

ДРАЙВЕРЫ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ РОССИЙСКОГО БИЗНЕСА

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект №19-18-00452)

Введение. Цифровая трансформация — это процесс интеграции цифровых технологий во все аспекты бизнес-деятельности, требующий внесения коренных изменений в технологии, культуру, операции и принципы создания новых продуктов и услуг. Использование цифровых технологий, являющихся основной движущей силой цифровой трансформации, обеспечивает организационные изменения, позволяющие существенно улучшить производительность (повысить эффективность) деятельности компаний [1].

Создание новых принципов функционирования бизнес-среды, новых цифровых бизнес-моделей и архитектур связано с фундаментальным реинжинирингом и пересмотром существующих ограничений деятельности экономических субъектов. Статья направлена на выявление ключевых заинтересованностей основных участников национальной бизнес-среды и формирование на этой основе требований к новой цифровой экономике [2,3].

Было проведено исследование методом анализа информации из открытых источников с целью определить существующий уровень цифровизации в России, в том числе в сравнении с мировым опытом. Выявлено, что в России созданы отдельные предпосылки и очень высоки ожидания в области цифровизации экономики. Важно выявить основные тренды цифровой трансформации в России, отобразить на основании сравнения с ситуацией в мире направления, требующие углубленного развития, определить ключевых стейкхолдеров российского бизнеса и их движущие силы для развития цифровизации с целью цифровой трансформации всей экономической системы государства, от макро- до микро-уровня.

Методология. Методологической основой настоящего исследования стали подходы бизнес-инжиниринга и архитектуры предприятия, позволяющие осмыслить внутреннюю структуру бизнеса, формирующуюся, в том числе, в ответ на запросы и ожидания внешней среды и заинтересованных сторон (т.н. стейкхолдеров) [4]. Также используется понятие мотивационного расширения, под которым понимается модель внешних сил (заинтересованных сторон, драйверов развития ситуации, ограничений, требований, оценок), которые влияют на формируемую архитектуру бизнеса. В настоящей статье модель мотивационного расширения применяется для процессов цифровой трансформации российского бизнеса [5].

Моделирование мотивационного расширения цифровой трансформации. Было выделено 4 основные группы стейкхолдеров российского бизнеса, каждая из которых обладает своими особыми характеристиками и особыми ожиданиями от применения цифровых технологий:

- Государство – подразумевает как национальную экономику в целом, так совокупность государственных и муниципальных органов, так или иначе влияющих или имеющих заинтересованность в бизнес-среде и её субъектах в рамках рассматриваемой страны.
- Рынок как институциональная среда – вся совокупность рыночных субъектов, их взаимоотношений, внутренних регуляционных механизмов;
- Отрасли народного хозяйства – различные предметные области экономики, обладающие своими специфическими объектами деятельности и технологиями реализации этой деятельности;

- Юридические лица и частные предприниматели – основные субъекты бизнес-среды, осуществляющие свою предпринимательскую деятельность в данном государстве.

Основной заинтересованностью государства в сфере экономики является возможность стабильного роста национальной экономики. С точки зрения возможностей цифровых технологий для этого необходимо обеспечить прозрачность деятельности подотчётных государственным и муниципальным органам субъектов бизнес-среды, а также эффективность коммуникаций государственных органов и бизнеса и доступную городскую инфраструктуру.

Рынок как среда для осуществления бизнеса заинтересован прежде всего в общем повышении качества оказываемых услуг и производимых продуктов, а также в конкурентоспособности национальных продуктов и услуг на глобальном рынке. Цифровые технологии в этом направлении могут способствовать повышению эффективности коммуникаций рыночных субъектов, а также в гарантии надёжности договорённостей субъектов, в т.ч. и на глобальном рынке (в частности с использованием регуляторного механизма заключения электронных контрактов с применением технологии блокчейна).

Отдельным бизнес-субъектам (юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям) важно обеспечить возможность выхода на более широкую аудиторию потребителей, повысить качество информационного обмена внутри субъекта, оптимизировать процессы по самым различным критериям.

Важной составляющей эффективной системы национального бизнеса является наличие единого информационного пространства, доступного всем участникам бизнес-среды. Перечисленные стейкхолдеры и их ключевые заинтересованности представлены в модели мотивационного расширения цифровой трансформации на Рис.1.

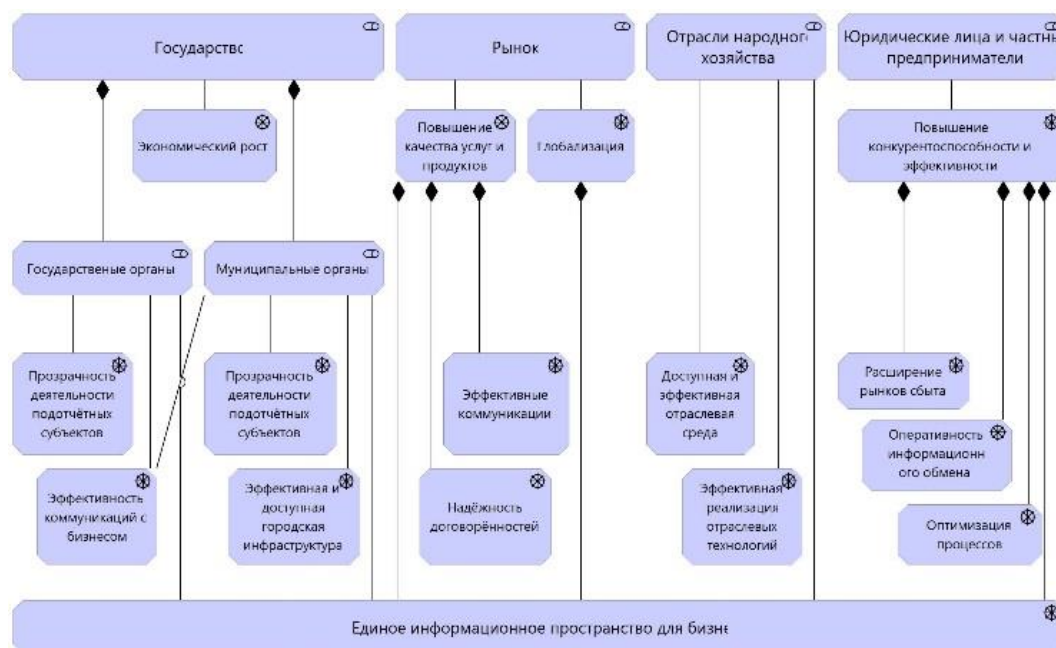


Рис.1. Модель мотивационного расширения системы российского бизнеса при переходе к цифровой экономике.

Для удовлетворения перечисленных в модели на Рис.1 потребностей бизнеса при переходе к цифровой экономике могут быть использованы следующие цифровые технологии:

- электронные платформы;
- Интернет вещей;
- большие данные, предиктивная аналитика;
- блокчейн;

- киберфизические системы;
- межмашинное взаимодействие.

Заключение. В настоящей статье выявлены основные заинтересованности ключевых стейкхолдеров в цифровой трансформации бизнеса, а также возможности цифровых технологий для удовлетворения этих потребностей. Результаты проведенного анализа создают основу для формирования принципов перехода к цифровой экономике, а также принципов функционирования российского бизнеса в условиях цифровой трансформации. Компании должны быть готовы к организационным изменениям, иметь четкую стратегию цифровой трансформации, понимать целевую бизнес-модель и провести соответствующий реинжиниринг бизнес-процессов для того, чтобы проекты цифровизации принесли свою основную ценность – увеличили прибыльность и эффективность бизнеса.

ЛИТЕРАТУРА

1. What is digital transformation? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.hpe.com/ru/ru/what-is/digital-transformation.html> (дата доступа: 10.08.2019)
2. Borremans, A.D., Zaychenko, I.M., Piashenko, O.Yu. Digital economy. IT strategy of the company development (2018) 170, 01034.
3. Барановский В.Ю., Зайченко И.М. Формирование стратегической карты управления предприятием на основе концепции цифровой трансформации бизнеса // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2018. Т.11. № 3. С. 185-193.
4. Pin, I., Grigoreva, A. How stakeholders make decision about changes in enterprise architecture. Cases in private business and public organization (2017) 2018, pp. 50-62.
5. CIO Council. Federal Enterprise Architecture Framework Version 1.1. September 1999. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.enterprise-architecture.info/Images/Documents/Federal%20EA%20Framework.pdf> (дата доступа: 15.08.2019).