

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

УДК 332.143

М.Р. САФИУЛЛИН,

доктор экономических наук, профессор

Казанский (Приволжский) федеральный университет

Х.А. ПАВЛОВА,

аспирант

Центр перспективных экономических исследований

Академии наук Республики Татарстан

ИНТЕРНЕТ-РЕПУТАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИИ В ОЦЕНКАХ ГЛОБАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СЕТИ (НА ПРИМЕРЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНОВ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН)

Статья написана в рамках гранта Республики Татарстан при Президиуме Академии наук Республики Татарстан для государственной поддержки молодых ученых РТ («Цифровая репутация как инструмент продвижения региона в современной экономике (на примере Республики Татарстан)», проект № 12-13-юГ от 2022г.

Аннотация. Репутация как инструмент узнаваемости в информационной среде с развитием социальных сетей и использованием новых цифровых технологий все больше преобразуется в значимый ресурс, который начинает ощутимо влиять на основные показатели развития организаций. В данной статье принята попытка оценить, насколько активность в цифровой среде, на примере государственных органов Республики Татарстан, взаимосвязана с потребностями граждан и их оценками эффективности деятельности государства в соответствующих областях.

Гипотеза исследования. В современных условиях деятельность граждан все больше и больше перемещается в цифровую среду и конкордирует с интернет-активностью профильных государственных организаций, что создает качественно новые возможности и инструменты по повышению инклюзии, вовлеченности населения в реализуемые государственные проекты и программы, а также расширяет потенциал социального диалога, краудсорсинга и содействует укреплению социального самочувствия.

Основная идея исследования заключается в том, чтобы попытаться количественно оценить соответствие цифровых процессов (процессов, происходящих в информационной среде) реальным процессам в сфере государственного управления, и на этой основе определиться с политикой и программами государственных органов в интернет-среде.

Ключевые слова: репутация, репутационный капитал региона, интернет-репутация, цифровое пространство, информационное общество, информационное пространство, государственные органы.

Введение

В современном обществе все большую роль начинают играть интернет-технологии и соци-

альные сети [1], появляются цифровые образы и цифровые двойники не только физических лиц, но и организаций, предприятий, государственных органов. Все больше и больше физические лица, предприятия и организации перемещают свою активность из реального мира в мировую информационную сеть Интернет [4].

Растущая значимость названных процессов подтолкнула нас к изучению идеи, насколько активность и реакция государственных организаций в сети отражает реальные запросы граждан к реализации государственных функций (на примере министерств Республики Татарстан).

Основная часть

Для того чтобы решить эту задачу, был разработан следующий методический подход.

Первый этап – выбор референтных государственных органов для проведения расчетов. Министерств, как и государственных задач и функций, которые они выполняют, достаточно много. Поэтому сразу же хотели бы оговориться, что отбор прошли только те министерства и ведомства, которые напрямую контактируют с населением, связаны с реализацией государственной политики в области повышения качества жизни населения (по этой причине в нашем исследовании не представлены все остальные министерства и ведомства).

В настоящее время существует много различных агрегаторов для оценки активности в сети Интернет. В качестве базы для расчетов нами был выбран сайт «Официальный Татарстан» [8], поскольку это основной ресурс, где размещены материалы о деятельности Правительства РТ и его структурных подразделений. Именно на нем вывешивается вся необходимая информация для граждан и на него возложена функция выстраивания и организации социального диалога.

Дополнительным преимуществом данного подхода является то, что вся необходимая информация для анализа об интернет-деятельности организации представлена в интегративном и сопоставимом виде через статистику посещаемости сайта и количества просмотров.

Второй этап – оценка активности интересов и потребностей граждан в реальном мире.

Наиболее известным и действенным инструментом, отвечающим задачам исследования, являются результаты регулярных социологических исследований в сфере качества жизни.

Мы предлагаем для пилотного исследования использовать результаты опроса жителей г. Казани, которые в открытом доступе ежегодно публикует Центр перспективных экономических исследований Академии Наук Республики Татарстан, за сопоставимый период [9].

Третий этап – соотнесение государственных органов, которые осуществляют определенные задачи [7] в социально-экономической сфере, с проблематикой и потребностями граждан (выполнено в соответствии с кодификатором государственных функций). Исследование качества жизни намного шире, чем это указано, но мы выбрали те проблемы, которые напрямую можно соотнести с функциями министерств и ведомств. В результате была сформирована следующая таблица (табл. 1).

Четвертый этап – подбор показателей, которые бы характеризовали деятельность министерств и ведомств в сети Интернет.

Для этого попробуем сопоставить отобранные министерства с их интернет-активностью – количеством просмотров их сайтов, и оценить, как это коррелирует с реальной активностью людей в физическом пространстве, для того чтобы на этой основе оценить характер и особенности формирующихся трендов, а также понять, какой будет перспектива их развертывания в дальнейшем. Полученные результаты представлены в табл. 2.

Таблица 1

Взаимосвязь функционала министерств и проблем, с которыми сталкиваются граждане [8, 9]

Министерства Республики Татарстан	Проблемы
Министерство экономики	Рост цен и инфляция, экономический кризис
Министерство финансов	Низкий размер заработной платы, пенсий, пособий
Министерство труда, занятости и социальной защиты	Безработица
Министерство здравоохранения	Низкое качество медицинской помощи
Министерство культуры	Кризис культуры, морали и нравственности
Министерство экологии и природных ресурсов	Ухудшение состояния окружающей среды
Министерство образования и науки	Недоступность высшего образования
Министерство строительства, архитектуры и жилищно-коммунального хозяйства	Плохие жилищные условия

Таблица 2

Взаимосвязь интернет-активности министерств и запросов граждан [8, 9]

Министерства Республики Татарстан	Результаты опроса		Статистика сайта	
	Кол-во человек	Доля, %	Количество просмотров (январь-декабрь 2020 г.)	Доля, %
Министерство экономики	416	25,2	977 737	8,3
Министерство финансов	402	24,3	733 586	6,2
Министерство труда, занятости и социальной защиты	275	16,7	2 443 545	20,8
Министерство здравоохранения	232	14	1 788 612	15,3
Министерство культуры	106	6,4	661 273	5,6
Министерство экологии и природных ресурсов	87	5,3	1 377 231	11,7
Министерство образования и науки	71	4,3	2 839 534	24,2
Министерство строительства, архитектуры и жилищно-коммунального хозяйства	65	3,9	906 815	7,7
ИТОГО	1 654		11 722 333	

Пятый этап – анализ полученных результатов, выводы и рекомендации.

Анализируя полученные результаты, можно сделать следующие предварительные укрупненные выводы:

1. Очень высок интерес к тем проблемам, которыми занимается Министерство экономики (в частности, к таким проблемам, как рост цен и неустойчивость экономического роста). При этом, если соотнести процессы, которые разворачиваются в реальной экономической среде, с той активностью, которую данное министерство проявляет в сети Интернет, то будет видно, что предпринимаемых инициатив пока недостаточно. Аналогичная ситуация наблюдается и с Министерством финансов (волнующие граждан проблемы связаны с низким размером зарплаты, пенсий и пособий), но, к сожалению, деятельность данного министерства в цифровой среде при прочих равных условиях весьма скромна.

2. Такие министерства, как Министерство труда, занятости и социальной защиты, Министерство здравоохранения, Министерство культуры, напротив, демонстрируют релевантность цифровых и физических процессов: т. е. их активность в интернет-среде близка по своему соотношению и значимости с результатами социологических исследований граждан, что позволяет сделать вывод о том, что информационная сеть Интернет и современные цифро-

вые возможности используются указанными министерствами соразмерно существующим потребностям.

3. И наконец, можно выделить третью группу министерств. Это Министерство экологии и природных ресурсов, Министерство образования и науки и Министерство строительства, архитектуры и жилищно-коммунального хозяйства. Они благодаря хорошему PR и мероприятиям по продвижению в киберпространстве добились того, что население, заходя на соответствующие сайты, имеет возможность удовлетворить свои интересы и запросы через электронные платформы, что отражает интернет-активность вышеназванных министерств.

Заключение

Таким образом, опыт последней группы министерств представляется очень важным для того, чтобы выработать рекомендации для министерств и ведомств первой и второй группы, чтобы они могли использовать лучшие практики и нарастить свою активность, повысить открытость, улучшить понятность (юзабилити), что позволит повысить инклюзию [5] и построить действенный социальный диалог.

Это наше первое, пилотное исследование. Надеемся, что оно будет полезным для всех, кто занимается данной проблематикой, а также для тех, кто отвечает за политику продвижения государственных сайтов.

Литература

1. Manaman H.S., Jamali S., Aleahmad A. Online reputation measurement of companies based on user-generated content in online social networks // *Computers in Human Behavior*. – 2016. – No. 54. – P. 94–100.
2. Raithe S., Schwaiger M. The effects of corporate reputation perceptions of the general public on shareholder value // *Strategic Management Journal*. – 2014. – Vol. 36. – Is. 4. – P. 945–956. – URL: <http://dx.doi.org/10.1002/smj.2248/> (дата обращения: 15.12.2021).
3. Safiullin M.R., Grunichev A.S., Elshin L.A. Methodical approaches to assessment of the impact of the reputation capital on investment processes in the region (On the example of regions of the Volga Federal district) // *Humanities and Social Sciences Reviews*. – 2019. – Vol. 7. – Is. 5. – P. 840–846.
4. Meyer J.W., Rowan B. Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony // *American Journal of Sociology*. – 1977. – Vol. 83. – Is. 2. – P. 340–363.
5. Peteraf M.A. The cornerstones of competitive advantage: A resource based view // *Strategic Management Journal*. – 1993. – Vol. 14. – Is. 3. – P. 179–191.
6. Сафиуллин М.Р., Павлова Х.А. Репутационный капитал региона и особенности его формирования // *Казанский экономический вестник*. – 2021. – № 2 (52). – С. 66–73.
7. Сафиуллин М.Р., Павлова Х.А. Оценка репутационного капитала территории // *Вестник Экономического научного общества студентов и аспирантов / под ред. Е.В. Мартыновой*. – СПб.: Издательство Международного банковского института, 2021. – № 57. – С. 143–145.
8. Сафиуллин М.Р., Павлова Х.А. Репутационный капитал территории в оценках ключевых стейкхолдеров // *Электронный экономический вестник Татарстана*. – 2021. – № 3. – С. 32–37.
9. Курбангалиева Д.Л. Репутационная экономика: новая парадигма исследований в эпоху цифровизации // *Казанский экономический вестник*. – 2020. – № 4 (48). – С. 5–8.
10. Статистика посещаемости сайтов министерств и ведомств, входящих в состав Правительства Республики Татарстан // *Открытый Татарстан*. – URL: <https://open.tatarstan.ru/reports/categories/10172169/reports/30199>.
11. Официальный сайт Центра Перспективных экономических исследований Академии Наук Республики Татарстан. – URL: <https://cpei.tatarstan.ru>.

Информация об авторах

Сафиуллин Марат Рашитович, доктор экономических наук, профессор, проректор по вопросам экономического и стратегического развития, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: Marat.Safiullin@tatar.ru

Павлова Христина Александровна, аспирант, Центр перспективных экономических исследований Академии наук Республики Татарстан, ассистент кафедры общего менеджмента, Институт управления, экономики и финансов, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

E-mail: khristinsha@mail.ru

M.R. SAFIULLIN,
Doctor in Economics, Professor,
Kazan (Volga region) Federal University

KH.A. PAVLOVA,
Postgraduate,
Center for Advanced Economic Research of the Academy of sciences of the Republic of Tatarstan

INTERNET REPUTATION OF THE ORGANIZATION IN THE ESTIMATES OF THE GLOBAL INFORMATION NETWORK (ON THE EXAMPLE OF THE STATE BODIES OF THE REPUBLIC OF TATARSTAN)

The paper was written within the framework of a grant from the Republic of Tatarstan under the Presidium of the Academy of Sciences of the Republic of Tatarstan for state support of young scientists of the Republic of Tatarstan (“Digital reputation as a tool for promoting the region in the modern economy (on the example of the Republic of Tatarstan”), project No. 12-13-yug from 2022.

Abstract. With the development of social networks and the use of new digital technologies, reputation as a recognition tool in the information environment is increasingly transformed into a significant resource that begins to influence the main indicators of the development of organizations. This article attempts to assess how activity in the digital environment on the example of the state bodies of the Republic of Tatarstan is interconnected with the needs of citizens and their assessments of the effectiveness of the state in the relevant areas.

The hypothesis of the research. In modern conditions, citizens' activities are increasingly moving into the digital environment and concord with the Internet activity of specialized state organizations, which creates qualitatively new opportunities and tools to increase inclusion, public involvement in ongoing government projects and programs, as well as expands the potential of social dialogue, crowdsourcing and contributes to strengthening social well-being.

The main idea of the research is to try to quantify the correspondence of digital processes (processes occurring in the information environment) with real processes in the field of public administration, and on this basis to determine the policies and programs of state bodies in the Internet environment.

Keywords: reputation, reputation capital of the region, Internet reputation, digital space, information society, information space, government agencies.

References

1. Manaman H.S., Jamali S., Aleahmad A. Online reputation measurement of companies based on user-generated content in online social networks // *Computers in Human Behavior*. – 2016. – No. 54. – P. 94–100.
2. Raithel S. & Schwaiger M. The effects of corporate reputation perceptions of the general public on shareholder value // *Strategic Management Journal*, 36(4). – 2014. – P. 945–956. – URL: <http://dx.doi.org/10.1002/smj.2248/> (date accessed: 15.12.2021).
3. Safiullin M.R., Grunichev A.S., Elshin L.A. Methodical approaches to assessment of the impact of the reputation capital on investment processes in the region (On the example of regions of the Volga Federal district) // *Humanities and Social Sciences Reviews*. – 2019. – Vol. 7. – No. 5. – P. 840–846.
4. Meyer J.W. & Rowan B. Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony // *American Journal of Sociology*, 83(2). – 1977. – P. 340–363.
5. Peteraf M.A. The cornerstones of competitive advantage: A resource based view. *Strategic Management Journal*, 14(3). – 1993. – P. 179–191.
6. Safiullin M.R., Pavlova Kh. A. The reputation capital of the region and the features of its formation // *Kazan Economic Bulletin*. – Kazan, issue 2 (52), 2021. – P. 66–73.
7. Safiullin M.R., Pavlova H.A. Assessment of the reputation capital of the territory // *Bulletin of the Economic Scientific Society of Students and Postgraduates: Interuniversity Student Scientific Journal = Bulletin of students' economic scientific society* / edited by E.V. Martynova, a specialist in the research of the Anatoly Sobchak MBI. – St. Petersburg: Publishing House of the MBI, 2021. – No. 57. – P. 143–145.
8. Safiullin M.R., Pavlova H.A. Reputational capital of the territory in the assessments of key stakeholders // *Electronic Economic Bulletin of Tatarstan*. – 2021. – No. 3. – P. 32–37.
9. Kurbangaleeva D.L. Reputation economics: a new research paradigm in the era of digitalization // *Kazan Economic Bulletin*. – No. 4 (48). – 2020. – P. 5–8.
10. Statistics of website traffic of ministries and departments that are part of the Government of the Republic of Tatarstan. – URL: <https://open.tatarstan.ru/reports/categories/10172169/reports/30199>.
11. Website of the Center for Advanced Economic Research of the Academy of Sciences of the Republic of Tatarstan. – URL: <https://cpei.tatarstan.ru>.