

ОБЗОР МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ ОПЫТА И ОТНОШЕНИЯ РОССИЙСКИХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К ИСКУССТВЕННОМУ ИНТЕЛЛЕКТУ

Review of Marketing Research Experience and Attitudes of Russian Consumers Towards Artificial Intelligence



Тюрин Дмитрий Валерьевич,

к.э.н., доцент кафедры маркетинга, Финансовый университет при Правительстве РФ; Москва, Россия, Ленинградский просп. 49; Московский финансово-промышленный университет «Синергия»

Tyurin Dmitry Valeryevich,

PhD in Economics, Associate Professor, Marketing Department, Financial University under the Government of the Russian Federation; 49, Leningradsky Prospekt, Moscow, Russia; Moscow Financial and Industrial University "Sinergia"

dvt@yurin@fa.ru

<https://orcid.org/0000-0002-9404-8827>

В статье исследуется вопрос влияния искусственного интеллекта на российских потребителей в разных сферах деятельности. Согласно анализу имеющихся данных, полученных в результате проведенных маркетинговых исследований различными компаниями, были выявлены уровни доверия и недоверия к искусственному интеллекту, а также ключевые факторы, влияющие на эти процессы. Кроме того, были перечислены самые «актуальные» сферы использования искусственного интеллекта в деятельности россиян, а также выявлены границы возраста и виды профессий с высокими и низкими уровнями доверия к нейросетям. Проведено сравнение результатов российских исследований с данными мировой практики развития и использования искусственного интеллекта. Выводы по результатам исследований представлены в виде практических рекомендаций для борьбы с основными рисками, возникающими при использовании нейросетей, и понимания перспектив развития данной инновационной сферы.

Ключевые слова: искусственный интеллект; нейросети; маркетинговые исследования; уровень доверия; потребительское поведение.

The article examines the impact of artificial intelligence on Russian consumers in various fields of activity. According to the analysis of available data obtained as a result of marketing research conducted by various companies, the levels of trust and distrust in artificial intelligence, as well as key factors influencing these processes, have been identified. In addition, the most «relevant» areas of artificial intelligence use in the activities of Russians were listed, as well as age boundaries and types of professions with high and low levels of trust in neural networks were identified. The results of Russian research are compared with the data of the world practice of development and use of artificial intelligence. The conclusions of the research are presented in the form of practical recommendations for dealing with the main risks arising from the use of neural networks and understanding the prospects for the development of this innovative field.

Keywords: artificial intelligence; neural networks; marketing research; trust level; consumer behavior.

Введение (Introduction)

Еще недавно термин искусственный интеллект (ИИ) воспринимался как нечто диковинное, глобальный прорыв в новое цифровое будущее, но уже сейчас, сделав резкий скачок в последние три года, он стал неотъемлемой частью нашей жизни.

ИИ – это уже не научная фантастика, а наступившая реальность. На наших глазах разворачивается новая эра. Технология искусственного интеллекта способна автоматизировать многие рабочие процессы и создать значительную по своим масштабам экономическую ценность [1].

Популярность ИИ постоянно растет за счет его многовекторного применения. Это и умные голосовые помощники, и чат-боты, и системы распознавания объектов по фотографиям, и использование системы «умный дом», и генерация контента, и беспилотная доставка, и транспорт и т.д. При этом ИИ прочно входит в бизнес, медицину, образование и другие

сферах с созданием новых типов CRM- и аналитических систем. Чем моложе аудитория, тем активнее она использует ИИ. И конечно, многим сотрудникам компаний из разных сфер деятельности ИИ помогает в своей работе и решении разных задач.

Результаты исследований разных компаний указывают на расширение влияния ИИ на российское общество, особенно на поведение молодежи и образованных горожан. Наличие различных способов взаимодействия с ИИ показывает, что россияне активно исследуют и используют разнообразные функции, которые представляют подобные современные технологии.

Материалы и методы (Materials and Methods)

В качестве материалов для проведения анализа были использованы результаты исследований в области ИИ, проведенных в 2024–25 гг. исследовательскими проектами ВЦИОМ,

СберУниверситет, Нейростат, НАФИ, Яков и Партнеры, Гильдия маркетологов, Выберу.ру и ГК *IT Smart Finance*, ИЦ портала Superjob.ru, Сравни, *Bain Technology Report*, *KPMG* совместно с Университетом Мельбурна (Австралия). Использованы методы анкетирования экономически активного населения России и мира старше 18 лет.

Результаты и Обсуждение (Results and Discussion)

Результаты опроса россиян Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ), приуроченного к Форуму инновационных центров в конце 2024 года, показал, что их большая часть (54%) позитивно воспринимает ИИ: в первую очередь как помощника, способного облегчить решение повседневных задач и сэкономить время. При этом для 12% респондентов ИИ становится определенной легкой игрушкой для развлечений*.

* ИИ: ваш новый лучший друг? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/ii-vash-novyii-luchshii-drug?ysclid=mgez7iw41p290512979> (дата обращения: 04.08.2025).

Основные позитивные роли ИИ отождествляются с понятиями «друг» (10%), «эксперт» (7%) и «слуга» (6%). Но при этом практически такой же состав распределения у диаметрально противоположных негативных ролей: «враг», «конкурент» и «сверхразум». Это говорит о том, что многие пока что считают ИИ потенциальной угрозой для будущего. Причем представители более взрослого поколения (до 25%) вообще не смогли сформировать об ИИ конкретного мнения, поскольку реже других обращаются к нему в жизни. У молодежного поколения «зумеров» в 22% случаев ИИ вызывает эмоциональную привязанность, как к другу, формируя доверительный способ взаимодействия с такими технологиями.

Тем не менее, ИИ пока не становится заметным источником для поисковых обращений потребителей по сравнению с тем же Интернетом, поскольку многие не воспринимают его в качестве надежного источника информации. Пока по-прежнему Интернет сохраняет позиции основного и самого удобного источника поиска информации.

Как было сказано ранее, ИИ используется сейчас во всех областях. Так, 76% россиян лояльно относятся к использованию инструментов ИИ в образовании, но только с соблюдением определенных правил. В большей степени «за» применение ИИ в учебе сами вчерашние студенты и школьники — «зумеры» и младшие «миллениалы»: 83–87% в целом допускают такой сценарий, в том числе 14–15% считают, что ограничения вообще не нужны. Более лояльны к применению ИИ в образовании жители мегаполисов-миллионников и активные интернет-пользователи. Несмотря на все опасения, связанные с использованием ИИ в образовательном процессе, всё же стоит отметить, что он упрощает многие рутинные задачи, помогая автоматизировать проверку заданий, создавать ин-

терактивные учебные материалы, генерировать вопросы и задания, поддерживать дистанционное обучение, создавать виртуальные лаборатории и т.д. [2]

По данным опроса преподавателей и студентов «СберУниверситета» обе группы респондентов положительно относятся к внедрению ИИ в образовательный процесс. Так, среди преподавателей позитивную оценку высказали 51% респондентов, среди студентов — 77%. При этом среди последних доля скептиков по отношению к искусственному интеллекту в образовании в два раза выше. Основными драйверами внедрения ИИ в образовательную среду респонденты отмечали возможность экономии времени, повышение вовлеченности студентов в процесс обучения, пользу в консультационной поддержке студентов по вопросам обучения в круглосуточном режиме. При этом опрошенные сильно опасались за квалификацию студентов из-за неточной информации, которую может выдать искусственный интеллект. Такого мнения придерживались 72% преподавателей и всего 35% студентов**.

В настоящее время в образовании активно внедряются VR-технологии, помимо этого, сгенерированный нейросетями контент (фото и тексты) позволяет сокращать затраты на маркетинг и привлекать потенциальных учащихся (лиды) на электронные страницы образовательного учреждения с помощью креативов [3], в остальном пока развитие ИИ в образовании идет довольно низкими темпами. В то же время стоит отметить, что темпы использования нейросетей для написания студенческих проектов и дипломных работ со стороны самих студентов становятся серьезными, что приводит к сложностям оценки самостоятельности в написании работ. Антиплагиат выдает подозрения на использование нейросетей, но как с этим эффективно бороться многие вузы пока не определились.

Популярность ИИ у населения отслеживает в настоящее время проект «Нейростат» от компании «Яндекс». Платформа по отслеживанию интереса россиян к искусственноциальному интеллекту была запущена в 2023 году. По их данным динамика интереса к запросу «нейросеть» с начала 2022 года увеличилась более чем в 20 раз. Наиболее частые обращения к ИИ связаны с созданием презентаций, ответам на вопросы, созданием карточек товаров для маркетплейсов, написанием текстов и постов для соцсетей, обработкой фотографий, написанием стихов и музыки, созданием логотипов торговых марок.

По результатам опроса «Отношение к технологиям искусственного интеллекта» (НАФИ, Национальные приоритеты) большинство респондентов (82%) согласны с тем, что ИИ сегодня важен для развития самых разных сфер. Наиболее часто респонденты ожидают внедрения технологий ИИ в сферах безопасности (31%), здравоохранения (29%) и освоения космоса (25%). Сюда же можно было бы добавить роботизацию и биоинженерию, которые ассоциируются с ИИ. При этом респонденты обращают внимание на возможный рост безработицы и риски, связанные с неправомерным использованием технологий ИИ. Но большинство респондентов согласны с тем, что технологии ИИ приносят людям пользу (78%), необходимы обществу (73%) и не представляют опасности (63%)^{3*}.

Согласно данным консалтинговой компании «Яков и Партнеры», представленным на конференции «Технологии искусственного интеллекта 2025» 84% пользователей пробовали использовать ИИ, 53% российских компаний уже эксплуатируют ИИ-сервисы, а 73% выделили бюджеты на их внедрение^{4**}.

На одном из собраний Комитета по кейсам Гильдии маркетологов эксперты провели эксперимент. Они при помощи фокус-группы провели разбор

^{**} Как относятся преподаватели и студенты к внедрению ИИ в образование [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/education/516050-kak-otnosatsa-prepodavateli-i-studenty-k-vnedreniu-ii-v-obrazovanie> (дата обращения: 01.08.2025).

^{3*} 2023 Результаты опроса «Отношение к технологиям искусственного интеллекта», НАФИ, Национальные приоритеты [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

https://ai.gov.ru/knowledgebase/infrastruktura-ii/2023_rezulyaty_oprosa_otnoshenie_k_tehnologiyam_iskusstvennogo_intellekta_nafi_nacionalnye_priority/?ysclid=mffly7m1c981312955 (дата обращения: 01.08.2025).

^{4*} В России стали меньше доверять профессиональному интеллекту: результаты исследований [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rg.ru/2025/02/12/rossiiane-stali-menshe-doveriat-iskusstvennomu-intellektu.html?ysclid=mffm39c94d633591028> (дата обращения: 08.08.2025).

проблемного кейса одной из компаний, выдали рекомендации по решению проблем, после чего генерировали такие же решения у ИИ, и полученные данные были во многом похожи, хотя были получены за несколько минут и без участия людей, что говорит о широком применении нейросетей в маркетинге.

По данным опроса финансового маркетплейса «Выберу.ру» и ГК *IT Smart Finance* подавляющее большинство лояльных к ИИ граждан (64%) отметили, что используют его в основном для работы и для получения справочной информации^{5*}. В то же время 17% признались, что видят в ИИ консультанта по важным вопросам из разных сфер жизни, а 14% и вовсе отметили, что нейросети заменили им близких друзей. По словам этой группы респондентов, искусственный интеллект более тактен и умеет подобрать правильные слова, чтобы подбодрить в трудную минуту. Наиболее ярко эта тенденция выражена в возрастной группе 18–25 лет – здесь 19 % респондентов уверены, что ИИ может полностью заменить дружеские связи.

Если говорить об основных профессиях россиян, наиболее доверяющих ИИ, то по свежим данным исследовательского центра портала Superjob.ru (август 2025 г.), наибольший уровень доверия показали специалисты, чья работа тесно связана с креативом и рыночными трендами. Лидеры по уверенности в качестве работы ИИ – маркетологи, 50% из них считают использование ИИ в работе гарантией высокого результата. На втором месте – HR-менеджеры (42%), которые видят в ИИ потенциал для автоматизации рутинных процессов. На третьем – менеджеры по продажам (35%)^{6*}.

Однако, при наличии такого большого количества позитивных фактов использования ИИ, согласно последним данным ВЦИОМ 38% россиян не доверяют технологиям ИИ. И это на 6% больше, чем в 2022 году. А среди респондентов 45–59 лет уровень недоверия к профессиональному

интеллекту достигает 45%. При том, что эффективность искусственного интеллекта является доказанной на практике, россияне считают его главной технологией будущего, а уровень их информированности об ИИ достиг 94%. Только в этой цифре и вся проблема – чем больше людей начинают использовать ИИ и понимают его преимущества, тем больше осознают риски, которые он может с собой привести.

Высокого уровня недоверия придерживаются специалисты, чья деятельность требует высокой точности, анализа данных и ответственности за принятые решения. Они чаще ассоциируют ИИ с браком и халтурой. Самая высокая доля негативных ответов зафиксирована среди PR-менеджеров (53%), что связано с опасениями «потери уникального голоса бренда и неискренности в коммуникации, генерируемой ИИ». Аналитики также проявляют скепсис в отношении работы ИИ (50%). Вероятно, подобное мнение связано с глубоким пониманием ограничений и рисков алгоритмов. Критикуют работу ИИ 47% программистов: создатели технологий одновременно являются и главными их критиками, понимая принципы работы и предугадывая возможные ошибки. Среди представителей профессий с высоким процентом затруднившихся с ответом – бухгалтеры, юристы, логисты и учитель (от 53 до 70%). Их работа связана с высокой персональной ответственностью и строгими регламентами. По их мнению, на рынке пока нет качественных ИИ-продуктов, способных решать их задачи.

Интересные данные получены в результате появившегося в сентябре 2025 года в «Газете.ру» отчета опроса, проведенного финансовым маркетплейсом «Сравни»^{7*}. Согласно их данным, большинство опрошенных из 1,5 тыс. человек старше 18 лет из всех регионов России (66%) не готовы доверять нейросетям личные переживания и секреты. Несмотря на то, что 75% респондентов в целом поддерживают использование ИИ

в качестве социального компаньона, главным опасением, по их мнению, является не утечка данных или манипуляция сознанием, а именно социальные последствия: 47% считают, что ИИ ухудшает социальные навыки людей, делая их менее эмпатичными. Поэтому только 8% готовы полностью положиться на беспристрастность и надежность ИИ, тогда как 41% считают подобную откровенность рискованной, а еще 25% убеждены, что «машина» в принципе не способна понять человеческие эмоции.

Международный рынок искусственного интеллекта тоже растет быстрыми темпами. Если в 2022 году ежегодный рост (*CAGR*) рынка ИИ в среднесрочной перспективе оценивался в 35–40%, то по оценке *Bain Technology Report* к 2027 году он может достигнуть 1 трлн долларов. Проведенное в этом году в 47 странах глобальное исследование *KPMG* совместно с Университетом Мельбурна (Австралия) показало, что хотя 72% опрошенных считают ИИ полезным инструментом, более половины из них (54%) не доверяет его точности, опасениям по поводу безопасности, возможного неправильного использования и недостаточного регулирования. 70% поддерживают введение более строгих правил. Только 43% считают существующие законы адекватными, а 76% выступают за международное регулирование. В офисах компаний 58% сотрудников используют ИИ регулярно, в основном бесплатные генеративные инструменты (*GenAI*). При этом реально фиксируется не только рост производительности, но и ухудшение командной работы и рост нагрузки, а отсутствие регулирования и слабая подготовка управленцев приводят к злоупотреблениям, – фиксируют результаты проведенного исследования. В зарубежном образовании 83% студентов применяют ИИ. Главные причины – повышение эффективности и, что интересно, снижение стресса. Однако только половина учебных заведений предоставляет обучение

^{5*} Исследование: почти 15% опрошенных россиян признались, что ИИ заменил им друзей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rg.ru/2025/07/29/issledovanie-pochti-15-oproshennyh-rossiian-priznali-chto-ii-zamenil-im-druzej.html> [дата обращения: 02.08.2025].

^{6*} Уровень доверия к ИИ выше всего у маркетологов и эйчаров, ниже всего у аналитиков и бухгалтеров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.superjob.ru/research/articles/115474/uroven-doveriya-k-ii-vyshe-vsego-u-marketologov-i-ejcharov/> [дата обращения: 01.08.2025].

^{7*} Стало известно, сколько россиян не доверяют ИИ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gazeta.ru/business/news/2025/09/12/26707016.shtml?updated> [дата обращения: 04.08.2025].

и политику ответственного использования, что вызывает беспокойство по поводу злоупотреблений. То есть в мире ситуация схожа с российской.

Заключение (Conclusion)

Главными выводами при изучении отношения российских граждан к ИИ является то, что уровень их восприятия сильно зависит от профессионального контекста, уровня возраста и активности в использовании алгоритмов ИИ. Молодежь больше продвинута в использовании ИИ и больше доверяет ему. При этом доверие

особо выше там, где можно делегировать «искусственному помощнику» креативные или рутинные задачи, а критичнее – там, где требуются точность, аналитика и персональная ответственность. Высокий уровень неопределенности сигнализирует о необходимости просветительской работы и демонстрации реальных, а не гипотетических возможностей и ограничений нейросетей в каждой конкретной профессиональной нише. А это значит, что наравне с нейросетями должны быть профессиональные специалисты – эксперты

области, которым будет необходимо отслеживать результаты деятельности ИИ и давать оценки качеству получаемой информации. Как любил говорить президент США Рональд Рейган: «Доверяй, но проверяй!» Этот слоган наиболее характерен в настоящее время для оценки тенденций в развитии ИИ в нашей стране, а также для оценки уровня доверия к нему и к результатам его работы со стороны пользователей.

Поступила в редакцию 02.09.25
Принята к публикации 28.09.25

ИСТОЧНИКИ (References)

1. Гречкин, Е. И. Феномен искусственного интеллекта в производственной деятельности / Е. И. Гречкин, Т. С. Попова // Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. – 2023. – № 4. – С. 41–44. – DOI 10.24412/1994-3776-2023-4-41-44. – EDN JSFMEK.
2. Гарьковенко, В. Э. Цифровые возможности и инструментарий организации и управления маркетинговой деятельностью вузов на региональных рынках / В. Э. Гарьковенко, Х. А. Абдукалилов, А. А. Воронов. – Краснодар : ООО «Экоинвест», 2022. – 116 с. – ISBN 978-5-94215-615-2. – EDN NNNJPI.
3. Тюрин, Д. В. Организация эффективной рекламной кампании для продвижения образовательных услуг / Д. В. Тюрин, Ю. А. Андреева // Практический маркетинг. – 2024. – № 11(329). – С. 40–43. – DOI 10.24412/2071-3762-2024-11329-40-43. – ЭДН УРГХМ.