*Оригинальная статья / Original article*

УДК 004:316.334.52 http://doi.org/10.35854/1998-1627-2021-8-603-611

# Исследование цифрового менталитета населения региона

**Бекбергенева Д. Е.**[1 2]

[1]*Оренбургский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Оренбург, Россия*

[2]*Самарский университет государственного управления «Международный институт рынка», Самара, Россия*

**Цель.** Изучение уровня цифрового менталитета, сформированного у населения Оренбургской области, проведенное методом опроса.

**Задачи.** Определение результатов исследования цифрового менталитета населения Оренбургской области.

**Методология.** Исследование цифрового менталитета населения Оренбургской области проведено с помощью методов опроса, анализа и ряда других.

**Результаты.** Вопросы анкеты составлены в соответствии с используемым в научной среде подходом к изучению цифровой готовности и цифрового доверия населения. Ответы на вопросы разработанной автором анкеты характеризуют уровень компьютерной грамотности, цифровых компетенций и цифрового доверия населения региона.

**Выводы.** Степень развития цифровых компетенций (цифровых знаний и навыков взаимодействия с цифровыми инструментами) жителей региона непосредственно влияет на уровень цифровой готовности населения; высокая степень доступа к ресурсам сети Интернет определяет открытость возможностей повышения цифровой грамотности населения региона.

**Ключевые слова:** *региональная экономика, цифровая трансформация, цифровой менталитет, цифровое доверие.*

**Для цитирования:** Бекбергенева Д. Е. Исследование цифрового менталитета населения региона // *Экономика и управление.* 2021. Т. 27. № 8. С. 603–611. http://doi.org/10.35854/1998-1627-2021-8-603-611

## Examining the Digital Mentality of Regional Population

**Dina E. Bekbergeneva**[1 2]

[1] *Orenburg Branch of the Russian Academy National Economy and Public Service under the President of the Russian Federation (Orenburg Branch of the RANEPA), Orenburg, Russia*

[2] *Samara University of Public Administration "International Market Institute" (University "MIR"), Samara, Russia*

**Aim.** The presented study examines the level of digital mentality among the population of the Orenburg region using the survey method.

**Tasks.** The author aims to determine the results of examining the digital mentality of the population of the Orenburg region.

**Methods.** The digital mentality of the population of the Orenburg region is examined using survey, analysis, and other methods.

**Results.** A questionnaire is compiled in accordance with the approach used by the scientific community to examine the digital readiness and digital trust of the population. The answers to the questions of the author's questionnaire characterize the level of computer literacy, digital competencies, and digital trust among the region's population.

**Conclusions.** The degree of development of digital competencies (digital knowledge and skills of interaction with digital tools) of the region's residents directly affects the level of the population's digital readiness; high accessibility of Internet resources provides opportunities to increase the digital literacy of the region's population.

**Keywords:** *regional economy, digital transformation, digital mentality, digital trust.*

**For citation:** Bekbergeneva D.E. Examining the Digital Mentality of Regional Population. *Ekonomika i upravlenie = Economics and Management.* 2021;27(8):603-611 (In Russ.). http://doi.org/10.35854/1998-1627-2021-8-603-611

## Введение

Процесс цифровизации региональной экономики затрагивает трансформацию социально-экономических отношений основных стейкхолдеров: населения региона, представителей предпринимательского сектора и органов государственной власти [1; 2]. Объектом настоящего исследования является выборка населения из генеральной совокупности (жителей Оренбургской области в возрасте старше 14 лет), составляющей 1 604 406 человек [3].

Объем выборки рассчитан для большой генеральной совокупности (более 5 000 объектов): 384 респондента с достижением доверительной точности в 95 % при нормированном отклонении 1,96. Из них 255 человек опрошены в режиме онлайн с помощью цифрового сервиса *Google* Формы [4], 129 человек — при личном интервьюировании в торговых комплексах городов Оренбургской области для достижения репрезентативности выборки по возрасту. Репрезентативность выборки обеспечена посредством использования квотного метода формирования единиц выборки. Процентное распределение респондентов в выборке по возрасту соответствует реальному распределению населения Оренбургской области. Предмет исследования — характеристики цифровой готовности и цифрового доверия населения региона.

## Результаты исследования

Вопросы анкеты составлены в соответствии с применяемым в научной среде подходом к изучению цифровой готовности и цифрового доверия населения [5]. На рисунке 1 показано распределение ответов респондентов на вопрос анкеты «С помощью какого устройства осуществляется доступ к сети Интернет у Вас дома (может быть несколько вариантов ответов)?». Отметим, что 90 % опрашиваемых имеют доступ к сети Интернет с помощью мобильного телефона, 64 % — с помощью ноутбука, 39 % — с помощью стационарного домашнего компьютера и менее 1 % опрашиваемых не имеют доступа к интернету.

Рисунок 2 отражает распределение ответов респондентов на вопрос анкеты «Оцените максимальную заявленную скорость доступа к сети Интернет любого используемого устройства в Вашем доме». Многие респонденты имеют доступ к интернету с помощью нескольких устройств. При этом 28 % опрашиваемых не знают скорость доступа к сети Интернет имеющихся у них устройств, 26 % — используют высокоскоростной доступ в интернет (свыше 100 Мбит в секунду) и лишь 2 % имеют доступ в сеть со скоростью менее 10 Мбит в секунду.

На рисунке 3 показано, как распределены ответы респондентов на вопрос анкеты «Назовите место, где Вы обычно и чаще всего использовали сеть Интернет за последние три месяца». Прогнозируемо, что 71 % опрашиваемых чаще всего пользуется сетью Интернет дома, 20 % — на работе, 5 % — по месту учебы.

На рисунке 4 представлено распределение ответов респондентов на вопрос анкеты «Какие действия, связанные с работой на персональном компьютере, Вы выполняете дома или на работе?» Более половины опрошенных практически ежедневно или несколько раз в месяц используют текстовые редакторы (87 %), работают с электронными таблицами (71 %), создают мультимедийные презентации (69 %), используют специализированные программы для редактирования фото- и видеофайлов (65 %), переносят цифровую информацию с одного носителя на другой (68 %), а также подключают новые устройства (принтеры, сканеры, звуковую аппаратуру) — 54 %.

Рисунок 5 показывает распределение ответов респондентов на вопрос анкеты «Что Вы обычно делаете в сети Интернет?». Их анализ дает представление о цифровых компетенциях населения региона. Более 80 % опрошенных практически ежедневно или несколько раз в месяц общаются с помощью мессенджеров (94 %), проводят время в социальных сетях (92 %), ищут информацию о товарах и услугах (91 %), отправляют или получают электронные письма (89 %), осуществляют телефонные или видеозвонки (88 %), получают информацию на различные темы с использованием цифровых информационных ресурсов (84 %), скачивают фильмы, изображения, музыку (82 %).

Высокие оценки получили такие действия, как знакомство с информацией, связанной со здоровьем и услугами в области

Рис. 1. Устройства доступа респондентов к сети Интернет, чел.

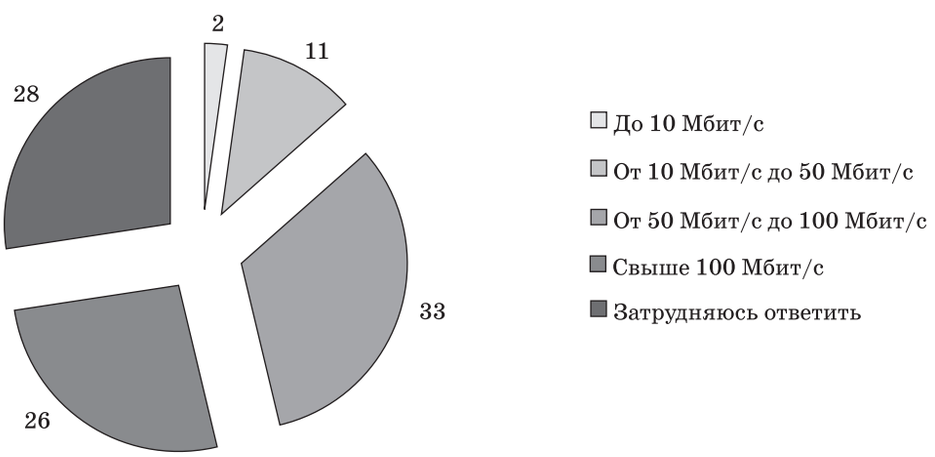


Рис. 2. Максимальная скорость доступа респондентов к сети Интернет, %

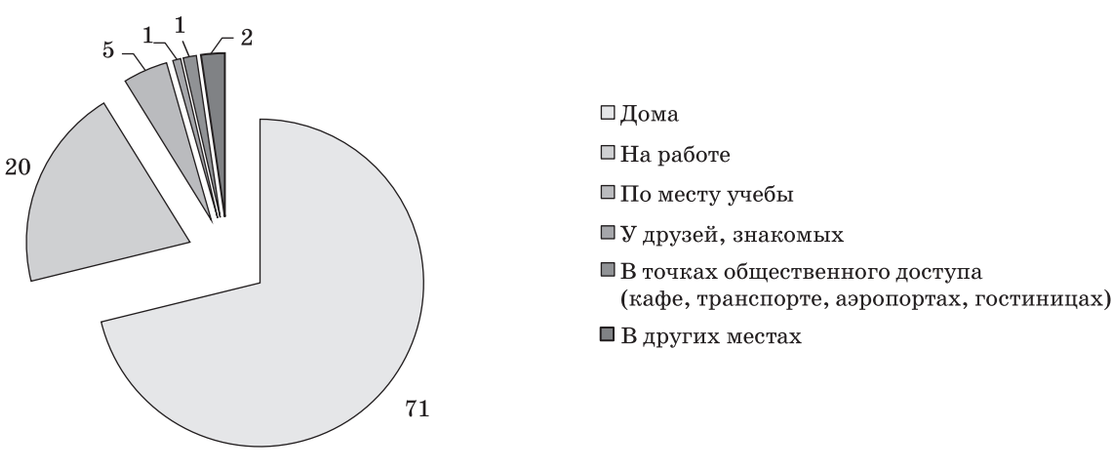


Рис. 3. Места выхода респондентов в сеть Интернет, %

здравоохранения (74 %), поиск информации об образовании или учебных курсах (70 %), чтение или скачивание электронных книг или журналов (66 %), загрузка личных файлов в цифровые ресурсы или облачные сервисы (66 %), получение информации о культурных мероприятиях (64 %), покупка или продажа товаров или

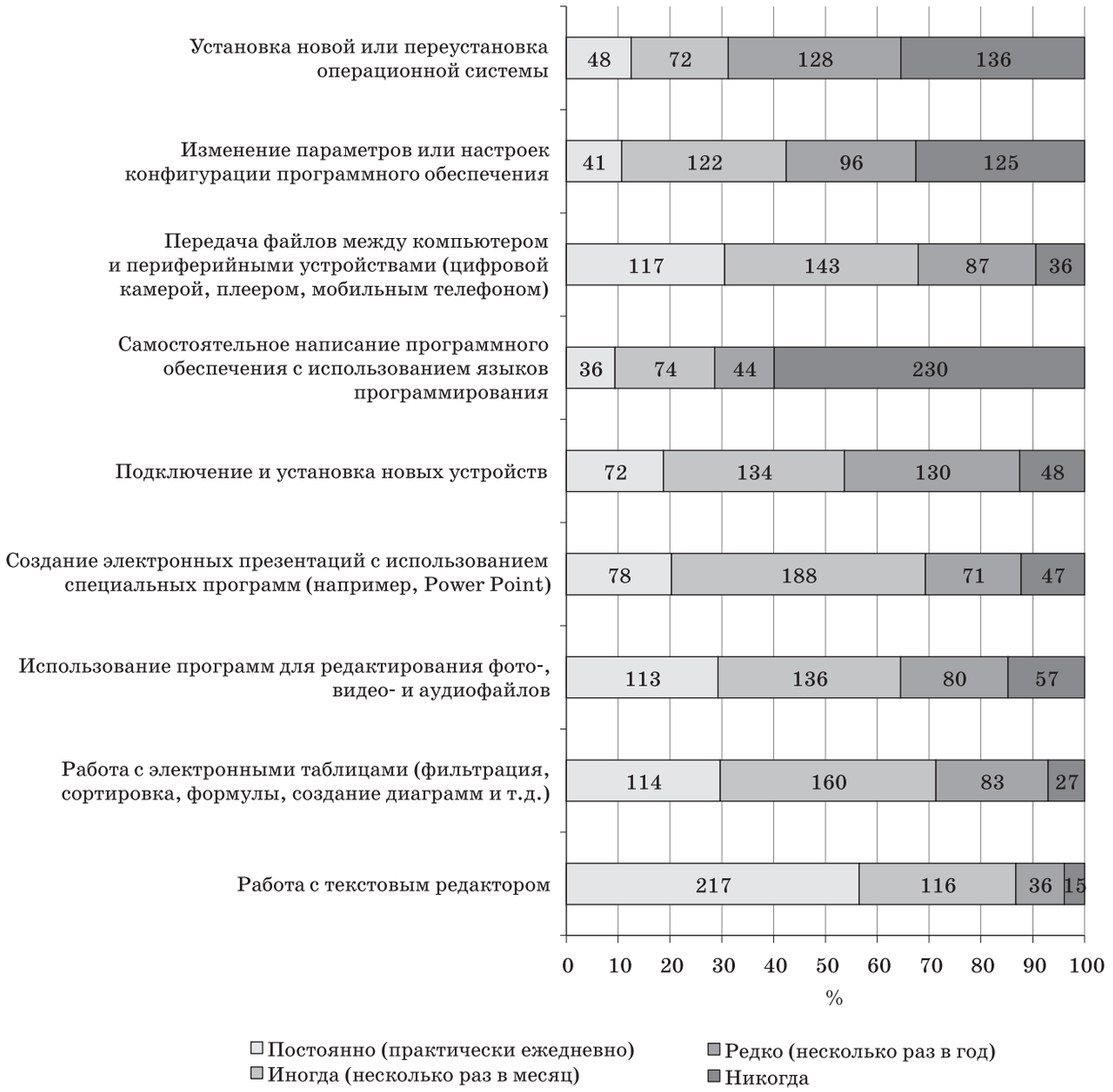


Рис. 4. Действия, выполняемые респондентами на персональном компьютере, чел.

услуг (64 %), осуществление дистанционного обучения или работы (62 %, высокое значение этого показателя связано с введением режима самоизоляции из-за новой коронавирусной инфекции COVID-19), участие в онлайн-голосовании или иных общественно значимых опросах (57 %), в компьютерных или мобильных играх (54 %). Такими действиями, как поиск вакансий в сети Интернет и размещение своего мнения на публичных площадках, более 50 % опрошенных (57 % и 61 % соответственно) никогда не занимались или делали это несколько раз в год.

На рисунке 6 представлено распределение ответов респондентов на вопрос анкеты «С какими проблемами (угрозами) информационной безопасности Вы сталкивались за последние 12 месяцев?»

Чаще всего респонденты сталкивались с такими киберугрозами, как спам-рассылка (54 %) и заражение компьютеров вирусами, что привело к потере значимой информации (31 %); 26 % опрошенных не сталкивались с киберугрозами в сети Интернет.

На рисунке 7 дано распределение ответов респондентов на вопрос анкеты «Какие товары и/или услуги приобретены Вами через сеть Интернет за последние 12 месяцев?».

Наиболее популярными товарами/услугами в электронной торговле, с точки зрения респондентов, являются одежда, обувь

Рис. 5. Действия респондентов в сети Интернет, чел.

и спорттовары (55 % опрошенных заказывали эти товары) и предметы домашнего обихода (40 %). Менее популярны следующие действия в сети Интернет: финансовые или банковские услуги и переводы (31 %), заказ продуктов (23 %), покупка билетов на развлекательные мероприятия (21 %) и скачивание фильмов или музыки на платной основе через онлайн-кинотеатры или иные цифровые ресурсы (20 %). Наименее популярны такие товары, как программное обеспечение (11 %), компьютерное

Рис. 6. Проблемы (угрозы) информационной безопасности, с которыми сталкивались респонденты, чел.

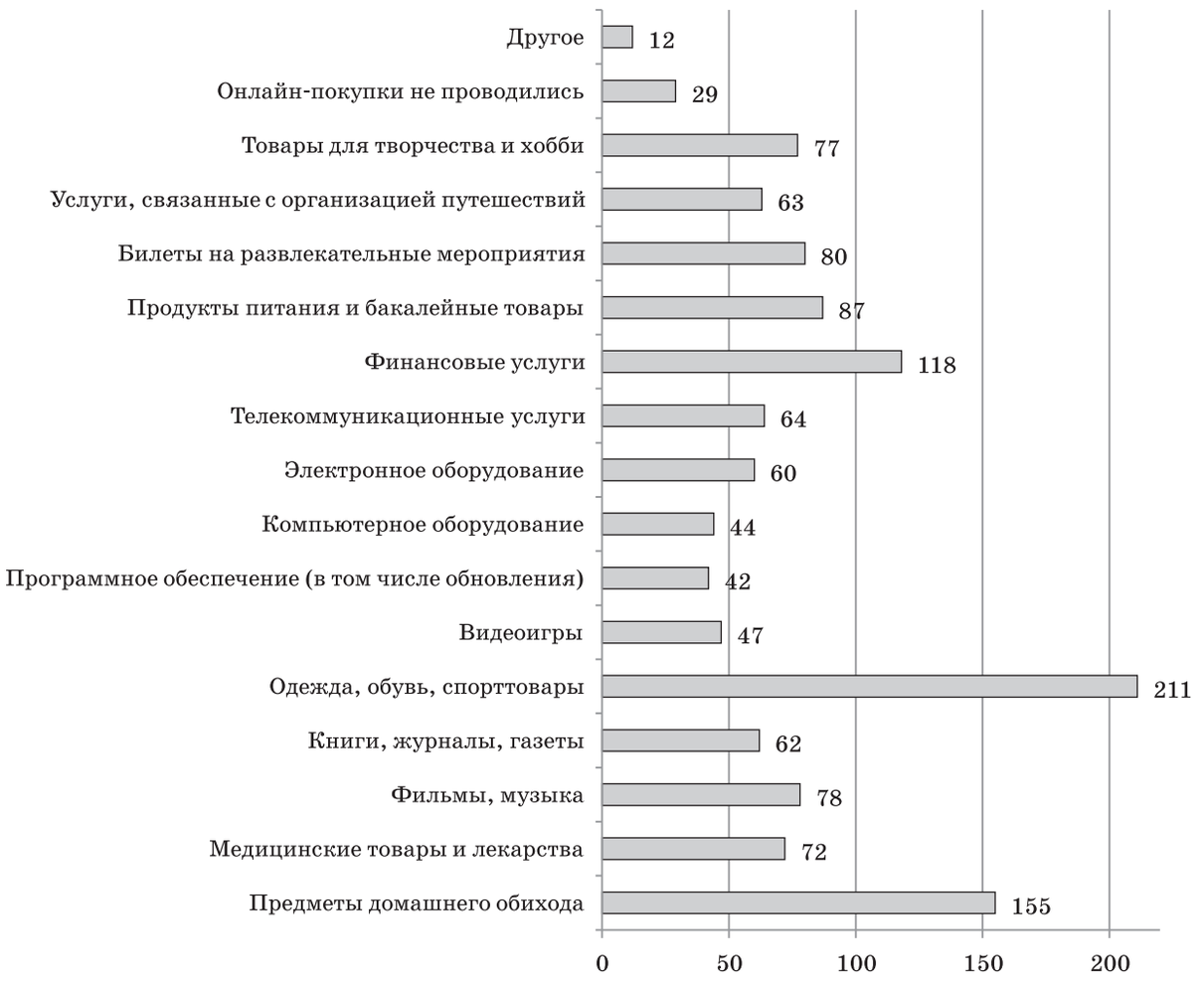


Рис. 7. Предметы онлайн-покупок респондентов, чел.

Рис. 8. Причины отказа от онлайн-покупок респондентов, %

оборудование (11 %) и видеоигры (12 %); 8 % опрошенных никогда не пользовались услугой онлайн-покупки.

На рисунке 8 указано распределение ответов респондентов на вопрос анкеты «Назовите основную причину, из-за которой Вы не использовали сеть Интернет для заказа товаров и/или услуг за последние 12 месяцев».

Основная причина отказа от онлайн-покупок — отсутствие необходимости в этом процессе, поскольку всё, что требовалось, опрошенные могли купить в офлайн-магазине, как ответили 32 % среди опрошенных, не пользующихся электронными покупками. Популярным стал ответ «Предпочитаю личные покупки» (24 %), что указывает на устоявшиеся традиции у этих респондентов, заключающиеся в наличии эмпирического личного опыта при выборе товаров с обязательной кинестетической (чувственной) составляющей. 10 % опрошенных в качестве причины отказа от электронных покупок назвали недоверие к данной форме продажи товаров. Кроме того, 10 % отметили технические сложности, связанные с процессом онлайн-покупок. В целом 12 % опрошенных не желают раскрывать личные данные или данные о своей банковской карте в сети Интернет, поэтому не пользуются онлайн-покупками. Таким образом, цифровое недоверие к онлайн-торговле проявляется у 22 % опрошенных.

На рисунке 9 показано распределение ответов респондентов на вопрос анкеты «Какие действия Вы совершали при взаимодействии через сеть Интернет с органами государственной власти и местного самоуправления и государственными (муниципальными) учреждениями за последние 12 месяцев (с использованием официальных веб-сайтов и порталов государственных и муниципальных услуг)?». Более 65 % опрошенных получают информацию через официальные веб-сайты и порталы государственных и муниципальных услуг, в том числе через портал «Госуслуги». Популярны операции по осуществлению обязательных платежей в режиме онлайн (36 %), запись на прием, например, к врачу (34 %), а также получение справок или разрешений дистанционно, через портал «Госуслуги» (34 %).

На рисунке 10 видно, как распределены ответы респондентов на вопрос анкеты «Как Вы оцениваете влияние информационных технологий и информационно-телекоммуникационной сети Интернет на свою жизнь?».

Более половины (59 %) положительно оценивают влияние информационных технологий и сети Интернет на свою жизнь, только 1 % — отрицательно. При этом немало респондентов (32 %) не могут однозначно оценить характер влияния сети Интернет на свою жизнь.

## Выводы

По результатам исследования цифрового менталитета населения Оренбургской области можно сделать следующие выводы. Степень развития цифровых компетенций (цифровых знаний и навыков взаимодействия с цифровыми инструментами) жителей региона непосредственно влияет на уровень цифровой готовности населения региона;

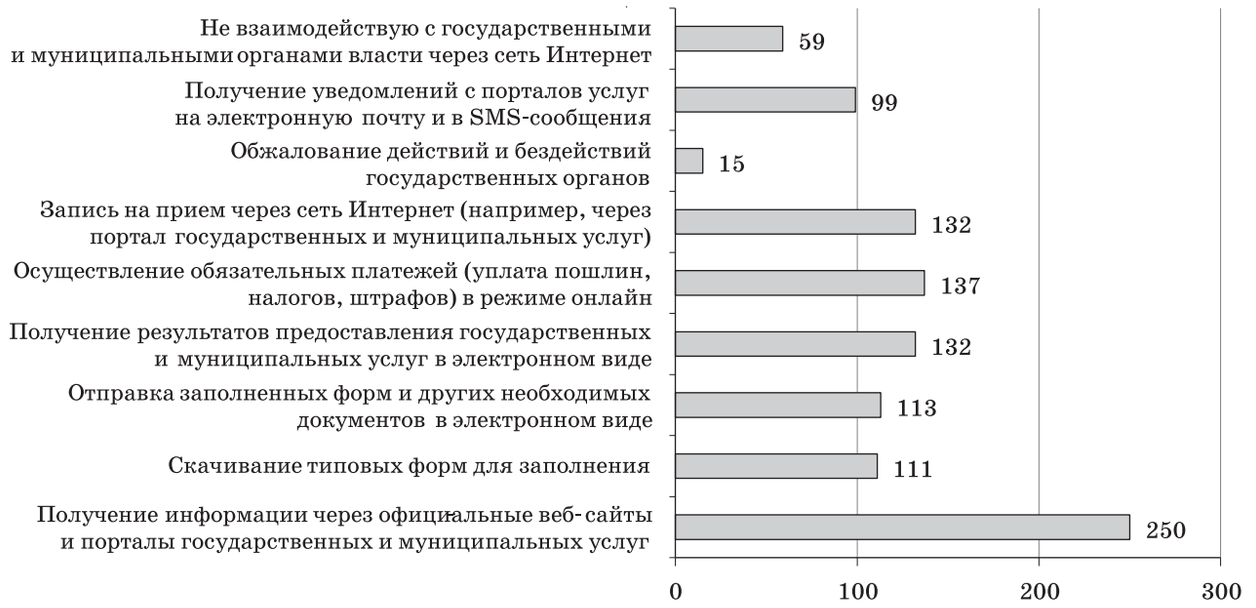


Рис. 9. Онлайн-действия респондентов с органами государственной власти и местного самоуправления, чел.

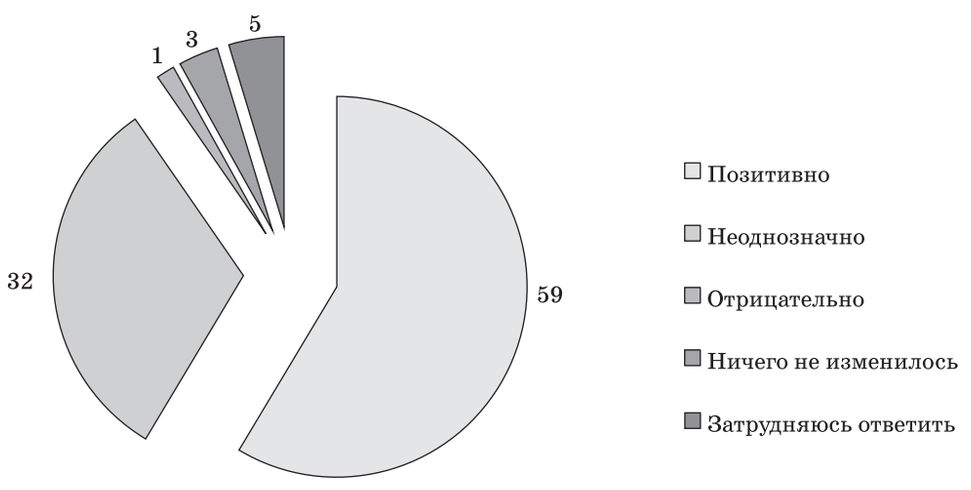


Рис. 10. Оценка респондентами влияния сети Интернет на их жизнь, %

высокая степень доступа жителей региона к ресурсам информационно-телекоммуникационной сети Интернет (90 % имеют доступ) определяет открытость возможностей повышения цифровой грамотности населения региона; население региона обладает средним уровнем компьютерной грамотности в сфере использования компьютерной техники и программного обеспечения для удовлетворения своих информационных, профессиональных и утилитарных потребностей; население региона обладает высоким уровнем цифровой готовности применения ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет для удовлетворения информационных, профессиональных и утилитарных потребностей; население региона обладает низким уровнем цифрового доверия при взаимодействии с органами государственной и муниципальной власти и коммерческими предприятиями и организациями на основе использования цифровых ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Основные причины отсутствия взаимодействия населения с представителями бизнес-сообщества и органами государственной власти содержатся в сфере личностных предпочтений потребителей (выбор офлайн-взаимодействия с розничными торговыми посредниками и органами государственной власти), связанных с нежеланием раскрывать персональные данные либо недостатком практических навыков работы с компьютером или в сети Интернет.

## Литература


1. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации» [Электронный ресурс]: утв. распоряжением Правительства РФ от 28 июля 2017 г. №1632-р // Правительство России: офиц. сайт. URL: http://static.government.ru/media/files/9gFM4FHj4PsB79I5v7yLVuPgu4bvR7M0.pdf (дата обращения: 20.06.2021).
2. Программа развития цифровой экономики в России до 2035 г. [Электронный ресурс] // Клуб субъектов инновационного и технологического развития России. URL: http://innclub.info/wp-content/uploads/2017/05/strategy.pdf (дата обращения: 20.06.2021).
3. Возрастно-половой состав населения Оренбургской области на 1 января 2020 года [Электронный ресурс] // Оренбургстат. URL: https://orenstat.gks.ru/storage/mediabank/wHVCcEY2/Возрастно-половой%20состав%20населения%20Оренбургской%20области%20на%201%20января%202020%20года.pdf (дата обращения: 20.06.2021).
4. Исследование цифрового менталитета населения [Электронный ресурс] // Google Формы. URL: https://forms.gle/ctM9UkvBBfyLwNXL6 (дата обращения: 20.06.2021).
5. *Дмитриева Н. Е., Жулин А. Б., Артамонов Р. Е., Титов Э. А.* Оценка цифровой готовности населения России [Электронный ресурс]: доклад к XXII Апрельской междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества (Москва, 13–30 апр. 2021 г.). М.: ИД Высшей школы экономики, 2021. 86 с. URL: https://conf.hse.ru/mirror/pubs/share/464963752.pdf (дата обращения: 20.06.2021).


## References


1. Program “Digital economy of the Russian Federation”. Approved by the order of the Government of the Russian Federation of July 28, 2017 No. 1632-r. URL: http://static.government.ru/media/files/9gFM4FHj4PsB79I5v7yLVuPgu4bvR7M0.pdf (accessed on 20.06.2021). (In Russ.).
2. The program for the development of the digital economy in Russia up to 2035. URL: http://innclub.info/wp-content/uploads/2017/05/strategy.pdf (accessed on 20.06.2021). (In Russ.).
3. Age and sex composition of the population of the Orenburg region as of January 1, 2020. Orenburgstat. URL: https://orenstat.gks.ru/storage/mediabank/wHVCcEY2/Возрастно-половой%20состав%20населения%20Оренбургской%20области%20на%201%20января%202020%20года.pdf (accessed on 20.06.2021). (In Russ.).
4. Research of the digital mentality of the population. Google Forms. URL: https://forms.gle/ctM9UkvBBfyLwNXL6 (accessed on 20.06.2021). (In Russ.).
5. Dmitrieva N.E., Zhulin A.B., Artamonov R.E., Titov E.A. Assessment of the digital readiness of the population of Russia: A report to the 22nd April int. sci. conf. on the problems of economic and social development (Moscow, Apr. 13-30, 2021). Moscow: HSE Publ.; 2021. 86 p. URL: https://conf.hse.ru/mirror/pubs/share/464963752.pdf (accessed on 20.06.2021). (In Russ.).


## Сведения об авторе


**Бекбергенева Дина Евгеньевна**

кандидат экономических наук, доцент кафедры теории и практики управления[1], научный сотрудник[2]

[1] Оренбургский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (Оренбургский филиал РАНХиГС)

460000, Оренбург, Курача ул., д. 26

[2] Самарский университет государственного управления «Международный институт рынка» (Университет «МИР»)

443030, Самарская область, Самара, Г. С. Аксакова ул., д. 21

(✉) e-mail: dinabekber@mail.ru



Поступила в редакцию 26.07.2021
Подписана в печать 16.08.2021


## Information about Author


**Dina E. Bekbergeneva**

Ph.D. in Economics, Associate Professor of the Department of Theory and Practice of Management[1], Researche[r2]

[1] Orenburg Branch of the Russian Academy National Economy and Public Service under the President of the Russian Federation (Orenburg Branch of the RANEPA)

26 Kuracha Str., Orenburg 460000, Russia

[2] Samara University of Public Administration "International Market Institute" (University "MIR")

21 G.S. Aksakov Str., Samara, Samara Region 443030, Russia

(✉) e-mail: dinabekber@mail.ru



Received 26.07.2021
Accepted 16.08.2021