

Секция «Управление рисками и страхование: новые вызовы и возможности»

Риски и эффекты цифровой трансформации предприятий

Научный руководитель – нет нет

Левченко Екатерина Вячеславовна

Кандидат наук

Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А., Саратов,
Россия

E-mail: limonovaen@bk.ru

Становление и развитие цифровой экономики в нашей стране затрагивает все сферы общественной жизни. Трансформационные процессы цифровизации наиболее ярко проявляются в изменении бизнес-моделей современных предприятий и организаций. Широкое распространение получают цифровые компании, которые представляют собой целостные экосистемы, обеспечивающие, с использованием цифровых технологий, взаимодействие всех стейкхолдеров: производителей; потребителей; сотрудников; научное сообщество; государственные органы власти; банковские структуры и другие [1].

Цифровизация компаний происходит в двух плоскостях, характеризующихся: во-первых, ростом контроля за цепочкой создания добавленной стоимости внутри экосистемы на основе повышения осведомленности о потребителе и установления лучшего контакта с ним; во-вторых, индивидуализацией потребительских свойств продукции, переходом от массового производства к предложению удовлетворить конкретные запросы потребителя, решить проблему или достичь определенную цель. Примером могут служить некоторые экосистемы, объединяющие банковские, страховые и риелторские компании, предлагающие услуги исходя из этапа жизненного цикла потребителя для достижения цели, формирующие предложение комплекса страховых, банковских и риелторских услуг на такие цели, как покупка машины, жилья или под конкретные события, происходящие в жизни потребителя (женитьба, пополнение в семье, организация путешествия и тд.).

В экономической литературе направления цифровизации компаний, условно разделяются на четыре модели: «модель поставщика»; «модель омниканальности»; «модель модульного производителя»; «модель драйвера экосистемы». Модель поставщика характерна для производственных предприятий и осуществляет сбыт продукции через посреднические сети имея минимальный контакт с конечным потребителем (например, производители бытовой техники и электроники) [2]. В модели омниканальности компания «присваивает» отношения с потребителем, создается интегрированная цепочка добавленной стоимости. Омниканальность позволяет анализировать события в жизни потребителя и создавать многопродуктовый и многоканальный спектр предоставления продукции и услуг (к примеру продажа банковских, страховых продуктов). Модель «модульного производителя» использует омниканальность и может встраиваться в любую систему экономических отношений (например, система электронных платежей PayPal). Наиболее совершенной с позиций контроля за цепочкой создания добавленной стоимости и клиентского опыта являются компании, использующие модель драйвера экосистемы. Являясь драйвером экосистемы, цифровая компания сама формирует базу знаний о клиенте, подбирает поставщика под запросы клиента и регламентирует порядок взаимодействия стейкхолдеров внутри цепочки создания ценности и распределяет кооперативный доход между участниками отношений (к примеру онлайн-магазины).

В этой связи, актуализируется вопрос идентификации, оценки и минимизации негативного воздействия рисков и угроз экономической безопасности для цифровой компании. В

рамках работы была проведена оценка рисков и угроз экономической безопасности цифровой компании. В целях методологического пояснения, в рамках работы под термином угроза будем понимать любой фактор, способный привести к нарушению экономической безопасности предприятия (возникновению риска). Выделяется три вида рисков:

1. Риск неразвитости цифровой инфраструктуры предприятия;

2. Риск неразвитости цифровых инструментов предприятия;

3. Риск неразвитости цифровых компетенций сотрудников предприятия. На современных предприятиях можно констатировать наличие риска неразвитости цифровых инструментов. На сегодняшний день только 20 % предприятий и организаций имеют четкую стратегию цифровизации бизнеса, включающую не только направления цифровизации, но и эффекты, получаемые компанией от внедрения и использования цифровых технологий в краткосрочной и долгосрочной перспективе. Из 80% компаний, имеющих веб сайт, использующих облачные сервисы и широкополосный, большинство использует его для поиска информации и передачи файлов, только 40% применяют интернет-технологии для развития бизнеса, обучения сотрудников, проведения переговоров и встреч, только 8% компаний для развития бизнес-процессов и взаимодействия стейкхолдеров[3].

Уровень развития цифровых инструментов современного бизнеса находится на низком уровне. При внедрении цифровых технологий в компаниях, необходимо учитывать специфику ее хозяйственной деятельности. В настоящее время широко внедряются квантовых технологии, нейротехнологии, системы распределенного реестра, технологии беспроводной связи, цифровые производственные технологии, квантовые технологии, компоненты робототехники и сенсорики.

Также следует отметить, что современные предприятия не достаточно занимаются обеспечением экономической безопасности, в частности информационной безопасности. Согласно статистическим данным, особое внимание организации уделяют обновлению антивирусных программ (87,8% организаций), внедрению средств электронной цифровой подписи (83,7% организаций). В меньшей мере организации занимаются внедрением спам-фильтров (59,3%), средств шифрования (51,3%) биометрических средств аутентификации пользователей (5,7%), что говорит о наличии риска неразвитости цифровых инструментов по борьбе и предупреждению рисков в современных организациях[4].

Таким образом, можно сделать вывод, что повышение уровня экономической безопасности и минимизация негативного воздействия рисков будет способствовать росту добавленной стоимости предприятий и росту их конкурентоспособности.

Источники и литература

- 1) Манахова И. В., Левченко Е. В., Быстров А. В., Есина А. Р. Развитие механизма обеспечения экономической безопасности предприятий при внедрении цифровых технологий // Вестник РЭУ. 2019. № 6. С. 183-190
- 2) Ананьин В.И., Зимин К.В., Лугачев М.И., Гимранов Р.Д., Скрипкин К.Г. Цифровое предприятие: трансформация в новую реальность // Бизнес-информатика. 2018. № 2 (44). С. 45-54
- 3) Вайл П. Цифровая трансформация бизнеса: Изменение бизнес-модели для организации нового поколения / Питер Вайл, Стефани Ворнер; Пер. с англ. М.: Альпина Паблицер, 2019. 257 с.
- 4) Индикаторы цифровой экономики: 2021: статистический сборник / Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишневецкий, Л. М. Гохберг и др.; Нац. исслед. ун-т И60 «Высшая школа экономики». М.: НИУ ВШЭ, 2021. С. 195-201.