

ОТЗЫВ

официального оппонента

**доктора экономических наук Кудиной Марианны Валерьевны
на диссертацию на соискание ученой степени кандидата
экономических наук Маковской Алсу Мунировны
на тему: «Поведение фирм и потребителей в условиях цифровизации
экономики»
по специальности 5.2.1. Экономическая теория**

Актуальность диссертационного исследования

Вопрос о природе экономического поведения человека является одним из центральных вопросов экономической теории на протяжении фактически всей истории ее развития. Однако в последние десятилетия развитие цифровых технологий, платформенных бизнес-моделей и систем искусственного интеллекта (ИИ) привело к возникновению новых форм взаимодействия между экономическими агентами, которые все сложнее описывать с помощью традиционных моделей рационального выбора. Неоклассическая теория исторически исходила из предпосылки существования автономного рационального субъекта, принимающего решения на основе полной или достаточной информации. Вместе с тем накопленные результаты исследований в области поведенческой экономики, когнитивной психологии и нейробиологии убедительно продемонстрировали систематический характер отклонений реального поведения от модели Homo economicus. Работы Г. Саймона, Д. Канемана, А. Тверски, Р. Талера и многих других авторов сформировали новое направление экономической мысли, однако последствия цифровизации для поведения фирм и потребителей до настоящего времени остаются предметом активной научной дискуссии.

Заметные изменения происходят в сфере принятия управленческих

решений. В результате меняется роль человека в управленческих процессах, трансформируются требования к компетенциям работников и руководителей, возникают новые формы взаимодействия между человеком и цифровой средой. Особый интерес вызывает тот факт, что современная цифровая среда не является пассивным пространством обмена информацией. Цифровые платформы, рекомендательные алгоритмы и системы ИИ все чаще участвуют в формировании предпочтений, определяют архитектуру выбора и оказывают влияние на принятие решений экономическими агентами. В этих условиях возникает необходимость переосмысления не только поведения потребителей, но и самого понятия экономической рациональности.

Диссертация Маковской А.М. посвящена именно этой проблематике. Автор предпринимает попытку объединить достижения экономической теории, поведенческой экономики, когнитивных наук и исследований цифровой экономики для формирования целостного представления о трансформации поведения фирм и потребителей в условиях цифровизации. Такой подход представляется своевременным и востребованным как с теоретической, так и с практической точки зрения.

Степень обоснованности и достоверности научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации

Обоснованность результатов исследования обеспечивается значительным объемом проанализированной отечественной и зарубежной научной литературы, последовательностью теоретических построений и логикой исследования.

Автор демонстрирует хорошее знание как классических экономических концепций, так и современных направлений исследований в области поведенческой экономики, маркетинга, нейроэкономики и ИИ. В работе проведен обстоятельный анализ эволюции представлений об экономическом поведении – от модели *Homo economicus* до современных концепций ограниченной рациональности и поведенческой обусловленности выбора.

Заслуживает положительной оценки стремление автора не ограничиваться рассмотрением потребителя как объекта цифрового воздействия, а исследовать трансформацию поведения всех основных экономических агентов. Особое внимание уделено изменению механизмов принятия решений фирмами, функционированию цифровых платформ и особенностям взаимодействия человека с интеллектуальными алгоритмическими системами.

Следует отметить высокий уровень теоретического обобщения материала. Автору удалось связать воедино исследования различных научных направлений, которые зачастую существуют обособленно друг от друга. В результате сформирована целостная исследовательская конструкция, позволяющая рассматривать цифровизацию не только как технологический процесс, но и как фактор трансформации самого механизма экономического поведения.

Основные положения диссертации нашли отражение в публикациях автора и прошли необходимую научную апробацию.

Теоретическая и практическая значимость работы

Теоретическая значимость исследования заключается в развитии поведенческого направления экономической теории применительно к условиям цифровой экономики.

Практическая значимость работы определяется возможностью использования ее результатов при разработке стратегий цифровой трансформации бизнеса, совершенствовании инструментов маркетинга, проектировании пользовательских интерфейсов и рекомендательных систем, а также при формировании государственной политики в области регулирования цифровых платформ и технологий ИИ. Особый интерес результаты исследования представляют для практики управления персоналом, поскольку позволяют лучше понять механизмы адаптации работников к цифровой среде, факторы формирования новых компетенций и особенности

принятия решений в условиях возрастающей роли ИИ.

Кроме того, результаты исследования могут быть использованы в образовательном процессе при преподавании курсов по экономической теории, поведенческой экономике, маркетингу и управлению инновациями.

Научная новизна полученных результатов

Наиболее значимые научные результаты.

1) Предложена расширенная модель экономического агента цифровой эпохи, учитывающая не только ограниченную рациональность, но и влияние цифровой среды, алгоритмических систем и ИИ на процесс принятия решений.

2) Предложенная концепция поведенческой эффективности, а также разработанный автором поведенческий механизм взаимодействия между фирмами и потребителями представляют интерес не только для экономической теории, но и для практики управления, поскольку позволяют учитывать качество принимаемых решений в условиях высокой степени неопределенности и цифровизации экономики. В механизме учтена роль мотивации трудовой деятельности и внутрифирменных процессов.

3) В диссертации раскрыта роль пандемии COVID-19 как институционального катализатора цифровизации, ускорившего закрепление новых моделей поведения фирм и потребителей.

4) Обоснована трактовка цифровых платформ как поведенческих модераторов рынка, формирующих архитектуру выбора и оказывающих влияние на структуру взаимодействия между фирмами и потребителями. Автором показано, что цифровизация приводит к изменению традиционных механизмов принятия решений как на уровне отдельных потребителей, так и на уровне фирм.

5) Предложена концепция когнитивной комплементарности человека и ИИ, раскрывающая механизмы перераспределения когнитивных функций

между человеком и алгоритмическими системами.

6) Даны рекомендации практического характера для фирм в целях эффективного управления потребительским поведением и построения долгосрочных маркетинговых стратегий.

Критические замечания, вопросы и дискуссионные положения

Высоко оценивая выполненное исследование, считаю возможным высказать ряд замечаний и вопросов дискуссионного характера.

Замечание 1. В работе подробно рассматривается влияние ИИ на принятие решений, однако сравнительно меньше внимания уделено вопросам трансформации профессиональных компетенций работников и изменениям в системе внутрифирменного управления под воздействием ИИ.

Замечание 2. Автор убедительно показывает влияние цифровых платформ на поведение экономических агентов. Вместе с тем требует дополнительного рассмотрения вопрос о роли государства в регулировании платформенной экономики и обеспечении баланса между инновациями и защитой интересов пользователей.

Замечание 3. Концепция когнитивной комплементарности человека и ИИ представляется перспективной, однако остается открытым вопрос о практических механизмах ее реализации в организациях различного типа: коммерческих, государственных и некоммерческих.

Замечание 4. Предложенная автором концепция поведенческой эффективности обладает значительным потенциалом для управленческой практики, однако требует дальнейшей разработки инструментов ее измерения и внедрения в процессы оценки эффективности деятельности фирм.

Замечания не влияют на положительную оценку работы, но позволяют заложить основу для дальнейшего научного поиска и развития исследования.

Заключение

Диссертация Маковской Алсу Мунировны на тему «Поведение фирм и потребителей в условиях цифровизации экономики» представляет собой завершённое самостоятельное научное исследование, выполненное на высоком теоретическом уровне и содержащее новые научные результаты, имеющие значение для развития экономической теории.

Диссертация отвечает требованиям, установленным Московским государственным университетом имени М.В. Ломоносова к работам подобного рода. Содержание диссертации соответствует специальности 5.2.1. Экономическая теория (по экономическим наукам), а также критериям, определённым пп. 2.1-2.5 Положения о присуждении ученых степеней в Московском государственном университете имени М.В. Ломоносова. Диссертационное исследование оформлено согласно требованиям Положения о совете по защите диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова. Таким образом, Маковская Алсу Мунировна заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.1. Экономическая теория.

Официальный оппонент:

доктор экономических наук, профессор,
заместитель декана по научной работе,
заведующий кафедрой экономики инновационного развития
факультета государственного управления
ФГБОУ ВО «Московский государственный университет
имени М.В. Ломоносова»

КУДИНА Марианна Валерьевна

1 июня 2026 года

Контактные данные:

тел.: +7 (495) 939-06-15, e-mail: kudina@spa.msu.ru

Специальность, по которой официальным оппонентом
защищена диссертация:

08.00.01 – Экономическая теория (экон. науки)

Адрес места работы:

119991, г. Москва, ГСП-1, Москва, Ломоносовский пр-

кт, д. 27, корп. 4, офис Е-810

ФГБОУ ВО «Московский государственный

университет имени М.В. Ломоносова»,

факультет государственного управления,

кафедра экономики инновационного развития

Рабочий e-mail, рабочий телефон:

kudina@spa.msu.ru, +7 (495) 939-06-15