

## Анализ методов исследования цифрового доверия потребителей

Высокий интерес к формированию цифрового доверия обусловлен существенным вниманием к проблеме со стороны государственных структур во всех странах мира. Повсеместная цифровизация диктует необходимость государственного воздействия, направленного на становление цифрового доверия среди населения, подкрепляемого цифровой зрелостью отраслей экономики и цифровой готовностью населения.

В пользу наличия высокого интереса к проблеме цифрового доверия свидетельствуют такие факты, как:

- регулярные расчёты индексов цифровизации, внедрение новых индексов, преимущественно международных;
- формирование государственных, национальных программ, направленных на становление цифрового доверия населения.

Укрепление цифрового доверия является взаимовыгодным аттрактором для различных категорий субъектов – как для населения в целом, и, соответственно, для государства, так и для отдельных коммерческих структур, а также для потребителей.

Согласно результатам одного из последних исследований, опубликованного специалистами компании McKinsey в сентябре 2022 г., установление цифрового доверия потребителей может способствовать росту оборота компаний минимум на 10% в год.

Распространение технологий, новых способов электронного взаимодействия, а также развитие цифровых навыков и компетенций населения, приводят к неизбежности наращивания цифрового доверия потребителей и, соответственно, к объективной необходимости исследования методов его оценивания.

К настоящему времени уже имеется большое количество научно-исследовательских работ, посвящённых проблемам цифрового доверия. Однако наиболее высокий интерес к данному вопросу сформировался за последние два-три года. В этот период произошёл существенный прирост тематической библиографии. Большинство работ охватывает теоретические аспекты цифрового доверия потребителей, раскрывая при этом разнообразные методические подходы. Незначительная часть посвящена эмпирическим исследованиям, в которых применяется типичный инструментарий.

Таким образом подходы к измерению цифрового доверия активно формируются, и остаётся открытым вопрос эффективного исследования цифрового доверия потребителей в зависимости от поставленных целей и задач.

Целью настоящего исследования является выявление подходов, конкретных методов, особенностей исследования цифрового доверия применительно к различным экономическим сферам и определение возможности наращивания цифрового доверия потребителей на основе предлагаемых подходов.

В качестве основного метода исследования выбран контент анализ профильных источников на английском и русском языках.

Основной информационный исследуемый массив - реферативная база данных рецензируемой научной литературы Scopus, РИНЦ, электронная библиотека диссертаций РГБ.

Исследуемая выборочная совокупность составила более 20 тыс. источников.

При обработке результатов исследования использован программный продукт VOSviewer для построения карт знаний.

В ходе исследования произведена классификация и сопоставление методов, с помощью которых изучается цифровое доверие, выделены направления и способы его измерения. Составлены карты знаний по направлениям изучения цифрового доверия потребителей.

Осуществлена масштабная систематизация библиографического материала.

Результаты исследования отличаются высокой степенью репрезентативности, что подтверждает размер и характеристика анализируемой выборки библиографических источников.

Полученные данные целесообразно использовать при проведении дальнейших исследований, посвящённых изучению цифрового доверия и для наращивания цифрового доверия как населения в целом, так и отдельными компаниями по отношению к потребителям.