

Е. В. Ялунер

*Санкт-Петербургский государственный экономический университет,
Институт проблем региональной экономики,
Санкт-Петербург, Россия, yaluner@yandex.ru*

УРОВНИ ЦИФРОВИЗАЦИИ БИЗНЕСА – ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Статья затрагивает возможности, необходимость и проблемы перехода бизнеса на разные уровни цифровизации, раскрывается содержание и сущность уровней цифровизации экономики в условиях нестабильности геополитической среды

Ключевые слова: *цифровизация экономики, уровень цифровизации, стратегическое развитие бизнеса, конкурентоспособность*

E. Yaluner

*Saint Petersburg State University of Economics,
Institute for Regional Economic Problems,
Saint Petersburg, Russia, yaluner@yandex.ru*

LEVELS OF BUSINESS DIGITALIZATION – PROBLEMS AND PROSPECTS

The article touches upon the opportunities, necessity and problems of the transition of business to different levels of digitalization, reveals the content and essence of the levels of digitalization of the economy in the conditions of instability of the geopolitical environment

Keywords: *digitalization of the economy, level of digitalization, strategic business development, competitiveness*

В настоящее время в условиях обострившейся конкуренции, глобальных экономических и политических изменений все больше компаний задумываются о своем будущем. Иными словами, компании следует ответить на вопрос – каким образом, методами, приемами стать цифровой конкурентоспособной компанией.

Бизнес уже не может отрицать внедрение новейших технологий в бизнес-процессы, что способствует кардинальному преобразованию всех продуктов. И это не просто приобретение нового программного обеспечения и оборудования, это именно готовность к переменам, влияющим на корпоративную культуру, внешние коммуникации и внутреннее управление. Дополнительным социальным и имиджевым эффектом будет положительная репутация фирмы в обществе, повышается эффективность и быстрота принятия решений. Причем, в бизнесе данное понятие присуще не только фирмам, но и целым отраслям, выбирающим стратегию прорывных технологий и, в итоге, меняющих жизнь всего общества [3].

В первой половине 2021 г. согласно результатам независимых экспертов консалтинговой фирмы UXSSR только 12 % бизнеса в России отличается высокой степенью цифровизации. Говоря об общем индексе – это 50 пунктов из 100. Если ранжировать компании по развитости уровня цифровизации, то примерно 80 % российского бизнеса находятся в своем цифровом развитии на уровне первой или второй стадии. Они не используют CRM-системы, у них не организован сбор и анализ данных, нет возможности исследовать свою целевую аудиторию, анализировать ее нужды.

Все это предполагает, что в своем стратегическом развитии успеть за изменением мировых трендов, социально-экономических ситуаций такие компании не в состоянии.

Первый уровень цифровизации предполагает именно осознание того факта, что цифровая трансформация необходима, чему может способствовать объяснение сотрудникам основных принципов цифровизации и мотивация руководителя.

Сложность заключается именно в том, что всего 15 % руководителей в настоящее время заинтересованы в реальном процессе цифровизации бизнеса. Далее, для перехода на следующий уровень перемен команде необходимо повысить свой цифровой интеллект (так называемый Digital IQ) компании. Таким переменам в упрощении работы, сокращении транзакционных издержек будет способствовать установка CRM, ERP и правильный сбор и анализ данных.

Плавному повышению уровня проникновения CRM – системы управления взаимоотношениями с клиентом в российском бизнесе способствовала пандемия 2020–2021 гг. при переходе большинства компаний на удаленный формат работы. Если в 2019 г. уровень проникновения данных систем в управление бизнесом составлял всего 15,8 %, то только в 2020 г. стоимость проданных лицензий составила 5 млрд р., а объем рынка внедрения составил по независимым оценкам от 10 до 20 млрд р. [1]. Однако, в данном случае можно говорить о среднем и крупном бизнесе, в то время как предприятия малого бизнеса внедряют данные системы не столь активно.

Такое положение дел объясняется несколькими причинами. Во-первых, малому бизнесу хватает тех инструментов сбора данных, которые есть на рынке. Во-вторых, у малого бизнеса нет доверия к крупным фирмам-провайдерам по поводу элементарной кражи идей и данных. Остановлюсь на видах угроз, из-за которых малый бизнес не хочет проходить на следующий уровень цифровизации. Данные угрозы присутствуют в любом бизнесе, однако, их наступление для малого бизнеса будет катастрофическим.

Угрозы многообразны и имеют множество классификаций. Если говорить о характере нарушений, то можно выделить как раскрытие конфиденциальной информации, так и вывод операционных и информационных систем из строя. Серьезной угрозой является превышение полномочий непривилегированных пользователей, отказ от авторства и транзакции. Распространено в настоящее время уничтожение и искажение информации, нарушение данных путем их целенаправленного изменения [2]. Таким образом, малый бизнес, чтобы расширять и масштабировать свою деятельность как никто заинтересован в переходе на третий уровень цифровизации, для этого ему необходимо внедрять данные цифровые инструменты, но он отказывается это делать, что приводит к тому, что малые предприятия остаются на низших уровнях цифровизации.

Частично нежелание внедрять данные системы связано с отрицанием такого понятия как экономика знаний. Руководителям следует понять, что польза от внедрения CRM и ERP-систем намного превышает риски. Появляется возможность более детально сегментировать свою целевую аудиторию, применить к изучению каждого сегмента специальные методики, уточнить и корректировать ключевые показатели своего бизнеса. В дальнейшем компания сможет расширяться без особых непредсказуемых рисков, добавлять новые продукты в свою линейку.

Если говорить о третьем уровне цифровизации, то он предполагает наличие корректного описания бизнес-процессов и четкой многоуровневой ИТ-стратегии. Стратегия должна быть разработана на трех организационных уровнях – корпоративном или уровне стратегического управления компании, деловом (на уровне бизнес-единицы) и функциональном (уровне отдела или функционала – маркетинг, логистика, сбыт, производство, снабжение и т. п.). Стратегия предотвращает раздувание бюджета, когда оцифровыванию подлежат все процессы без расстановки приоритетов. В таком случае выполняется анализ и определяются инструменты для каждого конкурентного преимущества определенного уровня.

Для большинства компаний третий уровень цифровизации даст необходимые преимущества, чтобы успешно вести бизнес. Но чтобы стать цифровым гигантом и перейти на четвертый и пятый уровни, недостаточно лишь подготовить ИТ-стратегию, необходимо заложить в этой стратегии продвинутые инструменты автоматизации: предикативную самокоррекцию и открытые интерфейсы, именно применяемые инструменты предсказательной самокоррекции способствуют переходу на следующий уровень цифровой трансформации.

Предсказательная или предикативная аналитика является уже интеллектуальным анализом данных, включая ретроспективный исторический анализ, применение статистического моделирования и определение результатов. В настоящее время такую аналитику используют крупные торговые компании, прогнозируя или создавая спрос на товары в зависимости от многих факторов, банковский сектор может определить реальное состояние заемщика в зависимости от его цифрового следа. Причем тут можно говорить не о футурологии или необходимости содержать отдел по предикативному анализу – в настоящее время есть много фирм, предлагающих на аутсорсинге множество стандартных шаблонов для осуществления прогнозов.

Для того, чтобы перейти и закрепиться на пятом уровне цифровизации следует использовать инструменты открытой цифровой инфраструктуры, открытых цифровых интерфейсов, что позволит открывать свои бизнесы сторонним пользователям.

Примеров можно привести много, самый простой – регистрация на сайте с использованием данных вашей страницы в соцсетях. С применением технологии открытых интерфейсов можно развивать бизнес, управлять поставками, ресурсами, разрабатывать продукты и сервисы. В настоящее время в России на пятом уровне цифровизации находится только X5 Retail Group. В 2020 г. поставщики X5 получили возможность загружать данные о товарах онлайн по API.

Теперь зарегистрированные пользователи площадки смогут установить себе софт одного из контент-провайдеров и передавать через него данные о своих товарах сразу в систему X5. Итак, цифровая цифровизация происходит независимо от желания и способностей бизнеса. Именно она будет определять статус, будущее компании и ее взаимоотношения с клиентами. Уже говорят о наступлении в недалеком будущем шестого и седьмого уровней.

Бизнесу стоит понимать, что не обязательно быть крупным игроком, чтобы внедрять цифровые инновации, многие продукты уже предлагаются на аутсорсинге. Чтобы успешно внедрять модели цифровизации, бизнесу нужно четко определять себя на соответствие определенному уровню, определить конкретную подходящую цифровую модель, свое конкретное цифровое преимущество.

Список использованных источников

1. Пять уровней цифровизации бизнеса: как в России стать компанией будущего [Электронный ресурс] // РБК. – Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/innovation/60b4cb349a79473d14ea025f>. – Дата доступа: 22.03.2022.
2. Аненкова, А. В. Использование информационных технологий в управлении бизнесом : сб. науч. тр. / II нац. науч.-практ. конф. / А. В. Аненкова, Е. В. Ялунер // Проблемы и перспективы предпринимательства в России : СПб., 2021. – С. 132–134.
3. Что такое цифровизация бизнеса простыми словами: процесс цифровой трансформации компании – основные направления [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cleverence.ru/articles/autobusines/chto-takoe-tsifrovizatsiya-biznesa-prostymi-slovami-protsess-tsifrovoy-transformatsii-kompanii-osnov/>. – Дата доступа: 22.03.2022.