций // Труды ВЭО России. 2018. Т. 211. № 3. С. 525-547.

26. Марамыгин М.С., Вороная М.Н. Перспективы оценки стоимости земли в Российской Федерации // Известия уральского государственного экономического университета. 2007. № 1(18). С 39-45.

27. Рожков Е.В. К вопросу по управлению собственностью (на примере транспорта муниципального образования город Пермь) // Транспорт: наука, техника, управление. 2020. № 12. С. 44-50.

MUNICIPAL PROPERTY OF THE CITY AND ITS COST

ROZhKOV E.

The relevance lies in the fact that economists do not consider the issue of the relationship between the growth of construction of municipal property and the cost of municipal property.

The purpose of the article is to assess the value of real estate located “on the surface”, i.e. of the property that remained from Soviet times. The task is to identify the dependence of the growth in the value of municipal property on its renewal.

Keywords: municipality, municipal property, property, cost.

Рецензия на статью
для опубликования в научном журнале
«Электронный экономический вестник Республики Татарстан»

Автор(ы)	Рожков Евгений Викторович		
Название статьи: МУНИЦИПАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ И ЕЁ СТОИМОСТЬ			

№	Критерии оценки качества статьи	Да	Нет	Примечание, рекомендация
1	Соответствия статьи			
1.1	Соответствие статьи профилю журнала	да		
1.2	Соответствие названия статьи ее содержанию	да		Название статьи полностью соответствует ее содержанию
1.3	Соответствие аннотации содержанию статьи	да		
2	Актуальность темы			
2.1	Обоснованность актуальности	да		Актуальность статьи определяется запросом современной региональной и муниципальной экономики. В статье рассмотрены основные проблемы с реализацией теоремы права собственности на примере муниципальной собственности
2.2	Достаточность отражения темы по российским и зарубежным публикациям	да		Использовалась современная отечественная литература по теме исследования
3	Научный уровень статьи			
3.1	Анализ состояния проблемы	да		
3.2	Корректность сформулированных проблем и задач	да		
3.3	Обоснованность применяемых методов исследований	да		
3.4	Достоверность выводов	да		
4	Научная новизна			
4.1	Оригинальность результатов	да		
4.2	Соответствие полученных результатов современным достижениям науки	да		
4.3	Наличие спорных положений		Нет	
5	Научность изложения			
5.1	Научность языка и стиля	да		
5.2	Доступность изложения	да		
5.3	Корректность терминологии	да		
5.4	Обоснованность объема статьи и ее элементов – рисунков, таблиц, библиографии	да		
5.5	Правильность оформления библиографии	да		
6	Оценка статьи			
6.1	Положительные качества	Статья написана на актуальную тему, научным языком. Исследовательская проблема в статье сформулирована корректно. В статье рассмотрено состояние и проблемы		

		связанные с формированием стоимости имущества на уровне муниципалитета.
6.2	Отрицательные качества	-
6.3	Замечания и предложения	

Рекомендация к опубликованию (нужное подчеркнуть):

1. Статья может быть опубликована без научной правки
- 2. Статья может быть опубликована с небольшими редакционными поправками**
3. Статья может быть опубликована только после внесения исправлений и дополнений без повторного рецензирования
4. Статья нуждается в исправлениях, дополнениях и повторном рецензировании
5. Статью публиковать нецелесообразно

Дата: 22.04.2024

ЗАКЛЮЧЕНИЕ: статья принята к публикации

МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ МУНИЦИПАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ

Е.В.Рожков

АО АКИБ «Почтобанк» (Пермь, Россия)⁹

Для цитирования: Рожков Е.В. Механизм управления муниципальной собственностью // Электронный экономический вестник Татарстана. 2025. Т. 2. С. 88–95.

Развитие цифровых технологий на примере механизма управления муниципальной собственностью показывает о необходимости применения новых технологий в работе местных органов власти. К основным требованиям изменения механизма управления собственностью предъявляется современное использование средств связи и предоставления услуг местными органами власти. К общим механизмам управления собственностью на уровне муниципального образования можно отнести: административный; экономический; социально-психологический.

Ключевые слова: цифровизация, механизм, собственность, имущество, муниципалитет, услуги, инфраструктура.

Необходимость ежедневной обработки данных о большом количестве муниципального имущества подталкивает местные органы власти к принятию решения о его цифровизации [11]. Создание единой информационной платформы позволит повысить качество сведений об объектах недвижимости и т.д. [13]. Сегодня можно говорить о необходимости применения цифровых технологий [10]. Принято считать, что цифровизация собственности позволит преобразовать потоки аналоговых данных в цифру [12]. Согласно указа президента РФ, до 2030 года в нашей стране до 95 % предоставляемых социально значимых услуг должно предоставляться в электронном виде [9].

Цель исследования – определить современные механизмы управления собственностью на уровне муниципального образования.

Задача исследования – анализ работы механизмов управления имущества.

⁹ РОЖКОВ Евгений Викторович (rozhkov.evgeniy.1975@bk.ru), специалист

Теоретико-методологическая актуальность данной работы заключается в том, что экономистами не рассматриваются современные подходы в определении использования интеллектуальных технологий.

Изучены существующие компетентные мнения и результаты качественных исследований по основным проблемам и вызовам внедрения цифровых технологий, материалы по текущей ситуации и перспективных направлениях в этой сфере, в том числе с опорой на существующий зарубежный опыт. Использовались общенаучные методы исследования: описательный, содержательного анализа, сравнительного анализа и синтеза полученной информации [2].

При использование единой цифровой платформы учёта муниципальной собственности и ресурсов ЖКХ позволит провести анализ сквозных информационных потоков в разрезе временных интервалов, структуры и объёма информационных сообщений [14]. Эксплуатация объектов - длительный и затратный период жизненного цикла объекта и именно на нём можно получить экономический эффект от внедрения BIM-технологий [5].

Семячков К.А. считает необходимым опираться на научные исследования процессов управления муниципальной собственностью [15]. Муниципальная собственность как источник дополнительного дохода, является фактором, от которого может зависеть качество жизни людей [4].

К общим механизмам управления собственностью на уровне муниципального образования можно отнести: административный; экономический; социально-психологический.

Такие процессы как: преобразование структуры данных; агрегирование данных; перевод значений; создание новых данных и т.д. [3]. Рассмотрим пример архитектуру программы по управлению муниципальной собственностью (рис. 1) [7].

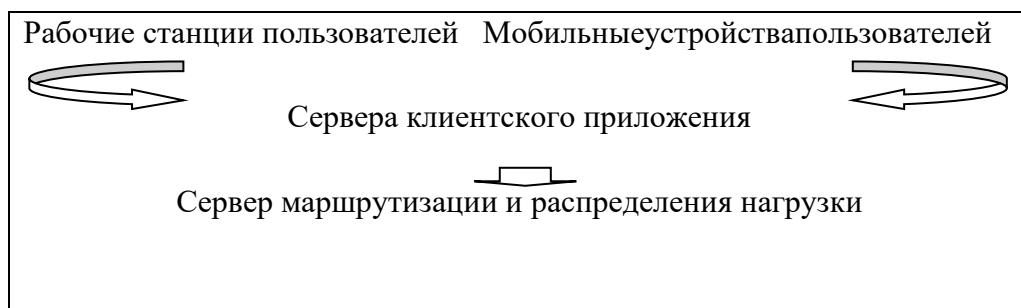


Рис. 1. Архитектура программы [7].

На рисунке 1 показана теоретическая работы программы для управления муниципальной собственностью.

Элементы механизмов управления, ориентированных на совершение деятельности, показаны на рис. 2 [19].

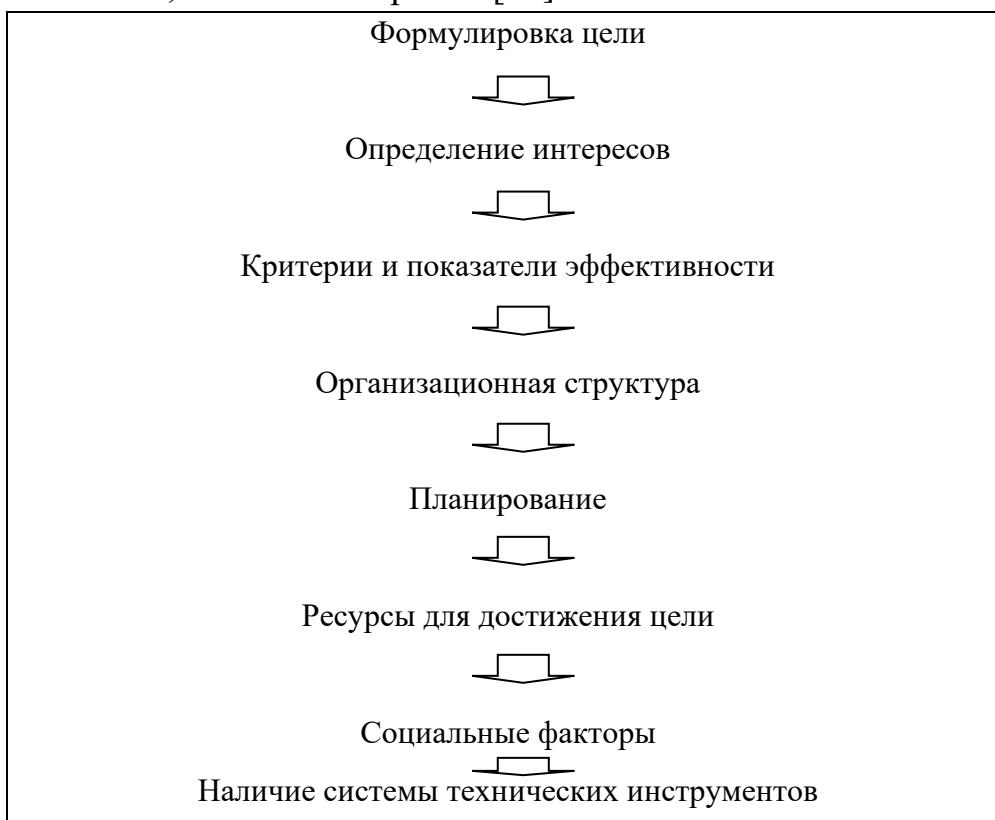


Рис. 2. Элементы механизмов управления [19].

На рисунке 2 показаны элементы механизмов управления позволяющие увидеть направление от «формулировки цели» до «наличия системы технических инструментов».

Сами экономические механизмы формируются на основе стохастических и детерминированных взаимосвязей экономических явлений и обусловленные их временной последовательностью [20]. Совокупность специальных механизмов составляет структурную основу цифрового двойника системы управления [1].

Экономический механизм – совокупность методов воздействия на экономические интересы людей в целях достижения наилучших результатов с наименьшими затратами [18]. Для того, чтобы сформировать эффективный

механизм управления, необходимо использовать интегрирующие компоненты внутренней и внешней среды [6].

Также, необходимо отметить, что механизм разработки планов и прогнозов тоже должен совершенствоваться, так как требует более сложной степени проработки с учётом интересов территорий [21].

По программе «Управление муниципальным имуществом города Перми», местными органами власти реализуются поставленные перед ними задачи. Результаты по реализации этой программы за последние годы представлены в табл. 1 [10].

Таблица 1
Результаты программы «Управление муниципальным имуществом города Перми»* [10]

№ n/n	Наименование программы, подпрограммы, показатели результатов	цели изм.	Ед. изм.	2020	2021	2022	2023
1	Доля имущества, находящегося в реестре муниципального имущества города Перми	% %		96,2	96,2	96,2	нет данных
2	Объём задолженности в бюджет города Перми по арендной плате за имущество (без учёта пени и штрафов)	млн. руб.		124,0	105,4	89,6	нет данных

*Источник - Составлено автором по данным: [10].

В таблице 1 показаны результаты программ и подпрограмм управления муниципальным имуществом в городе Перми за последние годы. Прослеживается динамика к снижению задолженности по арендной плате (с 2020 по 2022 годы).

Ожидаемые результаты программы по управлению бесхозяйственной инфраструктурой показаны в табл. 2.

Таблица 2
Управление бесхозяйственной инфраструктурой [16]

№ n/n	Действия органов местного самоуправления	Ожидаемый результат
----------	---	------------------------

1	Проведение полной инвентаризации, постановка на учёт и перевод объектов в собственность муниципального образования	Полноценная информация по объектам бесхозного имущества
2	Цифровизация имущества, его дальнейшее использование по назначению или продажа	Пополнение муниципального бюджета

* Источник - Составлено автором по данным:[16].

Как видно по информации, представленной в таблице 2, ожидаемый результат по реализации программы управления бесхозяйственной инфраструктурой носит экономический характер, это и снижение затрат на содержание собственности и пополнение муниципального бюджета.

Тимохин А.А. изучая практику по динамике неналоговых поступлений в городской бюджет, ищет пути повышения эффективности использования муниципальной собственности и предлагает использовать комплексный подход [17].

Построение механизма управления и внедрение информационных систем позволяют решить такие управленческие задачи: сокращению рисков по возможному выбытию управленческой системы; формирование гибкой управленческой системы; готовность к модернизации с учётом потенциала цифровых технологий [8].

Опыт муниципальной собственностью города Перми описываемый автором статьи показывает, что механизм управления собственностью неоднороден и состоит из нескольких блоков. Сами по себе блоки являются внутренними и внешними факторами формирования собственности и влияющими на процессы управления.

Основными элементами управления собственностью являются: критерии и показатели эффективности управления собственностью. Организационная структура и планирование. К наличию системы технических инструментов относят её современную модернизацию и перевод на цифровую платформу. Использование цифровой платформы управления имуществом создаст чётко работающий механизм работы по её управлению, удобства контроля и управления.

Список литературы

1. Анискин Ю.П. Стратегические корпоративные изменения в условиях развития цифровых двойников управления компаниями // Экономические и социально-гуманитарные исследования. - 2021. - № 3(31). - С. 6-16.
2. Бондаренко В.А., Гузенко Н.В. Цифровая сфера здравоохранения России: «умные технологии» в обеспечении качества жизни // Вестник ЮРГТУ (НПИ). - 2021. - № 1. - С. 103-113.
3. Горегляд В.В. Проблемы преобразования и интеграции данных во время ETL-процесса// Актуальные направления научных исследований XXI века: теория и практика. - 2018. - Т. 6. - № 6(42). - С. 90-92.
4. Дмитриева С.С., Еремеева К.Е. Управление муниципальной собственностью: проблемы и пути решения// Проблемы организации и деятельности органов местного самоуправления. Материалы межвузовского (ежегодного) студенческого круглого стола. Иркутск, 28 мая 2021 года. - С. 28-34.
5. Иванова А.Н. Анализ эффективности использования BIM-технологий при эксплуатации объектов недвижимости // IV Всероссийский научно-исследовательский конкурс. МЦНС «Наука и просвещение». - 2020. - С. 17-21.
6. Кобозева Е.М., Селиверстова О.В. Основные механизмы повышения эффективности управления производством // 9 Международная молодёжная научная конференция. Курск. ЮЗГУ. В 6-ти томах. Том. 1. 21-22 апреля 2021 года. С. 141-144.
7. Попов С.Г., Самочадина Т.Н., Самочадин А.В. Архитектура программно-технологической платформы интерактивного стратегирования и бизнес-анализа с элементами прогнозирования// Наука и бизнес: пути развития. - 2020. - № 12(114). - С. 139-154.
8. Родькина А.В. Особенности формирования механизма управления промышленным предприятием в условиях глобализации и цифровизации// Управление и цифровизация: национальное и региональное измерение. II национальная научно-практическая конференция с международным участием. Брянск. БГУ имени академика И.Г. Петровского. 2022. С. 176-180.
9. Рожков Е.В. Методика оценки процессов цифровизации управления муниципальной собственности (на примере Перми) // Наука о человеке: гуманитарные исследования. - 2022. - Т. 16. - № 4. - С. 221-229.

10. Рожков Е.В. Методические подходы и определение эффективности по цифровизации муниципальной собственности // Экономический журнал. - 2021. - № 2(62). - С. 56-62.
11. Рожков Е.В. Применение теорем Р. Коуза при управлении муниципальной собственностью // Политика, экономика, инновации. - 2021. - № 3(38). - Порядковый номер 11.
12. Рожков Е.В. Совершенствование механизмов и нормативной базы по созданию цифровой платформы управления муниципальным имуществом// Вестник Южно-Российского государственного технического университета (НПИ). Серия: Социально-экономические науки. - 2021. - № 5. - С.142-147.
13. Рожков Е.В. Эффективность от цифровизации муниципального имущества (на примере Перми) // Муниципальная академия. - 2021. - № 1. – С. 183-189.
14. Стров А.Ю., Кувшинов М.С. Подход к оценке экономической эффективности информационно-управляющих систем // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». - 2020. - Т. 14. - № 3. - С. 108-116.
15. Семячков К.А. Этапы становления цифровой экосреды современных городов// Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. - 2020. - № 2(62). – Порядковый номер 3..
16. Сыров А.Н. Управление на муниципальном уровне бесхозяйными объектами инженерной инфраструктуры// Вопросы региональной экономики. - 2020. - № 3(44). - С. 111-117.
17. Тимохин А.А., Кукин А.В. Повышение доходов от использования муниципальной собственности в муниципальном образовании «Город Киров»// Современные научные исследования и разработки. - 2018. - № 10(27). - С. 857-860.
18. Татаринцев Л.М., Татаринцев В.Л., Будрицкая И.А. Концепция управления земельными ресурсами Алтайского края в современных условиях // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. 2014. № 7(117). С. 165-170.
19. Штукарева Д.Н., Гагарина С.Н. Механизмы управления, ориентированные на совершенствование деятельности организации // Экономика и бизнес: теория и практика. 2022. № 2(84). С. 224-227.

20. Шевцова О.Н., Шумилова Е.Ю. Обоснование понятий и определений механизма управления экономической эффективностью // Университетская наука. 2023. № 2(16). С. 127-129.

21. Шубцова Л.В. Развитие механизмов взаимодействия органов государственной и муниципальной власти в управлении крупными городскими агломерациями // Муниципальная академия. 2015. № 4. С. 117-121.

MECHANISM OF MUNICIPAL PROPERTY MANAGEMENT

ROZhKOV E.

The development of digital technologies, using the example of the mechanism for managing municipal property, shows the need to use new technologies in the work of local authorities. The main requirements for changing the property management mechanism are the modern use of communications and the provision of services by local authorities. General mechanisms of property management at the municipal level include: administrative; economic; socio-psychological.

Keywords: digitalization, mechanism, property, property, municipality, services, infrastructure.

Рецензия на статью
для опубликования в научном журнале
«Электронный экономический вестник Республики Татарстан»

Автор(ы)	Рожков Евгений Викторович		
Название статьи: МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ МУНИЦИПАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ			

№	Критерии оценки качества статьи	Да	Нет	Примечание, рекомендация
1	Соответствия статьи			
1.1	Соответствие статьи профилю журнала	да		
1.2	Соответствие названия статьи ее содержанию	да		Название статьи полностью соответствует ее содержанию
1.3	Соответствие аннотации содержанию статьи	да		
2	Актуальность темы			
2.1	Обоснованность актуальности	да		Актуальность статьи определяется запросом современного мира, который меняет мировую экономическую модель. В статье рассматриваются основные проблемы, с которыми сталкиваются государственные и муниципальные органы власти
2.2	Достаточность отражения темы по российским и зарубежным публикациям	да		Использовалась современная отечественная литература по теме исследования
3	Научный уровень статьи			
3.1	Анализ состояния проблемы	да		
3.2	Корректность сформулированных проблем и задач	да		
3.3	Обоснованность применяемых методов исследований	да		
3.4	Достоверность выводов	да		
4	Научная новизна			
4.1	Оригинальность результатов	да		
4.2	Соответствие полученных результатов современным достижениям науки	да		
4.3	Наличие спорных положений		Нет	
5	Научность изложения			
5.1	Научность языка и стиля	да		
5.2	Доступность изложения	да		
5.3	Корректность терминологии	да		
5.4	Обоснованность объема статьи и ее элементов – рисунков, таблиц, библиографии	да		
5.5	Правильность оформления библиографии	да		
6	Оценка статьи			
6.1	Положительные качества	Статья написана на актуальную тему, научным языком. Исследовательская проблема в статье сформулирована корректно. В статье рассмотрено состояние и проблемы		

		управления собственностью и пути реализации её механизмов.
6.2	Отрицательные качества	-
6.3	Замечания и предложения	

Рекомендация к опубликованию (нужное подчеркнуть):

1. Статья может быть опубликована без научной правки
- 2. Статья может быть опубликована с небольшими редакционными поправками**
3. Статья может быть опубликована только после внесения исправлений и дополнений без повторного рецензирования
4. Статья нуждается в исправлениях, дополнениях и повторном рецензировании
5. Статью публиковать нецелесообразно

Дата: 23.04.2024

ЗАКЛЮЧЕНИЕ: статья принята к публикации

V. СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

ЗНАЧЕНИЕ И ОБРАЗ СЕМЬИ В ПРЕДСТАВЛЕНИЯХ РОССИЯН: МЕЖПОКОЛЕННЫЙ АНАЛИЗ

В.О.Корунова

ОСП «Центр перспективных экономических исследований
Академии наук Республики Татарстан»¹⁰

Для цитирования: Корунова В.О. Значение и образ семьи в представлениях россиян: межпоколенный анализ // Электронный экономический вестник Татарстана. 2025. Т. 2. С. 98–104.

Данная статья посвящена сопоставлению представлений разных поколений россиян о значении семьи в их жизни и об ее образе. Приводятся результаты вторичного анализа данных всероссийских опросов общественного мнения по теме за 2024 год. Выявлено, что, несмотря на глубокое уважение россиян всех возрастов к традиционному институту семьи, младшее поколение постепенно отходит от его ценностей. Наблюдаемые изменения брачного поведения населения, в свою очередь, оказывают негативное влияние на демографическую обстановку в стране.

Ключевые слова: семья, жизненные приоритеты, традиционные ценности, межпоколенный анализ, Россия.

В основе российского общества лежит семья – социальный институт, обеспечивающий сменяемость и преемственность поколений его членов. От условий, в которых создаются и живут семьи, зависит уровень рождаемости в стране, содержание и масштабы распространения передающихся от родителей к детям ценностей и норм, гармония и успех всех взаимодействий в социуме, его экономический, политический потенциал и общее благосостояние [1, с. 501].

¹⁰ КОРУНОВА Валерия Олеговна (Valeriya.Korunova@tatar.ru), ст.н.с. отдела качественных исследований

Непреходящее значение семьи в качестве локомотива развития современной России определяет актуальные приоритеты ее внутренней политики. В частности, 2024 год в стране объявлен Годом семьи, в рамках которого проводятся мероприятия по совершенствованию положения семей с детьми, охране здоровья граждан репродуктивного возраста, укреплению ответственного родительства и семейных ценностей у детей и молодежи, а также всевозможные конкурсы, культурно-массовые, спортивные и торжественные мероприятия, сопровождаемые поддерживающим информированием по массовым каналам [2]. Кроме этого, ориентация на сохранение семьи определена очевидными проблемами в функционировании ее института. По данным Федеральной службы государственной статистики, начиная с 2016 года население страны убывает (естественный прирост на 1000 населения в 2016 году – -0,01, в 2022 году – -4), что обусловлено устойчивым снижением рождаемости (число рождений на 1000 населения в 2016 году – 12,9, в 2022 году – 8,9) [3].

Снижение рождаемости в значительной степени определено нехваткой женщин фертильного возраста как следствием демографической ямы 1990-х годов и вызванным экономической нестабильностью сегодняшнего дня отказом части населения от репродуктивных намерений [4, с. 523], однако еще большую роль в перспективе играют изменения брачного поведения россиян. Так, число браков в стране сокращается (в 2009–2015 годах заключалось в среднем 8,4 брака на 1000 населения в год, в 2016–2022 годах – 6,45), а возраст брачующихся повышается (в 2009 году доля женихов и невест в возрасте до 24 лет включительно составила 31,8% и 47,8% соответственно, в 2016 году – 19,9% и 33,5%, в 2022 году – 17,8% и 29,3%) [3]. Изменения брачного поведения, в свою очередь, объясняются разницей значения и образа семьи в представлениях разных поколений россиян. В рамках настоящей статьи мы ставим перед собой цель оценить эту разницу в ходе вторичного анализа данных опросов, проведенных Всероссийским центром изучения общественного мнения (далее – ВЦИОМ) и Фондом «Общественное мнение» (далее – ФОМ) в 2024 году.

Как отмечают ученые, традиционные ценности, еще несколько десятилетий назад всецело определяющие параметры воспроизведения населения и всех остальных процессов в обществе, получают сегодня все меньше распространения среди молодежи [5, с. 196]. В частности, согласно данным опроса ВЦИОМ, несмотря на общее для всех россиян глубокое уважение к ним, младшее поколение (здесь и далее для данных ВЦИОМ – группа 18-24 лет) реже,

чем старшее (здесь и далее для данных ВЦИОМ – группа 25 лет и старше), подчеркивает для себя важность ценностей патриотизма (младшее поколение – 79,4%, старшее поколение – 88,1%), служения Отечеству (74,8% и 85,3% соответственно), осознания себя гражданином своей страны (83,1% и 90,7%), единства ее народов (83,2% и 87,8%), созидающего труда (83,5% и 92,2%), приоритета духовного над материальным (63,8% и 71,9%), высоких нравственных идеалов (80,1% и 87,5%), милосердия (87,9% и 92,1%), крепкой семьи (86,2% и 93,7%) и преемственности поколений (80,9% и 89,8%) [6]. По данным другого опроса ВЦИОМ, крепкая семья является для младшего поколения наиболее важной ценностью (53,5%), однако для старшего поколения, как и в ранее приведенных данных, она оказывается важнее (68,4%) [7].

И младшее, и старшее поколения в большинстве своем разделяют мнения о том, что семья человеку жизненно необходима и ее создание является главной целью любого человека, хотя среди первых соответствующие доли меньше (72,7% и 68,7%), чем среди вторых (85,8% и 88,7%) [7]. Непосредственно намерение создать семью в младшем поколении выражено сильнее, чем в старшем (41,3% и 30,2% соответственно), что, впрочем, во многом объясняется завершенностью данного этапа для значительной части представителей второго. Кроме того, еще больше, чем к семье, молодежь стремится к высокому доходу (47%), карьерному и профессиональному росту (43,1%); велико и ее желание жить в свое удовольствие (34,1%). Старшее поколение, тем временем, в первую очередь стремится обрести гармонию, душевное равновесие (49,1%) и принести пользу стране (35,6%) [6]. Таким образом, в настоящее время очевидно, что значение семьи в разрезе поколений разнится: оно велико и для младшего, и для старшего, также в обоих случаях есть близкие или даже превосходящие семью по своему значению ценности, однако в целом старшее поколение демонстрирует большую озабоченность ее местом в своей жизни.

Аналогичным образом различается и образ семьи в понимании разных поколений россиян. Представители младшего поколения чаще представителей старшего заявляют об устаревании модели традиционной семьи (29,3% и 13,3% соответственно) и сомневаются в необходимости держаться за традиционные семейные ценности, культуру материнства и отцовства, многодетность, которые, по их словам, со временем меняются (42,4% и 11,4%). Так, почти каждый пятый опрошенный ВЦИОМ молодой россиянин подчеркнул, что паре необязательно заводить детей, чтобы быть идеальной семьей (19,2%) [7], а каждый второй

респондент ФОМ в возрасте 18-30 лет (здесь и далее для данных ФОМ – младшее поколение) – что взрослый человек может быть по-настоящему счастливым, не имея детей (50%) [8]. Среди же тех, кто считает наличие детей обязательным (76,8%), по данным ВЦИОМ, две трети находят оптимальным завести двоих детей (57,9%), еще треть – троих детей (31,6%), десятая часть – одного ребенка (5,3%), еще десятая – больше трех детей (5,2%) [7].

Для сравнения, для старшего поколения идея детности в целом и многодетности в частности является фундаментальной. По мнению 54% респондентов ФОМ в возрасте 31 года и старше (здесь и далее для данных ФОМ – старшее поколение), дети выступают залогом истинного счастья взрослого человека [8]. По мнению 91,2% опрошенных ВЦИОМ представителей старшего поколения, дети – обязательный признак идеальной семьи, по мнению 3,8% – необязательный; среди первых считают оптимальным наличие в семье троих детей – 46%, двоих детей – 41,3%, одного ребенка – 1,9%, больше трех детей – 10,9% [7]. Вместе с тем, по данным ФОМ, к людям, которые вообще не хотят иметь детей, старшее поколение относится преимущественно без осуждения (60%), а также скорее положительно – к наблюдаемому в последние лет двадцать повышению среднего возраста женщин, рожающих первого ребенка (42%). Аналогичные доли среди молодых россиян ожидаю выше: относятся без осуждения к людям, отказывающимся от рождения детей, – 78% из них, положительно относятся к повышению возраста рождения первенца – 56% [8].

Что касается внутрисемейных традиций, то современная молодежь реже склоняется к необходимости сохранять и передавать их новым поколениям (53,5% и 78,6%), допуская возможность создания своих традиций каждым последующим (44,4% и 18,1%) [7]. Например, вопреки существующей традиции, в соответствии с которой женщина после вступления в брак меняет свою фамилию на фамилию мужа, более половины молодых респондентов ФОМ находят это необязательным (51%; в старшем поколении поддерживают и категорически не поддерживают отход от традиции по 43%, еще 14% затрудняются с ответом). Кроме этого, младшее поколение меньше поддерживает традиционную для женщины роль хранительницы семейного очага, несколько чаще склоняясь к мнению, что в ведение домашнего хозяйства и воспитание детей супруги должны вносить одинаковый вклад (младшее поколение – по 90%, старшее поколение – 87% и 89%), положительно относясь к ситуации, когда жена зарабатывает больше мужа (84% и 82% соответственно),

а также, представляя себя на месте родителя дочери-подростка, связывая ее будущее прежде всего не с удачным замужеством, а с хорошей работой (70% и 58%) [9].

Иными словами, молодежь в своих представлениях и целях создания идеальной семьи постепенно приходит к изменению соотношения взаимных прав и обязанностей супружеских пар. Так, с точки зрения опрошенных ВЦИОМ представителей младшего поколения, в идеальной семье муж и жена делят все права и обязанности поровну (67%; старшее поколение в этом вопросе – 61%), а также могут и должны отстаивать свои интересы, даже если они идут вразрез с интересами других членов семьи (46%; старшее поколение – 20%; противоположное мнение – 45% и 69% соответственно) [10]. Не лишним, по их мнению, также будет заключить брачный договор: 80% респондентов из числа молодежи считают, что брачный договор скорее защищает права супружеских пар, а 52% обязательно заключили бы его, если бы вступали сейчас в брак (старшее поколение – 58% и 32% соответственно) [11].

Таким образом, как показал проведенный анализ, значение и образ семьи в понимании разных поколений россиян имеют различия, обуславливающие текущие изменения брачного поведения в стране, которые вкупе с негативными демографическими предпосылками и нерасполагающей экономической обстановкой уже привели к естественной убыли населения. Данные различия состоят в том, что младшее поколение, по сравнению со старшим, придает меньшее значение ценности семьи в своей жизни, а также выражает меньшую поддержку традиционных представлений о преемственности поколений, взаимоотношениях между супружескими парами и роли детей. В повседневной жизни указанные различия не так очевидны, поскольку преимущественное большинство россиян всех возрастов демонстрирует глубокое уважение к традиционному институту семьи, однако с учетом выявленной тенденции можно сказать, что современная семья постепенно движется в направлении большей независимости равноправных супружеских пар, стремящихся к развитию не только семейных отношений и рождению детей, но и к саморазвитию.

Список литературы

1. Хайруллина Ю. Р., Саттарова Л. В. Реализация мер социальной поддержки семей с детьми в Республике Татарстан в сложившихся социально-

экономических условиях // Цифровая социализация и цифровая компетентность в условиях глобальных системных изменений: технологии регулирования, риски, сценарии : VI Международная конференция «Казанские социологические чтения» (Казань, 18–19 мая 2023 года). – Казань: Издательство Казанского университета, 2023. – С. 500-504.

2. Федеральный план Правительства Российской Федерации от 26 декабря 2023 года № 21515-П45-ТГ Основных мероприятий по проведению Года Семьи [Электронный ресурс] // 2024 Год семьи. – 2024. – 12 января. – URL: https://xn--2024-u4d6b7a9f1a.xn--p1ai/document/document/index?type_document_id=44 (дата обращения: 13.08.2024).

3. Демография [Электронный ресурс] // Росстат. – URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/12781> (дата обращения: 09.08.2024).

4. Корунова В. О. Репродуктивные намерения россиян в контексте самооценок благосостояния: текущая ситуация и перспективы изменений // Классический университет: современные тенденции и векторы развития (на пути к 270-летию Московского университета) : XVIII Международная научная конференция «Сорокинские чтения – 2024» ; 19 февраля 2024 г. : Сборник материалов. – М.: МАКС Пресс, 2024. – С. 523-525.

5. Иштиякова Л. Х., Зайнуллина М. Р. Современное демографическое развитие в Российской Федерации и Республике Татарстан (2017-2021 гг.) // Актуальные проблемы общества, экономики и права в контексте глобальных вызовов : сборник материалов IX Международной научно-практической конференции (Москва, 04 апреля 2022 года). – М.: ООО «ИРОК»; ИП Овчинников Михаил Артурович (Типография Алеф), 2022. – С. 192-197.

6. Семья в системе ценностей россиян [Электронный ресурс] // ВЦИОМ. – 2024. – 06 июня. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/semja-v-sisteme-cennostei-rossijan> (дата обращения: 08.08.2024).

7. Семья как ценность [Электронный ресурс] // ВЦИОМ. – 2024. – 24 января. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/semja-kak-cennost> (дата обращения: 09.09.2024).

8. Репродуктивные установки [Электронный ресурс] // ФОМ. – 2024. – 08 августа. – URL: <https://fom.ru/Rabota-i-dom/15055> (дата обращения: 15.08.2024).

9. Роли мужчин и женщин в семье [Электронный ресурс] // ФОМ. – 2024. – 07 марта. – URL: <https://fom.ru/TSennosti/14989> (дата обращения: 15.08.2024).

10. Идеальная семья – 2024 [Электронный ресурс] // ВЦИОМ. – 2024. – 08 июля. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/idealnaja-semja-2024> (дата обращения: 08.08.2024).

11. Брачный договор, или Юридические нюансы любви [Электронный ресурс] // ВЦИОМ. – 2024. – 08 августа. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/brachnyi-dogovor-ili-juridicheskie-njuansy-ljubvi> (дата обращения: 08.08.2024).

THE MEANING AND IMAGE OF THE FAMILY IN THE IDEAS OF RUSSIANS: INTERGENERATIONAL ANALYSIS

KORUNOVA V.

This article is devoted to comparing the ideas of different generations of Russians about the importance of family in their lives and about its image. The results of a secondary analysis of data from All-Russian public opinion polls on the topic for 2024 are presented. It has been revealed that, despite the deep respect of Russians of all ages for the traditional institution of the family, the younger generation is gradually moving away from its values. The observed changes in the marital behavior of the population, in turn, have a negative impact on the demographic situation in the country.

Key words: family, life priorities, traditional values, intergenerational analysis, Russia.

Рецензия на статью
для опубликования в научном журнале
«Электронный экономический вестник Республики Татарстан»

Автор(ы)

Корунова Валерия Олеговна

Название статьи: Значение и образ семьи в представлениях россиян: межпоколенный анализ

№	Критерии оценки качества статьи	Да	Нет	Примечание, рекомендация
1	Соответствие статьи			
1.1	Соответствие статьи профилю журнала	да		
1.2	Соответствие названия статьи ее содержанию	да		
1.3	Соответствие аннотации содержанию статьи	да		
2	Актуальность темы			
2.1	Обоснованность актуальности	да		Актуальность темы статьи определяется важностью отслеживания динамики семейных ценностей в стране, в частности, их распространенности и содержания среди молодежи, для выработки и своевременной корректировки мер демографической политики.
2.2	Достаточность отражения темы по российским и зарубежным публикациям	да		Зарубежные публикации в списке литературы не представлены, что в данном случае оправдано, так как статья имеет выраженный прикладной характер, и авторы ориентированы на оценку межпоколенных различий восприятия семьи только в российском контексте.
3	Научный уровень статьи			
3.1	Анализ состояния проблемы	да		См. примечание в п. 2.2.
3.2	Корректность сформулированных проблемы и задач	да		
3.3	Обоснованность применяемых методов исследований	да		Использование вторичного анализа данных опросов общественного мнения для изучения межпоколенных различий восприятия семьи в масштабах страны оправдано.
3.4	Достоверность выводов	да		
4	Научная новизна			
4.1	Оригинальность результатов	да		
4.2	Соответствие полученных результатов современным достижениям науки	да		
4.3	Наличие спорных положений		нет	
5	Научность изложения			
5.1	Научность языка и стиля	да		
5.2	Доступность изложения	да		

5.3	Корректность терминологии	да		
5.4	Обоснованность объема статьи и ее элементов – рисунков, таблиц, библиографии	да		
5.5	Правильность оформления библиографии	да		
6	Оценка статьи			
6.1	Положительные качества	Статья написана на актуальную тему, научным языком. Исследовательская проблема в статье сформулирована корректно. Автор сравнивает представления разных поколений россиян о значении семьи в их жизни и об ее образе, основываясь на результатах вторичного анализа данных всероссийских опросов общественного мнения за 2024 год, делает выводы о постепенном отходении российской молодежи от ценностей традиционного института семьи.		
6.2	Отрицательные качества	-		
6.3	Замечания и предложения	-		

Рекомендация к опубликованию (нужное подчеркнуть):

- Статья может быть опубликована без научной правки**
- Статья может быть опубликована с небольшими редакционными поправками
- Статья может быть опубликована только после внесения исправлений и дополнений без повторного рецензирования
- Статья нуждается в исправлениях, дополнениях и повторном рецензировании
- Статью публиковать нецелесообразно

Дата: 16.08.2024

ЗАКЛЮЧЕНИЕ: статья принята к публикации

КАЧЕСТВО ЖИЗНИ В РОССИИ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ СОЦИАЛЬНЫХ НАСТРОЕНИЙ НАСЕЛЕНИЯ

В.О.Корунова

ОСП «Центр перспективных экономических исследований
Академии наук Республики Татарстан»¹¹

Для цитирования: Корунова В.О. Качество жизни в России через призму социальных настроений населения // Электронный экономический вестник Татарстана. 2025. Т. 2. С. 107–113.

Статья посвящена оценке качества жизни в России через призму актуальных социальных настроений местного населения и в контексте их динамики, обусловленной социальной трансформацией последних лет. Приводятся результаты вторичного анализа данных всероссийских опросов общественного мнения по теме за 2018–2024 годы. Выявлено, что, несмотря на произошедшие начиная с 2020 года объективные изменения условий жизни в стране, россияне остаются удовлетворены ее качеством, причем сегодня – даже больше, чем в дотрансформационный период. Данное противоречие описывает феномен компенсаторного оптимизма общества в кризисных ситуациях.

Ключевые слова: качество жизни, социальные настроения, социальные проблемы, материальное положение, Россия.

В современной России качество жизни населения, характеризующее его общее благосостояние и удовлетворенность всех его потребностей, является основой проводимой социальной политики и одним из важнейших приоритетов развития страны в целом [1, с. 102]. Причем в текущих условиях социальной трансформации, развернувшейся с приходом в 2020 году (в Россию) пандемии коронавируса и продолжившейся в 2022 году после обострения международного вопроса, поддержание и повышение качества жизни россиян приобретает особую необходимость. Глубокие комплексные изменения во всех сферах общественной жизни повлекли за собой изменения жизненных условий рядовых

¹¹ КОРУНОВА Валерия Олеговна (Valeriya.Korunova@tatar.ru), ст.н.с. отдела качественных исследований

граждан, в первую очередь – ухудшение их материального положения [2, с. 82], а также спровоцировали возникновение сопутствующих проблем адаптации к ним: социальной неопределенности, массовой тревожности и неуверенности в завтрашнем дне [3, с. 99].

О преодолении негативных последствий социальной трансформации для качества жизни россиян, тем временем, можно судить по направленности их социальных настроений, объединяющих в себе оценки населения в отношении всего многообразия жизненных условий и учитывающих степень его охвата вышеназванными состояниями [3, с. 99]. В связи с этим, в рамках настоящей статьи мы ставим перед собой цель оценить качество жизни в стране с позиции местного населения – через призму актуальных социальных настроений и в контексте их динамики. Поставленная цель реализована в ходе вторичного анализа данных социологических опросов, проведенных Всероссийским центром изучения общественного мнения (далее – ВЦИОМ) и Фондом «Общественное мнение» (далее – ФОМ) в 2018–2024 годах.

Как показали результаты анализа, события этих лет оказали заметное влияние на жизнь россиян, что нашло непосредственное отражение в последовательных изменениях общественной повестки. Так, по данным ФОМ (данные за 2020 год отсутствуют), на фоне новостей о возникновении коронавируса еще в 2019 году повысилась обеспокоенность населения своим здоровьем (2018 – 28%, 2019 – 34%, 2021 – 30%, 2022 – 33%, 2023 – 28%, 2024 – 33%) и здоровьем близких (38%, 52%, 52%, 54%, 45% и 47% соответственно), которая снизилась только по окончании пандемии, а приобретенный опыт жизни в ее условиях временно усилил страх перед массовыми эпидемиями (16%, 22%, 45%, 42%, 35% и 35%) и экономическими последствиями подобных кризисов – безработицей (20%, 26%, 31%, 20%, 13% и 11%) и безденежьем (27%, 35%, 40%, 40%, 29% и 28%). Обострение же международного вопроса обеспечило всплеск угасшей в период пандемии тревожности по поводу возможных межнациональных конфликтов (19%, 23%, 18%, 24%, 22% и 24%), терактов в стране (13%, 13%, 8%, 8%, 17% и 14%) и мире (21%, 15%, 13%, 12%, 18% и 19%), экстремистской активности (9%, 13%, 7%, 8%, 20% и 15%), нападений других государств (36%, 29%, 19%, 30%, 44% и 34%) и ядерных войн (36%, 30%, 20%, 25%, 50% и 34%) [4].

Вместе с тем, ни реальные – и во многом негативные – изменения жизненных условий россиян, ни подогреваемые СМИ сомнения в их скорой

стабилизации не уменьшили удовлетворенности населения своей жизнью. Напротив, результаты опросов общественного мнения по стране фиксируют позитивную динамику соответствующих показателей – традиционное для кризисов проявление компенсаторного оптимизма граждан [3, с. 105]. Например, среди опрошенных ФОМ (данные за 2021 и 2022 годы отсутствуют) доля удовлетворенных располагаемыми условиями жизни и считающих свою жизнь хорошей с 2018 года увеличилась почти в полтора раза (2018 – 44% и 38% соответственно, 2019 – 42% и 36%, 2020 – 45% и 40%, 2023 – 60% и 51%, 2024 – 61% и 53%) [5]. Среди опрошенных ВЦИОМ в 2024 году две трети в целом устроены жизнью, которую ведут, находят хорошей сложившуюся в стране ситуацию и согласны с направлением ее развития (60%, 69% и 58% соответственно), причем число придерживающихся данной позиции растет с 2022 года (2022 – 55%, 53% и 37%, 2023 – 60%, 66% и 55%) [6].

Подтверждением растущей удовлетворенности россиян своей жизнью выступают также их самооценки счастья, которые остаются устойчивыми, несмотря на изменения общественной повестки, или даже повышаются. Так, согласно данным ВЦИОМ и ФОМ (данные за 2021 и 2022 годы отсутствуют), счастливыми в 2024 году можно назвать более двух третей россиян, что равно (ВЦИОМ: 2018 – 83%, 2019 – 86%, 2020 – 81%, 2021 – 80%, 2022 – 83%, 2023 – 82%, 2024 – 84% [7]) или больше (ФОМ: 2018 – 45%, 2019 – 42%, 2020 – 55%, 2023 – 64%, 2024 – 59% [5]) показателей 2018 года. Кроме этого, на рост удовлетворенности жизнью в стране указывает снижение и без того низких эмиграционных установок: абсолютное большинство участников ежегодного опроса ВЦИОМ не хотели бы уехать за границу на постоянное место жительства, а желающих с каждым годом становится все меньше (не хотели бы переехать жить за границу: 2018 – 88%, 2019 – 81%, 2020 – 82%, 2021 – 81%, 2022 – 88%, 2023 – 91%, 2024 – 93%) [8].

Как уже отмечалось, ухудшение материального положения населения – одно из первых последствий любых социальных трансформаций и, следовательно, одна из наиболее близких ему и волнующих его проблем. Это очевидно из ранее приведенных данных ФОМ, в соответствии с которыми сильнее безденежья россиян сегодня беспокоят лишь свои, детей и близких жизнь и здоровье [4], а также из полученных ВЦИОМ сведениях об их главном эмиграционном мотиве – стремлении к более высокому уровню жизни (37%) [8]. Что примечательно, их самооценки материального положения практически не

претерпели негативных изменений в связи с распространением пандемии и актуализацией международного вопроса, а в настоящее время даже имеют тенденцию к повышению. В частности, согласно результатам ФОМ, во все годы рассматриваемого периода россияне в большинстве своем оценивают свое материальное положение как среднее и отмечают, что за последнее время оно не изменилось ни в лучшую, ни в худшую сторону, однако в 2024 году находящих свое материальное положение хорошим (27%) и отмечающих его улучшение (12%) значительно больше, чем в 2018 году (13% и 8% соответственно) [9].

В отличие от текущих условий жизни, вызывающих у россиян преимущественное удовлетворение в течение всего трансформационного периода, представления о будущем в разные годы характеризуются большей или меньшей неуверенностью, неопределенностью и страхом. Главным образом это касается первого года пандемии в России, когда обычно не ждущие заметных изменений в жизни страны в целом и своей жизни в частности граждане стали несколько чаще задумываться о них в негативном ключе. Так, среди респондентов ФОМ ждали, что жизнь в стране через полгода-год и через три-пять лет станет хуже, в 2018 году – 24% и 22% соответственно, в 2019 году – 28% и 25%, в 2020 году – 31% и 29%, в 2021 году – 25% и 25%, в 2022 году – 20% и 13%, в 2023 году – 14% и 13%, в 2024 году – 11% и 13%; ждали, что их собственная жизнь через полгода-год и через три-пять лет станет хуже, в 2018 году – 13% и 11%, в 2019 году – 13% и 12%, в 2020 году – 17% и 16%, в 2021 году – 12% и 12%, в 2022 году – 11% и 8%, в 2023 году – 10% и 8%, в 2024 году – 7% и 6%. События же на международной арене, наоборот, вызвали всплеск оптимизма опрошенных ФОМ россиян в отношении будущего жизни в стране (станет лучше через полгода-год: 2018 – 20%, 2019 – 15%, 2020 – 22%, 2021 – 19%, 2022 – 31%, 2023 – 34%, 2024 – 36%; через три-пять лет: 30%, 24%, 30%, 24%, 45%, 42% и 43% соответственно) и в их собственных жизнях (станет лучше через полгода-год: 30%, 29%, 28%, 31%, 32%, 39% и 41%; через три-пять лет: 40%, 39%, 39%, 38%, 47%, 45% и 48%) [10].

Последние из приведенных данных ФОМ косвенно подтверждаются полученными ВЦИОМ результатами. В соответствии с ними, начиная с 2021 года устойчиво растет нивелирующая определенную часть страхов уверенность россиян в том, что у руководства страны есть долгосрочная стратегия ее развития (2021 – 40%, 2022 – 54%, 2023 – 57%, 2024 – 61%), и что ее будущее предсказуемо (36%, 41%, 46% и 45% соответственно) [11]. Вероятно, в том числе поэтому

экономические ожидания населения в последние годы становятся все более позитивными: по данным ФОМ (данные за 2020 год отсутствуют), в 2018 году улучшения своего материального положения ждали 24% опрошенных россиян, в 2019 году – 22%, в 2021 году – 21%, в 2022 году – 23%, в 2023 году – 28%, в 2024 году – 31% [9]; по данным ВЦИОМ, в 2022 году – 22%, в 2024 году – 28% [12].

Таким образом, проведенный анализ показал, что качество жизни в России в оценках местного населения находится на достаточно высоком уровне и продолжает расти, несмотря на то что условия его жизни изменились с приходом пандемии коронавируса и до сих пор меняются в связи с нерешенностью международного вопроса. Произошедшие изменения повлекли за собой кратковременный всплеск обеспокоенности россиян здоровьем, эпидемиологическими и экономическими рисками, происходящие сейчас – подогревают страх вооруженных конфликтов и войн. Одновременно с этим все показатели удовлетворенности жизнью в стране, включая удовлетворенность материальным положением, продолжают расти, как и позитивные ожидания населения от будущего, хотя период пандемии и был ознаменован небольшим скачком пессимистичных настроений. Такая реакция общественности часто возникает в кризисных ситуациях, позволяя временно компенсировать внешнюю социальную нестабильность внутренней устойчивостью, однако для эффективного преодоления негативных последствий социальной трансформации необходимо провести комплексную работу по улучшению качества жизни населения и повышению ее качества.

Список литературы

1. Саттаров Т. А., Хайруллина Ю. Р. Качество жизни в России: пути повышения и уровень развития // Научные труды Центра перспективных экономических исследований. – 2022. – № 22. – С. 101-104.
2. Иштирякова Л. Х., Зайнуллина М. Р. Некоторые аспекты качества жизни в Республике Татарстан по итогам 2022 года // Цифровое общество: образование, экономика, технологии : Сборник материалов II Международной научно-практической конференции. – М.: ООО АКТУАЛЬНОСТЬ.РФ, 2024. – С. 82-86.

3. Шакирова А. Ф., Корунова В. О. Социальные настроения казанцев в период трансформаций (2020-2022 годы) // Электронный экономический вестник Татарстана. – 2023. – № 2. – С. 98-106.
 4. Тревоги и опасения россиян [Электронный ресурс] // ФОМ. – 2024. – 01 февраля. – URL: <https://fom.ru/Nastroeniya/14975> (дата обращения: 16.08.2024).
 5. К Международному дню счастья (20 марта) [Электронный ресурс] // ФОМ. – 2024. – 18 марта. – URL: <https://fom.ru/Nastroeniya/14995> (дата обращения: 16.08.2024).
 6. Социальное самочувствие: мониторинг [Электронный ресурс] // ВЦИОМ. – 2024. – 20 марта. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/socialnoe-samochuvstvie-monitoring-20032024> (дата обращения: 16.08.2024).
 7. Счастье в России: Мониторинг [Электронный ресурс] // ВЦИОМ. – 2024. – 18 апреля. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/schaste-v-rossii-monitoring-18042024> (дата обращения: 16.08.2024).
 8. Эмиграционные настроения: мониторинг [Электронный ресурс] // ВЦИОМ. – 2024. – 03 июля. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/ehmigracionnye-nastroenija-monitoring-4> (дата обращения: 16.08.2024).
 9. Динамика материального положения [Электронный ресурс] // ФОМ. – 2024. – 29 июля. – URL: <https://fom.ru/Ekonomika/15050> (дата обращения: 16.08.2024).
 10. Социальные настроения. Лето 2024 [Электронный ресурс] // ФОМ. – 2024. – 14 августа. – URL: <https://fom.ru/Nastroeniya/15057> (дата обращения: 16.08.2024).
 11. Образ будущего: оценки россиян [Электронный ресурс] // ВЦИОМ. – 2024. – 29 февраля. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/obraz-budushchego-ocenki-rossijan> (дата обращения: 16.08.2024).
 12. Наше материальное будущее: ожидания и надежды [Электронный ресурс] // ВЦИОМ. – 2024. – 30 января. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/nashe-materialnoe-budushchее-ozhidanija-i-nadezhdy> (дата обращения: 16.08.2024).
-

THE QUALITY OF LIFE IN RUSSIA THROUGH THE PRISM OF SOCIAL ATTITUDES OF THE POPULATION

KORUNOVA V.

The article is devoted to assessing the quality of life in Russia through the prism of current social attitudes of the local population and in the context of their dynamics due to the social transformation of recent years. The results of a secondary analysis of data from All-Russian public opinion polls on the topic for 2018–2024 are presented. It has been revealed that, despite the objective changes in living conditions in the country since 2020, Russians remain satisfied with its quality, and today – even more than in the pre-transformation period. This contradiction describes the phenomenon of compensatory optimism of society in crisis situations.

Keywords: quality of life, social attitudes, social problems, financial situation, Russians.

Рецензия на статью
для опубликования в научном журнале
«Электронный экономический вестник Республики Татарстан»

Автор(ы)	Корунова Валерия Олеговна		
Название статьи: Качество жизни в России через призму социальных настроений населения			

№	Критерии оценки качества статьи	Да	Нет	Примечание, рекомендация
1	Соответствия статьи			
1.1	Соответствие статьи профилю журнала	да		
1.2	Соответствие названия статьи ее содержанию	да		
1.3	Соответствие аннотации содержанию статьи	да		
2	Актуальность темы			
2.1	Обоснованность актуальности	да		Актуальность темы статьи определяется важностью отслеживания динамики общественного мнения относительно условий и качества жизни в стране для выработки и своевременной корректировки мер социальной политики, особенно в текущих условиях социальной трансформации.
2.2	Достаточность отражения темы по российским и зарубежным публикациям	да		Зарубежные публикации в списке литературы не представлены, что в данном случае оправдано, так как статья имеет выраженный прикладной характер, и автор ориентирован на оценку изменений ощущаемого качества жизни населения только в российском контексте.
3	Научный уровень статьи			
3.1	Анализ состояния проблемы	да		См. примечание в п. 2.2.
3.2	Корректность сформулированных проблемы и задач	да		
3.3	Обоснованность применяемых методов исследований	да		Использование вторичного анализа данных опросов общественного мнения для изучения изменений ощущаемого качества жизни населения в масштабах страны оправдано.
3.4	Достоверность выводов	да		
4	Научная новизна			
4.1	Оригинальность результатов	да		
4.2	Соответствие полученных результатов современным достижениям науки	да		
4.3	Наличие спорных положений		нет	
5	Научность изложения			
5.1	Научность языка и стиля	да		

5.2	Доступность изложения	да		
5.3	Корректность терминологии	да		
5.4	Обоснованность объема статьи и ее элементов – рисунков, таблиц, библиографии	да		
5.5	Правильность оформления библиографии	да		
6	Оценка статьи			
6.1	Положительные качества	Статья написана на актуальную тему, научным языком. Исследовательская проблема в статье сформулирована корректно. Автор прослеживает связанные с распространением пандемии коронавируса и обострением международного вопроса изменения общественного мнения относительно условий и качества жизни в стране, основываясь на результатах вторичного анализа данных всероссийских опросов общественного мнения за 2018–2024 годы, делает выводы об устойчивой и даже растущей удовлетворенности россиян, являющейся компенсаторной реакцией в ситуации кризиса.		
6.2	Отрицательные качества	-		
6.3	Замечания и предложения	-		

Рекомендация к опубликованию (нужное подчеркнуть):

- Статья может быть опубликована без научной правки**
- Статья может быть опубликована с небольшими редакционными поправками
- Статья может быть опубликована только после внесения исправлений и дополнений без повторного рецензирования
- Статья нуждается в исправлениях, дополнениях и повторном рецензировании
- Статью публиковать нецелесообразно

Дата: 03.06.2025

ЗАКЛЮЧЕНИЕ: статья принята к публикации

VI. ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

РАЗВИТИЕ АГЛОМЕРАЦИИ (СОВРЕМЕННОЕ ЗНАЧЕНИЕ)

Е.В.Рожков

АО АКИБ «Почтобанк» (Пермь, Россия)¹²

Для цитирования: Рожков Е.В. Развитие агломерации (современное значение) // Электронный экономический вестник Татарстана. 2025. Т. 2. С. 116–129.

Актуальность изучаемого материала бесспорна и представляет собой большое значение для развития города Перми. Целью исследования является определение необходимости развития Пермской агломерации. Задача статьи заключается в определении первоначальных шагов для городской администрации в развитии агломерации. В работе автором применяется общенаучный метод познания местных особенностей развития городского пространства. Новизна статьи состоит в определении образующихся экономических и социальных отношений между региональными и местными органами власти при создании и развитии агломерации.

Ключевые слова: агломерация, земля, земельные участки, поселения.

В советское время в нашей стране экономика была плановой и в конце прошлого столетия экономика оказалась не конкурентно способной [14, С. 169]. Тем не менее, экономика нашей страны идёт вперёд, развиваются и строятся города нового типа.

Тематика городских агломераций сегодня актуальна [15]. В экономике используется такое понятие как экономическая турбулентность – это явление самоорганизации, в результате которого происходят переходы от беспорядка к порядку [12]. И такие отношения относятся к становлению и развитию

¹² РОЖКОВ Евгений Викторович (rozhkov.evgeniy.1975@bk.ru), специалист

муниципалитетов. Городские агломерации, концентрируя разнообразные ресурсы, являются современными и потенциальным полюсом роста [2].

В России 1112 городов (91 % - это города с численностью не более 200 тыс. человек (1016 городов), в т.ч. не более 25 тыс. человек (800 городов)), у которых развитие и с исторической, и с экономической точки зрения очень разное [16].

В статье рассматривается внедрение инноваций в городскую среду на примере не только территории города Перми, но и в целом Пермской городской агломерации (территориально включая 15 – 25 км от городской черты, т.е. территории, которые находятся в основном в составе Пермского, Краснокамского и небольшой части Добрянского районов). Городская среда должна инновационно развиваться, например, как стартапы с сильными горизонтальными связями. Каждое изменение в городской среде должно быть построено, как цикл обратной связи в цифровых продуктах, - сначала появляется гипотеза (в нашем случае можем рассматривать запрос общества), на основании этого строится минимально рабочий продукт, по его результатам производится оценка показателей и только потом уточняются изменения в городском плане развития территории [17].

Теоретико-методологическая актуальность данной работы заключается: во-первых, в недостаточной освещённости анализов по развитию агломераций в нашей стране; во-вторых, в отсутствии анализов применения процедуры объединения разных территорий в одну агломерацию; в третьих, не определено нормативно-правовыми актами право изъятия частной территории в муниципальную собственность при объединении территорий в одну агломерацию.

Целью исследования является определение промежуточного эффекта от возможности объединения территорий разных муниципалитетов в одну агломерацию.

В работе автором применяется общенациональный метод познания проблемы по созданию агломерации.

Новизна статьи состоит в определении образующихся экономических отношений при создании агломерации.

Изучением проблем по созданию агломераций нашли отражение в работах как российских, таких и зарубежных авторов, таких как: Авякан А.К., Анимица Е.Г., Власова Н.Ю., Попова О.В., Шереметьева Н.В., Мешков В.А., Beatriz V.M.,

Camero A., Chong-En Bai., Kitsios F., Koivisto J., Mullins J., Putra Z., Tucker C. и других авторов.

Агломерации – это города, которые обеспечивают вклад в экономику страны ежегодно, в размере более 1 %, а крупная городская агломерация, определяется как совокупность населённых пунктов и территорий с численностью от 500 тыс. до 1 млн. человек, и к крупнейшей агломерации относится территория с численностью более 1 млн. человек [3]. По мнению Упорова И.В., в последние годы в нашей стране заметной тенденцией развития социума является расширение городских территорий [29].

Соединение унитарного, социального, транспортного и инженерного обслуживания, давлеющего в формировании целостного социально-экономического и инвестиционного пространства, становится результатом создания форм организации территорий по типу агломерации [8]. Современные российские города расширяются и включают в свой состав бывшие дачные и поселковые территории [1].

Деребизова М.В. считает, что основные векторы развития экономики и общества проявляют тенденцию к сосредоточению в городах базовых ресурсных источников (экономические, административные и т.д.) [6].

Мазаев А.Г. считает, что существенной проблемой мешающей развитию агломераций, является неадаптированность термина к российскому законодательству [10].

Минакова И.В. и другие учёные считают, что большой город предлагает большее разнообразие товаров и услуг и предоставляют лучшие возможности для профессиональных контактов [11].

Задача проведённого исследования состоит в формировании оценки промежуточного этапа цифровизации имущества переходящего в собственность региона путём национализации. Цель статьи - побудить читателя поставить перед самим собой вопрос, в каком социально-экономическом положении находятся собственность или этапов методического подхода по проведению процедуры оценивания цифровизации.

В нашей стране, несколько лет назад, насчитывалось 15 городов с количеством населения более 1 млн. человек. Стратегия пространственного развития России до 2025 года учитывает это, и отмечает, что образование крупных городских агломераций является наиболее успешной формой социально-экономического развития территорий [25].

Городская агломерация представляет собой территориально близко и компактно расположенные городские и сельские поселения, формирующие из локально дислоцированных звеньев единую транспортную, социальную, технико-экономическую инфраструктуру [4, С. 67]. Модели управления агломерациями различаются друг от друга и соответственно, факторы, влияющие на развитие этих агломераций: численность проживающих людей, валовый продукт в рамках ядра агломерации, размер периферии, развитие, культура [5, С. 113].

Сегодня уже можно говорить, что в каждом регионе действуют отраслевые программы развития, которые оказывают определённое влияние на освоение территорий. И, каждая отрасль действует самостоятельно в попытке реализовать собственную программу, но, с экономической точки зрения, это может быть неэффективно [27, С. 186].

Ввод новых жилых помещений в Перми и прилегающих муниципалитетах представлен в табл. 1 [13].

Таблица 1
Ввод жилья в Перми и прилегающих муниципалитетах в 2020 году

№ п/п	Наименование муниципального образования	Ввод жилья, в тыс. кв. м.	Выполнение плана, в %%
1	Пермь	640,48	133,2
2	Пермский муниципальный район	182,45	134,3
3	Краснокамский городской округ	26,71	117,3
4	Добрянский городской округ	18,97	114,1

Источник: составлено автором по данным [13].

Как видно из данных, указанных в таблице 1, в основном, большая часть, введённых квадратных метров нового жилья в 2020 году была в Перми (133,2 % от запланированного). Также, более 100% от запланированного, было построено в 2020 году в Пермском муниципальном районе (182,45 тыс. м²), в Краснокамском городском округе (26,71 тыс. м²) и Добрянском городском округе (18,97 тыс. м²).

Развитие городов непосредственно влияет на увеличение объёмов строительства (табл. 2) [24].

Таблица 2
**Увеличение общей площади строительства жилья в 2022 году (по
федеральным округам)**

№ п/п	Наименование Федерального округа	общая площадь жилых помещений, тыс. м ²	из них, в городах и посёлках городского типа
1	Центральный	28,04	22,83
2	Северо-Западный	8,65	6,90
3	Южный	17,98	14,65
4	Северо-Кавказский	6,41	4,69
5	Приволжский	17,51	10,24
6	Уральский	7,48	5,65
7	Сибирский	7,40	5,44
8	Дальневосточный	2,86	1,82

Источник: составлено автором по данным [24].

Как видно из данных, указанных в таблице 2, наибольшая площадь (28,04 тыс. м²) жилых помещений была построена в Центральном федеральном округе, соответственно и площадь жилых помещений, построенных в городах и посёлках городского типа (22,83 тыс. м²), также принадлежит этому региону. Данный Федеральный округ (Центральный), в свою очередь, не является самым крупным по территории, но является наибольшим по количеству городов и посёлков городского типа. Соответственно, из-за большого количества городов и денежные средства, привлекаемые инвесторами на строительство жилья гораздо больше, чем в других Федеральных округах. На втором месте - Южный Федеральный округ (17,98 тыс. м²), и на третьем месте - Приволжский Федеральный округ (17,51 тыс. м²).

В продолжении оценки динамики роста объёма строительства в Перми и прилегающей территории, обратим внимание на количество строящихся жилых объектов в 2023 году (табл. 3).

Таблица 3

Строящиеся дома в Перми и прилегающих поселениях в 2023 году

№ п/п	Наименование	Строящиеся дома, в ед.	в % от общего количества по региону
1	Пермь	27513	87,8
2	Кондратово	2434	7,8
3	Култаево	432	1,4
4	Фролы	309	1,0

Источник: составлено автором по данным [13].

Как видно из данных, указанных в таблице 3, самое большое (87,8 % от общего объёма) количество строящихся объектов жилых домов в 2023 году было

в муниципальном образовании город Пермь – 27513 ед. А из прилегающих к Перми населённых пунктах строительство жилых объектов составило от 1,0 до 7,8 % от общего объёма по Пермскому краю.

В ближайшие годы, будут развиваться проекты, которые связаны с машинным обучением, искусственным интеллектом, с развитием цифрового бизнеса [9], а это сегодня возможно в городах, а не в маленьких населённых пунктах.

По определению и обоснованию границ агломераций, в основном используют такие подходы, как: административный, морфологический, функциональный (взаимодействие ядра агломерации и периферийной территории), сетевой, альтернативный [26]. К Пермской агломерации допустимо использовать функциональный подход.

Сегодня происходит реорганизация производственной и пространственной структуры мегаполисов, всё больше усиливается тенденция к пространственной экспансии городов и расселения людей [7]. Также, необходимо отметить, что транспорт обеспечивает мобильность людей, способствует экономическому и социальному развитию, что повышает эффективность территории, повышает возможности людей [28].

«Динамичным и адаптивным должен стать механизм административно-территориального деления. Он должен предполагать возможность создания и изменения границ крупных городских агломераций» [30].

Ось планировочного направления развития Пермской агломерации задаётся рекой Камой и протяжённость города, вдоль её берегов составляет 70 км. Учитывая, что ширина города составляет до 40 км, при увеличении агломерации за счёт присоединения ближайших населённых пунктов, может увеличить и до 50 – 60 км. Присоединение новых территорий автоматически обязывает руководство города строить дороги в соответствии с требованиями к дорогам муниципалитета, а также обеспечить новым городским жителям и доступность общественного транспорта и социальных объектов (детский сад-ясли, школа, поликлиника, и т.д.).

Протяжённость муниципальных дорог в городе Перми - 1109 км. Муниципальные автомобильные дороги – это дороги общего пользования в границах муниципального образования предназначенные для движения по ним транспортных и иных средств. С учётом, того, что в городе развивается строительство мостовых переходов, соединяющих муниципальные дороги в

городской черте, отдельной проблемой выделяется необходимость по строительству дорог и мостов от населённых пунктов, находящихся в Пермском районе и территориально прилегающих к городу Перми. Одним из таких примеров является д. Кондратово (Пермский район). Строительство моста (мостового перехода) от д. Кондартово до городского микрорайона Парковый, необходимо для наиболее быстрого сообщения жителей деревни с городом. По предварительным расчётам строительство моста для городского бюджета может обойтись в несколько млрд. руб., и такая сумма может быть выделена с учётом дотаций регионального бюджета [18]. А также, строительство новых мостов: через реку Чусовая (соединит Орджоникидзевский район города Перми и Краснослудское поселение Добрянского района Пермского края) и третий мост через реку Кама в центре города по договору государственно-частного партнёрства [19].

Принятие местными органами решения о необходимости использования комплексного строительства на территории Пермской агломерации (города Перми и граничащих районов – Пермского, Краснокамского и Добрянского) – повысит эффективность использования свободных участков земли, сформирует комфортную городскую среду для проживания людей, а также повысит показатели в сфере жилищного строительства и улучшения жилищных условий граждан [20].

Сегодня, Методическими рекомендациями по разработке долгосрочных планов социально-экономического развития крупных и крупнейших городских агломераций (далее - План), предусмотрено их составление на период не менее 7 лет. Это в свою очередь носит положительный момент, т.к. бюджет города и региона рассчитываются на 3 года и даёт представление на планирование расходов в этом направлении на период от двух трёхлетних бюджетов подряд.

План подразумевает уточнение границ городской агломерации в соответствии с Методическими рекомендациями и дополнительными критериями, которые, в свою очередь включают: транспортная доступность до ядра городской агломерации – не более 1,5 часов.

В составе муниципального образования объединены 7 внутригородских районов, ЗАТО «Звёздный» и посёлок Н. Ляды и подчинены два сельских населённых пункта - станция «Адищево» и «Казарма 30 км» [21].

К началу двухтысячных годов, к Свердловскому району города Перми, были присоединены такие микрорайоны, как Собали, Липовая гора, Голый мыс,

Бахаревка, посёлок Н. Ляды и жилой массив Ново-Бродовский. Например, жители посёлка Н. Ляды (25 км. от центральной части города) это - 10,0 тыс. человек. После того, как п. Н. Ляды был присоединён к Перми, долгие годы решался вопрос по выделению из городского бюджета ассигнований на ремонт дороги, и соответствующие денежные средства на проведение капитального ремонта дороги Пермь - Н. Ляды были выделены. Кроме межгородского рейсового автобуса, был запущен городской маршрут со стоимостью обычной поездки на территории города Перми, в т. ч. с условиями бесплатной пересадки, как на другие маршруты автобусов (40 мин. и 60 мин.), так и на любые маршруты трамваев в течение 60 минут с момента выдачи билета оплачиваемого поездку в автобусе. Обновляется инфраструктура посёлка – как городской территории в составе Свердловского района. Для жителей района, работающих в компаниях (организациях), находящихся в центре города стало удобно добираться, не смотря на длительность поездки (до 30 мин.) [22].

Также, необходимо отметить, что на прилегающей территории Н. Лядов, находится посёлок Старые Ляды с численностью 1156 человек, который по территориальной принадлежности входит в состав Сылвенского сельского поселения. Надо понимать, и так в действительности происходит, что выделение бюджетных средств на содержание п. Старые Ляды, администрацией п. Сылва, происходит по остаточному принципу (ремонт домов, объектов социального значения, ремонт и строительство дорог, размер заработной платы «бюджетников» и т.д.) [23].

Кроме того, на западе и юге от муниципалитета, на территории Пермского района имеется несколько небольших населённых пунктов, жители которых в основном работают в Перми.

1. На западе, между административной границей окончания территории города Перми от Дзержинского и Индустриального районов, до трассы «Западный обход» находится деревня Кондратово Пермского района Пермского края, находящейся в 15 км от центра Перми. На 300 га проживает 10 023 человека (по переписи населения 2010 года).

2. На юге, между административной границей окончания города Перми от Свердловского района, до трассы «Южный обход» находятся деревни Бахаревка (в 10 км от центра Перми. Проживает 75 человек по переписи 2010 года) и Липаки (находится в 18 км от центра Перми. Проживает 56 человек по переписи 2010 года) Пермского района Пермского края.

3. На юго-востоке:

- между границей Перми от Свердловского района, до трассы «Восточный обход», примыкая к трассе «Екатеринбург-Пермь» находится часть (одна улица в несколько домов) деревни Фролы Пермского района Пермского края;

- между границей Перми от Свердловского района, до трассы «Восточный обход», находятся деревни Паздерино (находится в 15 км от центра Перми. Проживает 41 человек по переписи 2010 года), Большая Мось (Проживает 141 человек по переписи 2010 года) и Мартыяново (в 14 км от центра Перми. Проживает 34 человека) (с левой стороны от Бродовского тракта) Пермского района Пермского края.

Чтобы избежать продолжающее расслоение (в социальном и экономическом плане) общества (населения посёлков Старые Ляды и Новые Ляды) автором статьи, видится возможность их преобразования, с юридической точки зрения, создания объединённого посёлка Ляды (как это было до 1959 года) в составе Свердловского района города Перми, как сейчас существует п. Н. Ляды. Заинтересованность в этом должна быть как от местных органов власти, так и от самих жителей. Положительный момент этого процесса видится, не только в увеличении площади города Перми за счёт присоединения новой территории, включающей место проживания населения, лесного массива, выхода к берегу р. Сылва, а и приращения численности городского населения более чем на 1 000 человек. И соответственно, для этих людей будет ощутимая разница в первую очередь в социальном плане, между тем как было (в составе Сылвенского сельского поселения) и как в городе Перми.

Присоединение деревни Большая Мось к городу Перми экономически целесообразно, т.к. за последнее время, в деревне было предоставлено 123 земельных участков на площади 3 га для многодетных семей Перми.

ООО СИК «Девелопмент-Юг» выкупило в деревне Кондратово 14 га земли для комплексной застройки.

Увеличение площади Пермской агломерации увеличит количество людей постоянно проживающих на её территории, и этот вопрос сегодня является актуальным для мэра Перми, если учитывать быстрое уменьшение количества людей проживающих на территории города из-за естественной убыли. А закрепление за городом выражения «миллионник» или, говоря другими словами – проживание 1,0 млн. человек и более – это уже экономические преференции в виде получения дополнительных дотаций.

Учитывая повышенный спрос на аренду земельных участков в границах города Перми под индивидуальное жилищное строительство и недостаточное их количество по предложению со стороны местных органов власти, можно предположить, что руководству муниципального образования города Пермь, уже сегодня рационально инициировать встречу между руководством Пермского края, города Перми и Пермского района для решения вопроса по присоединению к Перми части территории Пермского района (п. Н.Ляды, д. Кондратово, д. Бахаревка, части д. Фролы, д. Паздерино, д. Большая Мось и д. Мартыново) для создания полноценной Пермской агломерации [22].

Городская среда имеет важную роль в повседневной жизни людей [31].

Заключение

Современное значение развитие агломерации на примере города Перми велико не только для местных органов власти, но и для регионального руководства.

Во-первых, развитие агломерации имеет социальное значение, численность населения останется более 1 млн. человек и другие крупные города в регионе лишь с численностью проживающих от 100 до 160 тыс. человек.

Во-вторых, агломерация с количеством проживающих более 1 млн. человек, имеет экономическое значение, т.е. дополнительное поступление денежных ассигнований напрямую из федерального бюджета на развитие города.

Поэтому, уже сегодня муниципальные и региональные структуры должны определиться с границами агломерации и приступить к соответствующему финансированию новых, присоединённых территориях города Перми (Пермской агломерации).

Список литературы

1. Ахунова Д.Р., Короткова С.Г., Москалев А.Н., Сабирзянова А.Р. Особенности архитектурной реновации территорий дачных сообществ в условиях развития городской агломерации // Вестник Инженерной школы Дальневосточного федерального университета. 2023. № 3(56). С. 140-152.

2. Анимица Е.Г., Власова Н.Ю. Генезис Екатеринбургской агломерации: проблемы развития и управления // Многообразие городских миров: история, теория, практика. Всероссийская научная конференция с международным участием, посвящённая 90-летию со дня рождения профессора Е.Н. Перцика. Географический факультет МГУ. Москва. 23-24 марта 2021 года. С. 10-14.
3. Вульфович Р.М., Майборода В.А. Политическая и публично-правовая субъективность городских агломераций // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2023. Т. 25. № 3. С. 539-552.
4. Гнатюк Г.А., Дегтева Ж.Ф., Кузин В.Ю. К вопросу о формировании Якутской городской агломерации // Вестник СВФУ. Серия «Наука о земле». 2023. № 3(31). С. 65-72.
5. Грушина О.В., Русановский В.А. Управление агломерационными процессами в развитии субурбанизированных территорий на примере Иркутского региона // Электронный вестник. Государственное управление. 2023. Выпуск № 97. Апрель. С. 112-137.
6. Деребизова М.В. Специфика стратегического развития крупных городских агломераций // Региональная экономика. Юг России. 2023. Т. 11. № 2. С. 59-71.
7. Ергин С.М., Пошеченков П.С., Зорина Е.С. Процессы становления и развития монополий мезоуровня в России // Геополитика и экогеодинамика регионов. 2023. Т. 9. № 4. С. 5-18.
8. Жидконошкина А.В., Енин А.Е. Теоретико-методологические аспекты агломерационных процессов на примере зарубежного и отечественного опыта развития городских агломераций // Архитектурные исследования. 2023. № 1(33). С. 100-106.
9. Лачининский С.С., Сорокин И.С. К вопросу о функциональной структуре экономики крупнейших агломераций России в условиях возросших геоэкономических и геополитических рисков // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: География, Геоэкология. 2023. № 4. С. 63-76.
10. Мазаев А.Г. Определение границ агломераций как важная проблема современной градостроительной теории // Академический вестник УРАЛНИИПРОЕКТ РААСН. 2023. № 1(56). С. 22-26.

11. Минакова И.В., Ермолаев Д.В., Бирюков И.А., Панова А.И. Города как фактор социально-экономического развития // Регион: системы, экономика, управление. 2023. № 3(62). С. 26-32.
12. Овчинникова И.Г., Плахин А.Е. Новая реальность: трансформация гостиничного продукта и системы управления предприятием в Индустрии 4.0 // e-FORUM. 2021. Т. 5. № 2(15). Порядковый номер 1.
13. Пермстат. Пермьстата, статотчёты 2023 г. / Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.permstat.gks.ru> (дата обращения: 29.02.2024).
14. Рожков Е.В. Институциональная теория и современное отношение к институтам права собственности (на примере Пермского края) // Муниципальная академия. 2020. № 4. С. 166-173.
15. Рожков Е.В. Развитие городов, муниципалитетов и территорий как историческая закономерность и экономическая необходимость // Политика, экономика и инновации. 2023. № 1. Порядковый номер 5.
16. Рожков Е.В. Анализ цифровизации российских городов // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. 2021. № 4. С. 325-341.
17. Рожков Е.В. Инновации для городской среды (на примере Пермской агломерации) // Муниципалитет: экономика и управление. 2020. № 4(33). С. 54-63.
18. Рожков Е.В. К вопросу о дорогах и мостах Перми // Академическая публицистика. 2022. № 12-2. С. 299-302.
19. Рожков Е.В. Цифровизация общественного транспорта и дорог муниципального образования (на примере города Перми) // Транспортное дело России. 2020. № 5. С. 84-87.
20. Рожков Е.В. Точечная застройка Перми vs комплексной застройки Пермской агломерации // Аллея науки. 2022. Т. 11. № 11(74). С. 413-417.
21. Рожков Е.В. К вопросу по управлению собственностью (на примере транспорта муниципального образования город Пермь) // Транспорт: наука, техника, управление. 2020. № 12. С. 44 - 50.
22. Рожков Е.В. Создание Пермской агломерации // Академическая публицистика. 2023. № 12-1. С. 283-289.
23. Рожков Е.В. Возможность балансировки бюджета муниципального образования при новом подходе к управлению собственностью (по материалам

города Перми). // Вестник Прикамского социального института. 2022. № 2(92). С. 71-80.

24. Росстат, статотчёты 2023 г. // Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rosstat.gks.ru> (дата обращения 28.02.2024).

25. Рындина А.О., Свищена В.А. Финансовые аспекты развития Саратовской агломерации // Известия Саратовского университета. Серия: Экономика. Управление. Право. 2023. Т. 23. Вып. 1. С. 42-47.

26. Садковская О.Е. «Новая градостроительная политика» на территории Ростовской области // Архитектон: известия вузов. 2023. № 4(84). Порядковый номер 13.

27. Садковская О.Е. Центры муниципального обслуживания Ростовской области // Architecture and Modern Information Technologies. 2023. № 1(62). С. 183-196.

28. Серебренников Е.Н. Транспортная инфраструктура в обеспечении жизнедеятельности населения Иркутской агломерации // II Всероссийская научно-практическая конференция «Человеческий потенциал ресурсного региона – проблемы развития». Иркутский научный центр СО РАН. Иркутск. 20 октября 2023 года. С. 109-114.

29. Упоров И.В. Соединение города и ближайших поселений: как дальше развиваться агломерационным пространствам // Оригинальные исследования. 2023. № 2. С. 146-151.

30. Шубцова Л.В. Развитие механизмов взаимодействия органов государственной и муниципальной власти в управлении крупными городскими агломерациями // Муниципальная академия. 2015. № 4. С. 117-121.

31. Юсупова Л.Р. Парки и скверы: ключевой элемент комфортной городской среды и его влияние на жизнь жителей Казани // Электронный экономический Вестник Татарстана. 2023. № 2. С. 124-130.

THE MODERN SIGNIFICANCE OF AGGLOMERATION DEVELOPMENT

ROZhKOV E.

The relevance of the studied material is indisputable and is of great importance for the development of the city of Perm. The purpose of the study is to determine the need for the development of the Permian agglomeration. The purpose of the article is to determine the initial steps for the city administration in the development of the agglomeration. The author uses a general scientific method of cognition of local features of urban space development. The novelty of the article consists in defining the emerging economic and social relations between regional and local authorities during the creation and development of an agglomeration.

Key words: agglomeration, land, land plots, settlements.

Рецензия на статью

Автор(ы) Рожков Е.В.

Название статьи: Развитие агломерации (современное значение)

№	Критерии оценки качества статьи	Да	Нет	Примечание, рекомендация
1	Соответствия статьи			
1.1	Соответствие статьи профилю журнала	да		
1.2	Соответствие названия статьи ее содержанию	да		
1.3	Соответствие аннотации содержанию статьи	да		
2	Актуальность темы			
2.1	Обоснованность актуальности	да		
2.2	Достаточность отражения темы по российским и зарубежным публикациям	да		
3	Научный уровень статьи			
3.1	Анализ состояния проблемы	да		
3.2	Корректность сформулированных проблем и задач	да		
3.3	Обоснованность применяемых методов исследований	да		
3.4	Достоверность выводов	да		
4	Научная новизна			
4.1	Оригинальность результатов	да		
4.2	Соответствие полученных результатов современным достижениям науки	да		
4.3	Наличие спорных положений		Нет	
5	Научность изложения			
5.1	Научность языка и стиля	да		
5.2	Доступность изложения	да		
5.3	Корректность терминологии	да		
5.4	Обоснованность объема статьи и ее элементов – рисунков, таблиц, библиографии	да		
5.5	Правильность оформления библиографии	да		
6	Оценка статьи			
6.1	Положительные качества			
6.2	Отрицательные качества	-		
6.3	Замечания и предложения			

Рекомендация к опубликованию (нужное подчеркнуть):

- Статья может быть опубликована без научной правки
- Статья может быть опубликована с небольшими редакционными поправками
- Статья может быть опубликована только после внесения исправлений и дополнений без повторного рецензирования
- Статья нуждается в исправлениях, дополнениях и повторном рецензировании
- Статью публиковать нецелесообразно

Дата:

ЗАКЛЮЧЕНИЕ: статья принята к публикации

КИБЕРСПОРТ И ЕГО РОЛЬ В ТРАНСФОРМАЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ: ГЛОБАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

Сафиуллина А.И.,

*Поволжский государственный университет физической культуры, спорта и
туризма*

Сафиуллин М.Р.

Казанский (Приволжский) федеральный университет¹³

Для цитирования: Сафиуллина А., Сафиуллин М. Киберспорт и его роль в трансформации социальной экономики: глобальные тенденции // Электронный экономический вестник Татарстана. 2025. Т. 2. С. 131–140.

Современное развитие киберспорта и его влияние на социально-экономические процессы становятся важнейшими аспектами в условиях глобальной цифровой трансформации. Киберспорт, как один из самых быстрорастущих сегментов индустрии развлечений, оказывает существенное влияние не только на спортивную сферу, но и на экономику целых стран. Развитие этой отрасли способствует росту цифровой экономики, созданию новых рабочих мест, расширению налоговой базы и укреплению социальной инфраструктуры. Кроме того, киберспорт формирует новые модели потребления, влияет на образовательные и культурные практики, стимулирует развитие смежных отраслей – медиа, маркетинга, ИТ и права. В статье исследуются глобальные тенденции, связанные с развитием киберспорта, его влияние на различные аспекты социальной экономики, вопросы институционализации, инвестиционной привлекательности, а также роль в формировании национального и регионального экономического потенциала.

¹³ Сафиуллина А.И. (a.safiullina@rubin-kazan.ru), старший преподаватель кафедры экономики и управления в спорте Поволжского государственного университета физической культуры, спорта и туризма; Сафиуллин М.Р., доктор экономических наук, профессор. Проректор по вопросам экономического и стратегического развития Казанского Федерального университета

Анализируется влияние киберспортивной индустрии на занятость, инновации и трансформацию инфраструктурных решений в условиях Четвёртой промышленной революции.

Ключевые слова: киберспорт, социальная экономика, цифровая трансформация, инновации, глобальные тенденции.

Введение. Современное развитие цифровых технологий и киберспорта оказывает все более заметное влияние на трансформацию социальной экономики, охватывая широкий спектр отраслей и секторов общества. Киберспорт, являясь одним из самых динамично развивающихся направлений в спортивной индустрии, привлекает внимание не только молодежной аудитории и технологических компаний, но и инвесторов, осознающих его потенциал как драйвера экономического роста. В условиях глобальной цифровизации ключевым становится вопрос о том, как киберспорт влияет на социальные процессы, укрепляет экономические структуры и способствует модернизации традиционных отраслей экономики, таких как физическая культура и спорт.

Цель исследования заключается в определении глобальных тенденций киберспорта, влияющих на экономику мировых стран.

Условия, материалы и методы исследования. Для оценки степени изученности проблемы исследования были проанализированы труды Н. Ишмухаметов, Д. Степанов, где обозначены основные проблемы развития и особенности проектов, направленных на развитие предпринимательства в сфере киберспорта на региональном уровне. Сделаны выводы о практической значимости и растущем влиянии киберспорта не только на уровне экономики России в целом, но и на региональном уровне. В труде Махтымова М. Экономика киберспорта: новый рубеж для развивающихся экономик, где отмечается, что киберспорт способствует созданию рабочих мест, улучшению цифровой инфраструктуры, привлечению инвестиций и развитию туристической отрасли. Тем не менее, для максимизации потенциала киберспорта необходимо преодолеть социальные барьеры и развивать образовательные программы. В рамках работы были использованы следующие источники: Statista, Global Games Market Report, Digital Market Outlook, Deloitte Media and Entertainment Industry Outlook, We Are Social и Hootsuite, Digital 2024 Global Overview Report.

Результаты и обсуждение. На рисунке 1 представлены глобальный размер аудитории киберспорта в мире.



Рис. 1. Глобальный размер аудитории киберспорта в мире, млн. чел. [1]

Глобальный рынок киберспорта и видеоигр продолжает демонстрировать значительный рост, что подтверждают данные о числе пользователей и доходах в данной области. В 2020 году аудитория киберспорта составляла 436 миллионов человек, а к 2025 году ожидается, что она увеличится до 641 миллиона человек. Это свидетельствует о стабильном росте интереса к киберспорту и его расширении в различных странах мира.

Предполагаемый рост рынка киберспорта представлен на рисунке 2.

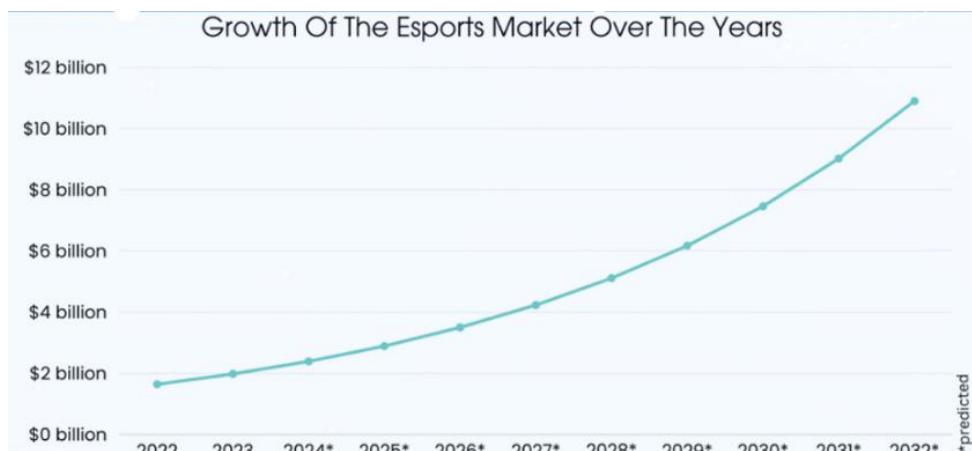


Рис. 2. Прогноз динамики роста рынка киберспорта [8]

Прогноз динамики роста рынка киберспорта также указывает на положительные тренды. В 2022 году рынок киберспорта оценивался в несколько миллиардов долларов, а к 2025 году, по прогнозам, может достичь 12 миллиардов долларов, что говорит о значительном увеличении инвестиций в эту сферу.

На рисунке 3 представлена наглядное отображение динамики глобального рынка видеоигр.

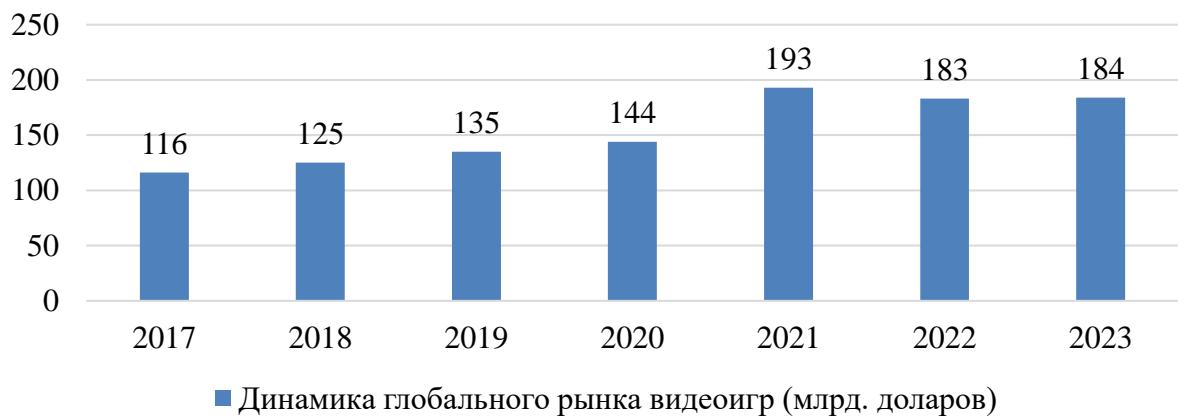


Рис. 3. Динамика глобального рынка видеоигр, млрд. дол. [1]

Что касается глобального рынка видеоигр, то в 2020 году его объем составил 144 миллиарда долларов, а в 2023 году вырос до 184 миллиардов долларов.

При росте рынка видеоигр, в целом характерного для последних лет, наблюдается небольшое снижение динамики глобального рынка видеоигр, что может быть связано как с насыщением рынка видеоигр (в последнее время это является актуальной проблемой, ассоциированной с ростом количества программистов и востребованностью этой профессии).

При этом, благодаря развитию технологий (в частности, связанных с открытием возможностей для получения ранее недоступного игрового опыта аудиторией), доходы мирового рынка видеоигр имеют тенденцию к росту, что также отражается в повышении доходности стриминга видеоигр и повышении мирового уровня развития этой отрасли, что показано на рисунке 4, в % от всего населения.

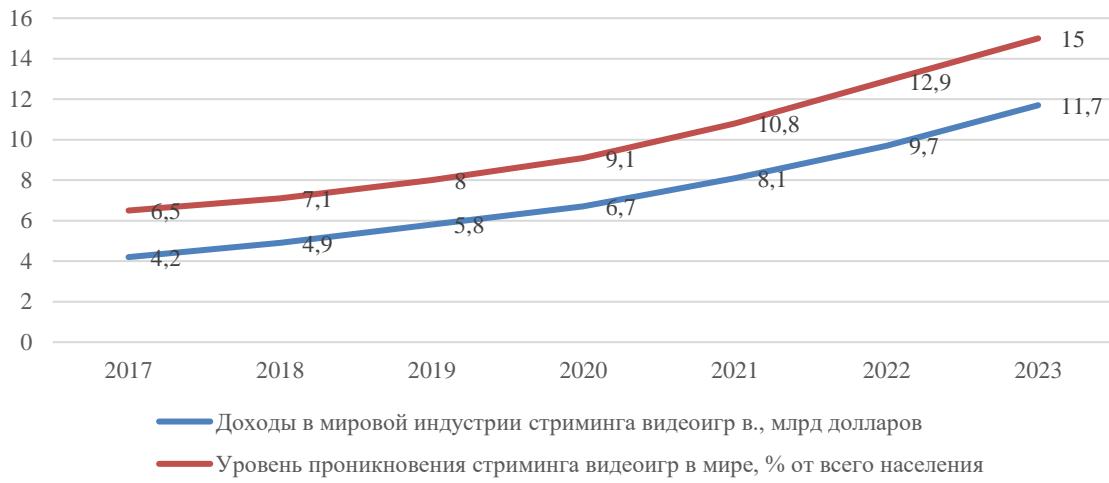


Рис. 4. Взаимосвязь развития доходов в мировой индустрии стриминга видеоигр и уровня проникновения стриминга видеоигр в мире, % от всего населения [1]

Благодаря развитию цифровых технологий, стриминг видеоигр стал направлением, сформировавшим одну из ключевых тенденций в сфере цифровых технологий. Рост дохода от стриминга видеоигр с 2017 по 2023 увеличился с 0,5 миллиардов долларов до 15 миллиардов, что является огромным успехом как для стриминговых платформ (например, twitch), так и для стримеров, прочно укрепивших свое положение на этих платформах. Рост данной сферы развития видеоигровой индустрии практически в 30 раз, а также возросший уровень проникновения стриминговых сервисов (с 0,5 до 11,7%) свидетельствует о значительном расширении аудитории стримеров, и повышении популярности видеоигровых трансляций. Данный факт подтверждает значимость стриминговых сервисов для всей индустрии гейминга.

Киберспорт и стриминг видеоигр являются одним из движущих факторов развития и трансформации мировой экономики. Ожидается, что капитализация глобального рынка киберспорта может достичь более чем 2,5 миллиардов долларов США, что, в свою очередь, формирует не только условия для создания новых рабочих мест и способствует развитию цифровой инфраструктуры, но и стимулирует спрос на инновационные технологии, например VR (виртуальная реальность), и развитие технологий облачного вычисления [2].

Развитие турнирных онлайн платформ и сервисов для зрителей будет только способствовать дальнейшей эволюции данного направления. По прогнозам экономистов, рост доходов от киберспорта в период с 2023 по 2028

год может составлять более чем 20% в год и имеет тенденцию к дальнейшему увеличению.

На рисунке 5 представлена взаимосвязь времени, проведенного в социальных сетях в день, в минутах, капитализации рынка видеоигр, млрд. долларов и количества видеоигр, проданных на платформе Steam, млн. единиц.

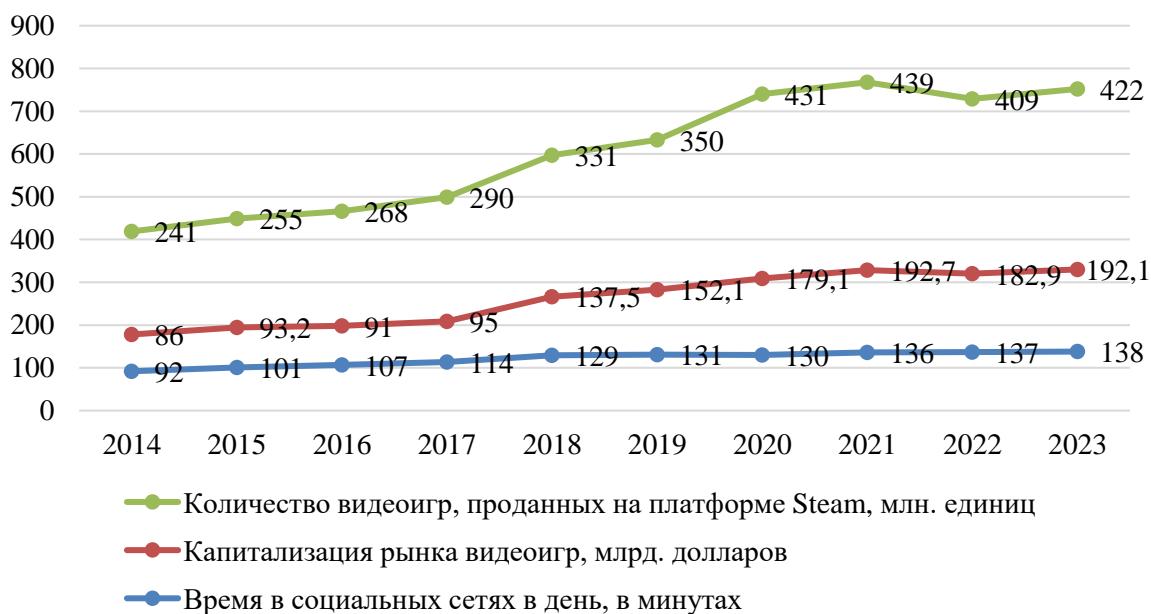


Рис. 5. Взаимосвязь времени в социальных сетях в день, в минутах, капитализации рынка видеоигр, млрд. долларов и количества видеоигр, проданных на платформе Steam, млн. единиц. [3,4]

С 2014 года количество проданных видеоигр на платформе Steam возросло с 241 до 422 миллионов единиц в 2023 году, показав увеличение на 75,1%. Увеличение интереса к игровым платформам и улучшение доступности компьютерных технологий вкупе с повышением доступности интернет-ресурсов привело к заметному росту игровой индустрии за последние 10 лет.

Увеличение капитализации рынка видеоигр с 86 миллиардов долларов до 182,9 миллиардов (более чем 112%) в период с 2014 по 2023 год продемонстрировало существенный рост актуальности видеоигр, и платформ, специализированных на их реализации.

При этом, интересен тот факт, что в 2023 году более 60% всех продаж приходилось на цифровые платформы, такие как Steam, Epic Games Store и другие, что также подтверждает тенденцию к цифровизации данного сектора.

На рисунке 6 представлена взаимосвязь количества интернет-пользователей в мире, млрд. чел., количества пользователей социальных сетей в мире, млн. чел., фейсбук* (MAU – количество уникальных пользователей за месяц), млн. чел., и инстаграм* (MAU – количество уникальных пользователей за месяц), млн. чел.

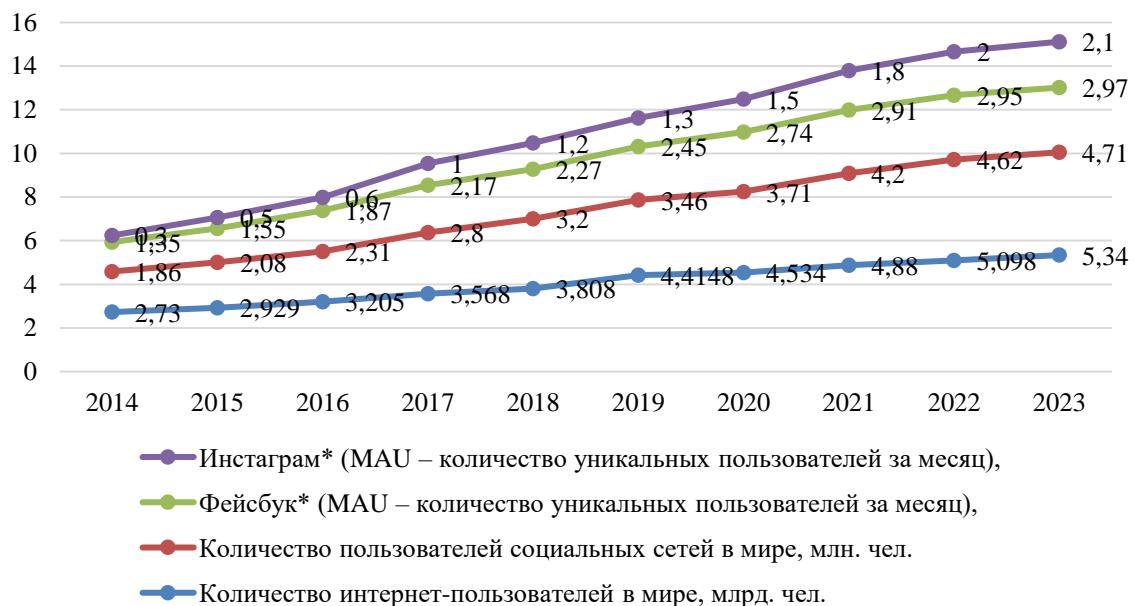


Рис. 6. Взаимосвязь количества интернет-пользователей в мире, млрд. чел., количества пользователей социальных сетей в мире, млн. чел., фейсбук* (MAU – количество уникальных пользователей за месяц), млн. чел., и инстаграм* (MAU – количество уникальных пользователей за месяц), млн. [5,6]

Социальная сеть Facebook демонстрирует снижение динамики роста активных пользователей, несмотря на общий рост количества пользователей на 55%. При этом, наиболее существенный рост пришелся на период с 2014 до 2017 года (с 1,35 до 2,17 млрд человек), затем темпы роста снизились. Данная особенность динамики Facebook на данный момент свидетельствует о высокой степени насыщенности аудитории. Instagram, напротив, демонстрирует наиболее динамичный рост: количество пользователей выросло с 0,3 млрд человек в 2014 году до 2,1 млрд в 2023 году, увеличившись в 7 раз. Особенno заметное увеличение аудитории наблюдалось в период с 2016 по 2020 год (с 0,5 до 1,8 млрд человек), что объясняется ростом популярности платформы среди молодежной аудитории и своевременной адаптацией к тенденциям в сфере

развития уровня цифрового контента (например, таких элементов как сторис и Reels), что позволяет расширить потенциальный круг пользователей и авторов, благодаря общему упрощению и расширению возможностей для создания контента. Рассматривая рынок киберспорта в разрезе стран, обратимся к рисунку 7, где представлены доходы от цифровых видеоигр на отдельных мировых рынках в 2023 году

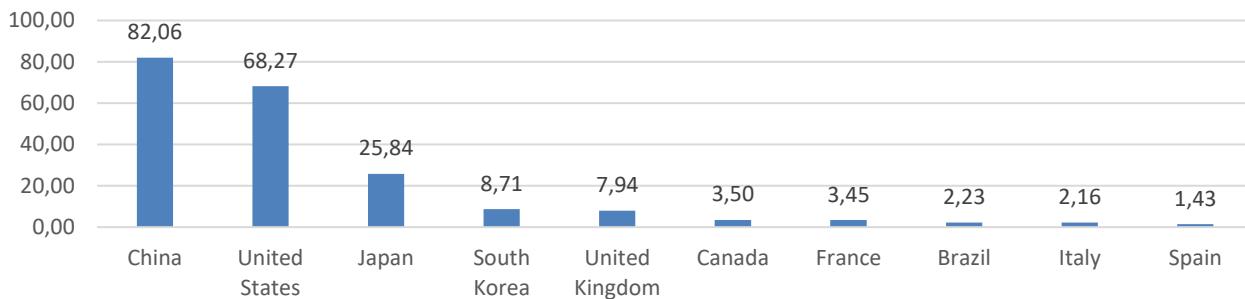


Рис. 7. Доходы от цифровых видеоигр на отдельных мировых рынках в 2023 году, млрд. долл. [1]

Киберспорт является важным элементом глобальной экономики, это связано с тем, что в нынешнем состоянии он может оказывать влияние на благосостояние стран с развитой ИТ и технологической инфраструктурой.

Киберспортивная индустрия развлечений способствует созданию рабочих мест, развитию цифровой инфраструктуры, привлечению новых инвестиций и даже развитию туристического потенциала страны (примером может послужить технологическая «мекка» Японии – Акихабара). Несмотря на это, для максимизации потенциала развития киберспорта в условиях государства, необходимо нормализовать отношение к киберспорту, в том числе через транформацию современных образовательных программ [7].

Рынок цифровых видеоигр не однообразен, и в рамках различных государств доходы от видеоигр могут существенно отличаться. Так, по состоянию на 2023 год Китай продолжает занимать лидирующую позицию с доходами от видеоигр, составившими 82,06 миллиарда долларов, что составляет более 40% от мировых доходов. США находится на втором месте с общим уровнем дохода в 68,27 миллиарда долларов, а Япония замыкает эту тройку с 25,84 миллиарда долларов. Доходы от видеоигр в других странах, таких как Южная Корея, Великобритания и Канада, значительно ниже, что указывает на доминирование Азии и США в этой сфере [9].

Интересно отметить, что в 2023 году относительно новые китайские компании, такие как Tencent и NetEase, занимают лидирующие позиции в мировом рейтинге, в то время как западные компании (например, Activision Blizzard и Electronic Arts) продолжают успешно конкурировать на глобальной арене за счет высокого уровня выпускаемых проектов благодаря растущему финансированию рынка видеоигр.

Выводы. Таким образом, индустрия видеоигр, в недавнем прошлом занимающая относительно малую часть глобального рынка, продолжает развиваться, оказывая значительное влияние на экономику различных государств, стимулируя развитие технологий и инновации, провоцируя изменения в социальной структуре. В ближайшие годы, исходя из прогнозов, можно ожидать дальнейшее развитие индустрии цифровых развлечений, дальнейшее укрепление позиций крупных игроков на видеоигровом рынке, что окажет заметное влияние на мировую индустрию цифровых развлечений.

Список литературы

1. Количество пользователей киберспорта в Китае с 2016 по 2024 год (в миллионах) – URL: <https://www-statista-com.eu1.proxy.openathens.net/statistics/1018969/china-esports-game-user-number/> (дата обращения: 20.01.2024).
2. Фактический доход от продаж и рост рынка киберспортивных игр в Китае в годовом исчислении с 2016 по 2023 год – URL: <https://www-statista-com.eu1.proxy.openathens.net/statistics/1087541/china-esports-game-market-revenue/> (дата обращения: 20.01.2024).
3. Statista. – URL: <https://www-statista-com.eu1.proxy.openathens.net/> (дата обращения: 25.02.2025).
4. ASO World. Global Esports Market Report 2024. – URL: <https://asoworld.com/ru/blog/global-esports-market-report-2024/> (дата обращения: 25.02.2025).
5. ASO World. Global Esports Market Outlook for 2024. – URL: <https://asoworld.com/ru/blog/global-esports-market-outlook-for-2024/> (дата обращения: 25.02.2025).

6. Global Games Market Report // Newzoo. – URL: <https://newzoo.com/insights/articles/global-games-market-report> (дата обращения: 20.02.2025).
 7. Digital Market Outlook // Statista. – URL: <https://www.statista.com/outlook/dmo/digital-media> (дата обращения: 20.02.2025).
 8. Deloitte Media and Entertainment Industry Outlook // Deloitte. – URL: <https://www2.deloitte.com/us/en/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/media-entertainment-industry-outlook.html> (дата обращения: 20.02.2025).
 9. Digital 2024 Global Overview Report // We Are Social, Hootsuite. – URL: <https://wearesocial.com/digital-2024> (дата обращения: 20.02.2025).
 10. SuperData Year in Review // SuperData. – URL: <https://www.superdataresearch.com/year-in-review> (дата обращения: 22.02.2025).
-

CYBERSPORT AND ITS ROLE IN THE TRANSFORMATION OF THE SOCIAL ECONOMY: GLOBAL TRENDS

SAFIULLINA A.I., SAFIULLIN M.R.

The modern development of e-sports and its impact on socio-economic processes are becoming crucial aspects in the context of global digital transformation. As one of the fastest-growing segments of the entertainment industry, e-sports has a significant influence not only on the sports sector but also on the economies of entire countries. The development of this industry contributes to the growth of the digital economy, the creation of new jobs, the expansion of the tax base, and the strengthening of social infrastructure. Additionally, e-sports shapes new consumption patterns, influences educational and cultural practices, and stimulates the development of related industries such as media, marketing, IT, and law. The article explores global trends related to the development of e-sports, its impact on various aspects of the social economy, issues of institutionalization, investment attractiveness, and its role in shaping national and regional economic potential.

Keywords: e-sports, social economy, digital transformation, innovation, global trends.

Рецензия на статью

Автор(ы)

Сафиуллина А.И., Сафиуллин М.Р.

Название статьи: КИБЕРСПОРТ И ЕГО РОЛЬ В ТРАНСФОРМАЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ: ГЛОБАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

№	Критерии оценки качества статьи	Да	Нет	Примечание, рекомендация
1 Соответствия статьи				
1.1	Соответствие статьи профилю журнала	да		Тематика статьи соответствует направлению журналов, специализирующихся на цифровой экономике, социальной трансформации, индустрии развлечений, креативной экономике и спортивному менеджменту.
1.2	Соответствие названия статьи ее содержанию	да		Название точно отражает содержание статьи. Рассматриваются как глобальные тренды, так и социально-экономические аспекты трансформации через призму киберспорта.
1.3	Соответствие аннотации содержанию статьи	да		Аннотация охватывает основные разделы исследования: цели, предмет, значимость, объекты анализа. Кратко и адекватно представлена суть статьи.
2 Актуальность темы				
2.1	Обоснованность актуальности	да		Актуальность убедительно обоснована: киберспорт является растущим сегментом цифровой экономики, способствующим инновациям и занятости.
2.2	Достаточность отражения темы по российским и зарубежным публикациям	да		Использован широкий спектр источников: статистические базы (Statista, Newzoo), аналитика Deloitte и SuperData, а также российские исследования. Тем не менее, не хватает систематизации академических работ и ссылок на научные публикации в рецензируемых журналах.
3 Научный уровень статьи				
3.1	Анализ состояния проблемы	да		Представлен подробный обзор индустрии с акцентом на тренды и экономическое значение. Однако отсутствует концептуальное обобщение или выделение теоретических моделей.
3.2	Корректность сформулированных проблемы и задач	да		Цель сформулирована ясно. Задачи не представлены в явном виде, но логически следуют из текста. Возможно, целесообразно их сформулировать в явной форме.
3.3	Обоснованность применяемых методов исследований	да		В статье заявлены аналитические и статистические методы на базе вторичных данных. Однако отсутствует описание методологии обработки или

				верификации данных — это снижает научную строгость.
3.4	Достоверность выводов	да		Выводы адекватны представленному материалу и визуализированы с опорой на обширные данные, но нуждаются в более глубоком критическом осмыслиннии (например, анализ рисков и ограничений).
4	Научная новизна			
4.1	Оригинальность результатов	да		Оригинальность статьи — в комплексном подходе к анализу влияния киберспорта на социальную экономику и использовании широкой международной статистики. Однако отсутствуют эмпирические расчёты или моделирование.
4.2	Соответствие полученных результатов современным достижениям науки	да		Статья соответствует актуальной повестке цифровой трансформации и исследовательским интересам в области креативной экономики, но не интегрирует современные научные модели (например, теории платформенной экономики, экосистем, цифрового неравенства и др.).
4.3	Наличие спорных положений		Нет	Преобладает позитивная оценка индустрии без критического анализа угроз (например, геймификации труда, цифровой зависимости, кибербезопасности).
5	Научность изложения			
5.1	Научность языка и стиля	да		Язык преимущественно научный, но в отдельных случаях — описательный, с элементами журналистского стиля. Есть повторы и избыточные формулировки.
5.2	Доступность изложения	да		Изложение доступно, особенно для широкой академической и студенческой аудитории. Текст хорошо структурирован, логика изложения прослеживается.
5.3	Корректность терминологии	да		Основные термины («киберспорт», «социальная экономика», «цифровая трансформация») используются корректно, но не всегда раскрываются с научной строгостью.
5.4	Обоснованность объема статьи и ее элементов — рисунков, таблиц, библиографии	да		Объём статьи оправдан. Графики и диаграммы обоснованы и повышают наглядность, однако требуют унификации по стилю и источникам.
5.5	Правильность оформления библиографии	да		Библиография в целом корректна, но использованы в основном интернет-источники и аналитика. Для академической полноты необходимо

			добавить больше рецензируемых научных публикаций.
6	Оценка статьи		
6.1	Положительные качества		
	Актуальная и слабо исследованная тема. Убедительная визуализация и использование обширных данных. Хорошее понимание влияния цифровых технологий на социальную экономику.		
6.2	Отрицательные качества		
	Недостаток методологической строгости. Отсутствие академической операционализации ключевых понятий. Нехватка оригинальных авторских выводов и моделей.		
6.3	Замечания и предложения		
	Расширить теоретическую часть с привлечением научных концепций цифровой экономики. Четко обозначить задачи и методы исследования. Добавить критический анализ рисков и вызовов. Расширить список литературы за счет академических источников (Web of Science, Scopus и др.). Внести правки в язык и стиль — убрать разговорные обороты, уточнить терминологию.		

Рекомендация к опубликованию (нужное подчеркнуть):

- Статья может быть опубликована без научной правки
- Статья может быть опубликована с небольшими редакционными поправками
- Статья может быть опубликована только после внесения исправлений и дополнений без повторного рецензирования
- Статья нуждается в исправлениях, дополнениях и повторном рецензировании
- Статью публиковать нецелесообразно

Дата: 04.08.2025

ЗАКЛЮЧЕНИЕ: статья принята к публикации