

покупателя выбрать именно цифровой способ приобретения товаров и услуг. Данная тенденция значительного увеличения количества потребителей в интернет-секторе наблюдается и в российской экономике. Об этом свидетельствует возникновение и рост таких компаний, как Wildberries.ru, DNS, Citilink.ru. По оценкам подавляющей части экспертов, данная тенденция будет сохраняться до тех пор, пока данный вид приобретения продукции не станет основополагающим. Кроме того, в настоящее время идёт активная разработка и внедрение систем искусственного интеллекта, которые уже сейчас берут на себя часть функций, обеспечивающих работу предприятия, в ближайшем будущем применение искусственного интеллекта в той или иной сфере экономики будет только расширяться. Кроме того, применение искусственного интеллекта, равно как и процессы цифровизации в целом, существенно изменяют как экономическую, так и кадровую картину работы современного предприятия.

Также нельзя не отметить, что при становлении онлайн-пространства, как ключевого фактора в экономике, возрастает многократно роль кибербезопасности. На данный момент кибербезопасность уже приняла обыденный характер: в каждой организации на компьютерах установлены антивирусные приложения; каждый сотрудник соблюдает ряд требований при работе за компьютером; компании всё чаще пользуются услугами сторонних организаций, которые поддерживают необходимый уровень кибербезопасности и т.д. Меры по кибербезопасности постоянно обновляются, чтобы соответствовать требованиям конкурентного рынка.

Эксперты выделяют несколько блоков, в которые можно объединить все процедуры, направленные на сохранение кибербезопасности: локализация данных и шифрование; защита коммуникационных сетей; создание и поддержание системы идентификации и авторизации [3]. Однако необходимо всегда помнить о том, что цифровизация мировых экономических процессов является собой не абсолютное благо, оно содержит в себе определённые недостатки: с каждым днём всё более остро встаёт вопрос информационной безопасности систем предприятия; растёт число киберпреступлений, совершаемых в цифровой среде; крайне актуальным остаётся вопрос сохранности персональных данных и иной конфиденциальной информации, хранящейся в многочисленных базах данных.

Литература

1. Барден Ф. Взлом маркетинга. Наука о том, почему мы покупаем. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2020. 310 с.
2. Жилина И.Ю. Искусственный интеллект в электронной торговле // Социальные и гуманитарные науки: Отечественная и зарубежная литература. Серия 2, Экономика: Реферативный журнал. 2020. № 2. С. 142–148. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/iskusstvennyy-intellekt-v-elektronnoy-torgovle> (дата обращения 12.09.2024 г.).
3. Тренды digital – маркетинга в 2022 году. – URL: <https://exiterra.com/blog/marketing-blog/trendy-digital-marketing-a-v-2022-godu/> (дата обращения 12.09.2024 г.).

<https://doi.org/10.18522/1997-2377-2024-138-5-76-79>

УДК 314

ЭЙДЖИЗМ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ¹

Н.В. Спиридонова

*кандидат экономических наук, доцент
Санкт-Петербургский государственный университет
г. Санкт-Петербург, Россия*

Т.Л. Судова

*доктор экономических наук, профессор
Санкт-Петербургский государственный педиатрический медицинский университет
г. Санкт-Петербург, Россия*

Развитие, использование и доступ к цифровым технологиям лиц «серебряного возраста», рассматриваются через призму эйджизма, что позволяет выявить проблемы, определить приоритетные направления борьбы с дискриминацией данной демографической группы.

¹ Статья подготовлена в рамках Дорожной карты сотрудничества СПбГУ и СОГУ. Проект «Исследование особенностей и повышение эффективности функционирования рынка труда как фактора социально-экономического развития регионов СКФО» (ID PURE 102172469)

Ключевые слова: эйджизм, старение населения, цифровизация, цифровой разрыв.

The development of digital technologies, the use of digital technologies, as well as the problems of access to them by older people are considered in the article from the point of view of ageism. This allows us to identify problems and determine priority areas for combating discrimination against older people as well.

Keywords: ageism, population ageing, digitalization, the digital divide.

Старение населения является неизбежным результатом демографического перехода от высоких к более низким уровням рождаемости и смертности, что приводит к общему росту населения и к увеличению в нем доли пожилого населения¹. Этот рост происходит беспрецедентно высокими темпами, причем с ускорением, особенно в развивающихся странах. Если в 2019 г. число людей в возрасте 60 лет и старше составляло 1 млрд чел., то к 2030 г. эта цифра может вырасти до 1,4 млрд чел., а к 2050 г. – до 2,1 млрд чел. [5]. Одним из индикаторов процесса старения является повышение медианного возраста населения. На 2020 г. медианный возраст в мире составлял 29,7 лет (в РФ – 38,6), на 2024 г. он может составить уже 30,7 лет (в РФ – 39,6), а к 2100 г. достигнет почти 42 года [9].

Старение населения – это глобальная демографическая проблема современности, «тихая демографическая революция», которая оказывает влияние на все сферы жизни общества. Не случайно государствами членами ООН, ВОЗ была разработана Глобальная стратегия и план действий по проблемам старения и охраны здоровья, а период 2021–2030 гг. был объявлен Десятилетием здорового старения.

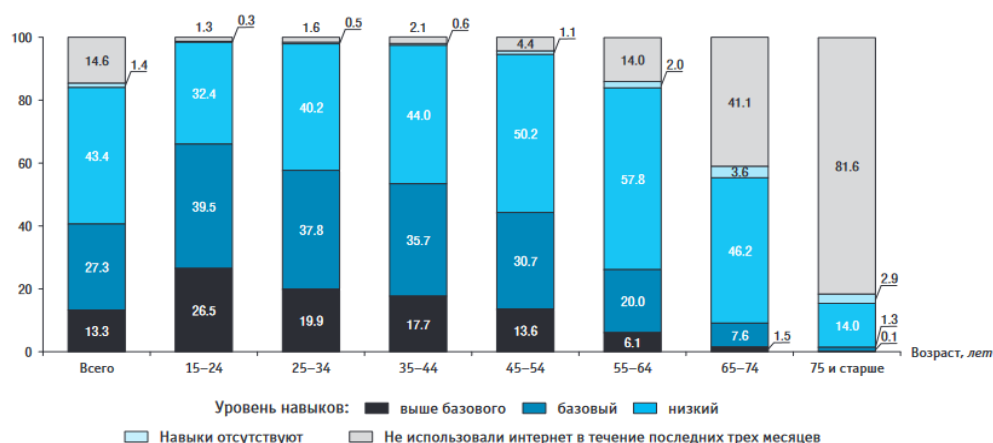
Цифровая экономика, являясь важнейшей движущей силой, стимулом экономического развития современности, кардинально меняет среду обитания: государственные и муниципальные услуги, повседневную коммуникацию, СМИ, транспорт, банковский сектор, здравоохранение и уход. Однако быстрая цифровизация также создает барьеры для пожилых людей, которые могут не иметь возможности воспользоваться ее преимуществами.

Недавние исследования показывают, что возможным препятствием доступа к цифровым технологиям является эйджизм: стереотипы, связанные со старостью и новыми технологиями, имеют тенденцию пронизывать всю цепочку: от концептуализации и проектирования до использования цифровых технологий пожилыми людьми [8]. Отметим, что согласно докладу ВОЗ, каждый второй человек в мире придерживается эйджистских взглядов, что ведет к ухудшению физического и психического здоровья и снижению качества жизни, благополучия пожилых людей, нарушению их прав, обходится обществу в миллиарды долларов каждый год [1]. Следовательно, развитие, использование и доступ к цифровым технологиям пожилого населения также следует рассматривать через призму эйджизма. Цель исследования: провести анализ эйджизма в условиях цифровизации для выявления проблем и определения приоритетных направлений борьбы с дискриминацией людей старшего возраста.

Эйджизм – это дискриминационное отношение к работникам разных возрастных групп, не связанное с их продуктивностью (с результатами их труда). Проявление возрастной дискриминации на рынке труда, чаще всего проявляется по отношению к пожилым работникам. Оно может быть институциональным, межличностным или самонаправленным [1]. На рынке труда эйджизм может проявляться в ограничении возможностей трудоустройства и продвижения в компании, доступа к программам обучения, в размере заработной платы, профессиональной сегрегации, в результате которой отдельные рабочие места фактически резервируются для молодежи [4, с. 71]; техноэйджизму, т.е. дискриминации на базе межгендерного цифрового разрыва, цифрового неравенства в доступе к информационным и коммуникационным технологиям (ИКТ) и их использованию разными социальными группами [3].

Цифровая экономика в современных условиях быстро развивается и имеет огромный потенциал. Во время пандемии Covid-19 она получила дополнительные стимулы для развития на потребительском рынке, глубоко повлияв на образ жизни населения. В Российском секторе ИКТ в 2022 г. валовая добавленная стоимость составила 3% ВВП или 4251 млрд руб., было занято 1357 тыс. чел. В РФ 93,5% населения когда-либо использовали интернет, а 84,9% пользуются им практически каждый день [2, с. 16–17]. В сравнении с молодыми сотрудниками, лица старше 55 лет более чем в два раза хуже владеют общими цифровыми навыками и в три раза хуже профессиональными программами (см. рисунок).

¹ В соответствии с рекомендациями Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ) человек, достигший 60 лет, считается пожилым, перешагнувший 90-летний рубеж – долгожителем.



Уровень владения цифровыми навыками по возрастным группам (2022 г. в % от общей численности населения соответствующей возрастной группы) [2, с. 159]

Как показывают исследования, более 50% пожилых людей испытывают трудности с цифровой интеграцией, не пытаются ассимилироваться с цифровой средой, становятся «цифровыми беженцами» и в результате могут быть исключены из цифрового общества (см. рисунок, а также [8; 3]). Цифровое исключение зависит от типа технологии, жизненного опыта, навыков, умений пожилого человека, региона проживания (сельская или городская среда) и др. По статистике люди в России после выхода на пенсию работают еще примерно 6–8 лет, что позволяет говорить о наличии большого потенциала данного сегмента рынка труда на текущий момент. При этом при сокращении числа пенсионеров за 2023 г. на 700 тыс. чел. до 41.1 млн чел., увеличивается количество работающих пенсионеров: только за 4 кв. 2023 г. их число выросло сразу на 315,8 тыс. чел. по сравнению с предыдущим кварталом [6]. Происходит, образно говоря, «размывание» цифровых навыков, снижение их среднего уровня. Быстрая цифровизация, вызывая ускорение технологического развития, может привести к устареванию ранее производительно значимых навыков, более быстрому социальному старению населения, сделать недоступными ее достижения для еще относительно молодых людей, например, в Кремниевой долине для компаний устойчивой тенденцией является найм сотрудников моложе 40 лет. Возрастная структура специалистов по ИКТ в РФ показывает, что 65,1% занятых – это специалисты от 15–39 лет, доля лиц от 60 лет составляет только 3,3% [7, с. 79].

Работники «серебряного возраста» обладают рядом существенных преимуществ, например, они достаточно квалифицированы, организованы и дисциплинированы, склонны передавать свой опыт и тем самым содействовать межпоколенческому трансферу знаний и навыков и т.д. В РФ принята Стратегия действий в интересах граждан старшего поколения в РФ до 2025 г. В рамках федерального проекта «Старшее поколение» службой занятости населения с 2019 г. реализуются мероприятия по организации профессионального обучения и дополнительного профессионального образования граждан 50 лет и старше, а также граждан предпенсионного возраста; появляются различные специализированные площадки, например, «Сбербанк» запустил портал «Активный возраст» для вовлечения специалистов старшего возраста. Государство может также для снижения рисков работодателя при трудоустройстве пожилых людей ввести специальные налоговые преференции, к примеру, применять пониженные страховые взносы за таких работников. ВОЗ предлагает для решения данных проблем прежде всего обеспечить доступность к соответствующей инфраструктуре и объектам, более активно внедрять и пропагандировать программы электронного обучения и трудоустройства, онлайн-программы и социальные сети для налаживания, поддержания межличностных отношений, повышать степень внедрения цифровых технологий ориентированные на пожилую возраст и др. [1]. Конечно, повышение цифровой грамотности, квалификации и переобучение пожилых людей может потребовать особого подхода, однако результаты окажутся масштабнее затрат.

Литература

1. Глобальный доклад о проблеме эйджизма. Резюме. – URL: <https://cdn.who.int/media/docs/default-source/campaigns-and-initiatives/global-campaign-to-combat-ageism/> (дата обращения 01.08.2024).
2. Индикаторы цифровой экономики: 2024: Статистический сборник / В.Л. Абашкин, Г.И. Абдрахманова, К.О. Вишневецкий и др. М.: ИСИЭЗ ВШЭ, 2024.

3. *Карпетян Р.В., Лебедева Е.В., Титаренко Л.Г.* Техноэджизм и техноповедение пожилых горожан: результаты российских и белорусских исследований // *Успехи геронтологии*. 2021. Т. 34. № 2. С. 311–318
4. *Клетикова Е.А., Колосницына М.Г.* Эйджизм на российском рынке труда: дискриминация в заработной плате // *Российский журнал менеджмента*. 2017. Т. 15. № 1. С. 69–88.
5. Сайт ООН. – URL: <https://www.un.org/ru/global-issues/population> (дата обращения 01.08.2024).
6. Цифра дня: за один год в России на треть сократилось число пенсионеров // *Новые известия*. 14.02.2024.
7. *Цифровая экономика: 2024: Краткий статистический сборник / В.Л. Абашкин, Г.И. Абдрахманова, К.О. Вишневецкий и др. М.: ИСИЭЗ ВШЭ, 2024.*
8. *Euroageism Policy Brief. Ageism and digital technology, 2021.*
9. Projected global median age from 1950 to 2100. – URL: <https://www.statista.com/statistics/672669/projected-global-median-age/> (дата обращения 01.08.2024).

<https://doi.org/10.18522/1997-2377-2024-138-5-79-81>

УДК 338.24.01

ЦИФРОВИЗАЦИЯ В МАРКЕТИНГЕ: РЕАЛИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

А.В. Тадтаева

кандидат педагогических наук, доцент

Финансовый университет при Правительстве РФ (Владикавказский филиал)

г. Владикавказ, Россия

Ю.В. Саханский

кандидат технических наук, доцент

Северо-Кавказский горно-металлургический институт

(государственный технологический университет)

г. Владикавказ, Россия

Рассмотрено воздействие современных цифровых технологий на маркетинговую деятельность организаций. Проведён обзор наиболее ключевых трудов современных учёных в области маркетинга и рекламы с целью выявления перспектив развития и тенденций современного маркетинга. Проведен анализ основных изменений структуры маркетинговых и рекламных связей при использовании новых цифровых средств продвижения товаров, услуг.

Ключевые слова: цифровые технологии, маркетинг, реклама, искусственный интеллект, таргет, ИТ-сервисы, цифровизация.

The impact of modern digital technologies on the marketing activities of organizations is considered. A review of the most key works of modern scientists in the field of marketing and advertising is conducted in order to identify the development prospects and trends of modern marketing. An analysis of the main changes in the structure of marketing and advertising communications when using new digital means of promoting goods and services is carried out.

Keywords: digital technologies, marketing, advertising, artificial intelligence, targeting, IT services, digitalization.

В настоящий момент всё больше и больше сфер человеческой деятельности охватывают процессы цифровизации. Данные тенденции не обошли стороной и отрасли мировой экономической системы. Благодаря внедрению цифровых процессов управления, аналитики, прогнозирования в настоящее время появляется возможность не только мониторинга и анализа текущей экономической ситуации, но и возможность выявления тенденций и векторов развития экономических процессов, что позволяет как на микроуровне (предприятиям и организациям), так и на макроуровне (национальной экономики государства, мировая экономика) максимально эффективно подготовиться к изменениям, которые несут с собой данные тенденции. Для лучшего акцентирования внимания следует выделить ряд актуальных задач, которые и формируют оценку эффективности цифровизации маркетинга (рис. 1).