

## **Вступительное слово**

### *Дорогой читатель!*

Предлагаем Вашему вниманию очередной выпуск электронного журнала экономического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова.

В номер вошли статьи, посвященные широкому кругу вопросов. Раскрыты проблемы научно-технической революции в XX веке и намечены общие черты экономической модели, способной вывести нашу страну на передний край научно-технического прогресса. Предложены подходы к новым формам взаимодействия рыночных субъектов. Рассмотрены возможности и риски, связанные с применением искусственного интеллекта в бизнесе. Представлены результаты исследования конкуренции на различных рынках (здоровое питание и серверное оборудование) в России. Затронуты научно-методические вопросы экономического образования.

В статье «Научно-техническая революция в XX веке» анализируются ход и основные результаты научно-технической революции середины и (частично) второй половины XX века. Отмечается, что период 1940 – 1980-х гг. наиболее типичен для фундаментальных инноваций в ядерной энергетике, микроэлектронике, в сферах автоматизации производства, освоения космоса, создания полимеров с заранее заданными свойствами и для событий «зелёной революции». Особо выделяются направления НТР, по которым наша страна долгое время находилась в группе лидирующих государств. Обсуждается вопрос о причинах научно-технического отставания СССР от ведущих стран мира с середины 1970-х гг. В заключении намечаются общие черты экономической модели, способной вывести нашу страну на передний край научно-технического прогресса.

Автор статьи «Новые формы взаимодействия поставщиков и потребителей в цифровой рыночной среде» предлагает системный взгляд на омниканальность как новую форму взаимодействия рыночных субъектов. Для решения этой задачи рассматриваются особенности клиенто-ориентированной концепции маркетинга и выявляются те противоречия, которые наблюдаются между усложняющимся потребительским поведением, с одной стороны, и традиционными стратегиями и технологиями взаимодействия компании со своими клиентами, с другой, а также анализируется омниканальность как решение, которое призвано не только оптимизировать это взаимодействие, но и фактически создает новую технологическую основу этого взаимодействия. В статье рассмотрены основные принципы, этапы и особенности разработки омниканальных систем. На основании эмпирического исследования автор выявляет фактические результаты развития новых форм цифровизации в управлении взаимодействием российских компаний со своими потребителями, а также барьеры, с которыми сталкиваются организации при их внедрении.

В статье «Цифровая этика применения искусственного интеллекта в бизнесе: осознание новых возможностей и рисков» рассматриваются актуальные философские и методологические аспекты анализа процессов цифровизации рынков и внедрения цифровых технологий в управление бизнесом, связанные с цифровой этикой. Проведенное автором эмпирическое исследование направлено на выявление современных трендов внедрения искусственного интеллекта в маркетинг, отношение менеджмента компаний к реализации этих процессов, осознание этических аспектов и проблем взаимодействия с потребителями. Целью работы является продвижение в вопросах определения атрибутов цифровой этики применения искусственного интеллекта в бизнесе.

Статья «Продукты здорового питания: конкуренция производителей на российском рынке» посвящена оценке конкуренции в сегментах российского рынка продуктов здорового питания и по рынку в целом за 2012–2021 гг. В качестве данных берутся объемы розничных продаж

(в млн. руб.) как отечественных, так и зарубежных компаний, функционирующих на территории РФ. Основные инструменты исследования - индекс Херфиндаля-Хиршмана (HHI), индекс Линда (IL), коэффициент концентрации (CRSV), модифицированная версия индекса Холла-Тайдмана (HTSV) и матрица SV. Результаты показывают, что в целом российский рынок здоровых продуктов характеризуется свободной конкуренцией. Сегмент «Свободен от» оказался самым быстрорастущим, сегмент «Лучше для Вас» - самым олигополизированным, «Укрепленный/Функциональный» сегмент - самым стабильным, «Естественно здоровый» сегмент – самым конкурентным, и «Органический» сегмент – самым монополизированным.

В статье «Рынок серверного оборудования в России: анализ конкуренции до событий 2022 года» приведены итоги анализа рынка серверного оборудования на основе данных, собранных аналитической компанией IDC по количеству проданных серверов каждым из вендоров с 2018 по 2020 год. В качестве основного инструментария была применена матрица SV (strength/variety) для оценки уровня доминирования в отрасли, которая опирается на индексы концентрации, Линда и модифицированный коэффициент Холла-Тайдмана. Проведенный анализ отдельных квадрантов матрицы SV показал, что рынок серверного оборудования России с 2018 и 2019 годов из квадранта Red Ocean, попадание в который свидетельствовало о том, что компании конкурировали за доли на рынке, переместился в квадрант В4. Таким образом, отрасль стала высококонцентрированной – на рынке серверного оборудования наблюдалась естественная олигополия. С уходом иностранных компаний с 2022 года распределение долей игроков было существенно изменено, что обуславливает интерес исследования конкуренции на рынке серверного оборудования в будущем периоде.

В статье «Анализ защит выпускных квалификационных работ на экономическом факультете МГУ имени М.В.Ломоносова» представлены результаты количественного анализа защит выпускных квалификационных работ на направлении «Экономика» Экономического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, а также предложен список противоречий, возникающих во время процедуры защиты ВКР. Выявлены основные факторы, определяющие получаемые студентом баллы и составлена прокси-переменная способностей, объясняющая наибольшую долю разброса получаемых баллов.

Редакционная коллегия журнала будет признательна за отклики по поводу материалов, опубликованных в данном номере, и надеется на сотрудничество.

Главный редактор журнала,  
Президент экономического факультета  
МГУ имени М.В. Ломоносова,  
Профессор В.П. Колесов

Заместитель главного редактора журнала,  
Заведующий кафедрой философии и методологии  
экономики экономического факультета  
МГУ имени М.В. Ломоносова,  
Профессор Л.А. Тутов