

БОЛЕЗНЕННАЯ ОЦИФРОВКА

по оценкам экспертов, ПАНДЕМИЯ УСКОРИЛА ПЕРЕХОД К ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ, НО ПРЕИМУЩЕСТВЕННО В ТЕХ ОТРАСЛЯХ, КОТОРЫЕ БЫЛИ К ЭТОМУ ГОТОВЫ. КСЕНИЯ ПОТАПОВА

В 2020 году продолжилась глобальная трансформация бизнес-процессов, драйвером которой стало развитие технологий и изменения деловой среды. При этом эксперты полагают, что карантин лишь несколько подтолкнул процесс цифровизации экономики.

«Пандемия по части цифровизации не повлияла на „среднюю температуру по больнице“, скорее только на отдельные направления российского бизнеса, которые „подсознательно“ были к этому готовы», — считает Сергей Гребенников, директор Регионального общественного центра интернет-технологий (РОЦИТ).

По данным третьего исследования готовности малого и среднего бизнеса (МСБ) к цифровой экономике (BDI — Business Digitalization Index) банка «Открытие» и московской школы управления «Сколково», за последние полгода уровень цифровизации предприятий МСБ Москвы и российских регионов вырос на пять пунктов. Сегодня Индекс цифровизации бизнеса равен 50 пунктам по шкале от 0 до 100. Также выросла доля предпринимателей, считающих, что цифровизация повышает удобство ведения бизнеса (с 34 до 57%), увеличивает скорость работы (с 33 до 53%) и улучшает клиентский сервис (с 15 до 22%). При этом высокий уровень цифровизации имеют всего 11% компаний.

«То есть фактически уровень цифровизации почти не изменился. Да, компании стали чаще использовать отдельные инструменты — облачные решения, системы по автоматизации работы предприятия и работы с клиентами, онлайн-документы, но революции не случилось», — поясняет господин Гребенников.

ГДЕ ЗАМЕТНО? Хотя глобального скачка в онлайн и не произошло, в ряде отраслей ускорение перехода на цифру стало более чем очевидным. По мнению Аркадия Оверина, технического директора компании «Номикс», для текущего года характерны три тренда. Во-первых, удаленная работа с массовым использованием сервисов видеоконференций и мессенджеров. По данным исследования Российской ассоциации электронных коммуникаций (РАЭК), НИУ ВШЭ и Microsoft, на удаленку во время самоизоляции перешли 54% отечественных компаний.

Во-вторых, глобальное изменение потребительских привычек в сторону онлайн-сервисов, что подтверждается аналитиками McKinsey и статистикой Google Trends. В-третьих, достаточное накопление необходимых ресурсов для трансформации — внедрение мобильной связи 5G, увеличение материальной базы — за прошедшие двенадцать лет количество пользователей интернета выросло с 1,6 до 4,1 млрд, а количество используемых в мире смартфонов достигло 3,2 млрд. На этом фоне, по мнению эксперта, цифровизация стала особенно заметна в таких отраслях, как дистанционное образование, медицина и ритейл.

Переход на дистанционное обучение дал дополнительный импульс к развитию



ХОТЯ ГЛОБАЛЬНОГО СКАЧКА В ОНЛАЙН И НЕ ПРОИЗОШЛО, В РЯДЕ ОТРАСЛЕЙ УСКОРЕНИЕ ПЕРЕХОДА НА ЦИФРУ СТАЛО БОЛЕЕ ЧЕМ ОЧЕВИДНЫМ

рынку онлайн-образования. Например, число посетителей «Нетологии» в марте выросло на 50% по сравнению с тем же периодом год назад, новые регистрации — на 340%, а покупки — на 100%. Как отмечает Павел Гонтарев, управляющий директор «Mail.ru Цифровые технологии», в первые недели самоизоляции количество регистраций на Geekbrains выросло на 648% месяц к месяцу, а новых платящих студентов — на 89%.

По оценке Global Market Insights, объем мирового рынка онлайн-образования в 2019 году составил \$205 млрд, а к 2023 году достигнет \$282,62 млрд. По данным совместного исследования TalentTech, «Нетологии» и EdMarket, объем российского b2c-рынка онлайн-образования по итогам 2019 года достиг 38,5 млрд рублей, а к концу 2023 года составит 60 млрд рублей.

В медицине, по мнению господина Оверина, необходимы новые подходы к созданию цифровых платформ, обладающих принципиально новой способностью к масштабированию и быстрому развертыванию. Например, во время периода самоизоляции наблюдался скачок в применении технологий по отслеживанию социальных контактов. А спрос на услуги телемедицины, согласно оценкам сервиса «Страховка.ру», в первом полугодии 2020 года вырос на 177% в России.

Что касается ритейла, то, по оценке агентства Data Insight, аудитория российских интернет-магазинов в период

пандемии выросла более чем на 10 млн покупателей за несколько месяцев. Интернет-магазины и маркетплейсы обеспечили переход в онлайн для ряда представителей офлайн-бизнеса. Максим Буртиков, представитель RIPE NCC, отмечает, что количество новых интернет-магазинов в сравнении с прошлым годом выросло на 99,02%, а оборот топ-100 вырос на 36%. В пресс-службе «AliExpress Россия» добавляют, что за последние месяцы доля локального бизнеса в обороте маркетплейса по стране увеличилась вдвое, а количество продавцов из Петербурга выросло в 2,3 раза.

По данным исследования Data Insight, период пандемии ускорит развитие электронной коммерции в России и увеличит годовые обороты рынка на несколько миллиардов рублей. В 2021 году вместо 2,8 трлн рублей обороты в e-commerce составят 3,3 трлн рублей. И с каждым годом разница между прогнозом без учета пандемии и с ее учетом будет увеличиваться.

Александр Ярошук, директор по развитию MediaGuru, поясняет, что резкий скачок на рынке электронной коммерции произошел из-за изменения покупательского поведения пользователей. «За время самоизоляции люди познали преимущества доставок, онлайн-магазинов, удаленной работы. Даже после снятия всех ограничений, вызванных пандемией, e-commerce не вернется на прежние позиции», — отмечает он.

КТО БЫСТРЕЕ? Эксперты также оценили, какие отрасли российской экономики быстрее всего в перспективе перейдут на цифру. «В соответствии с полученным опытом можно сказать, что это будут сектор IT и отрасли, которые раньше активно внедряли технологии: онлайн-торговля, дистанционное образование. Достаточно быстро „оцифруется“ и сфера развлечений из-за смены структуры медиапотребления, и перехода пользователей в онлайн», — считает господин Оверин.

В целом эксперты склонны полагать, что наибольший темп цифровизации характерен для высококонкурентных рынков, также максимально быстро совершат переход компании сегмента b2c, все чаще взаимодействующие с клиентами в цифровой среде.

По мнению Анны Знаменской, директора по глобальному развитию Rakuten Viber, явные преимущества перехода в онлайн заметны в банковской сфере. Банки из привычных офлайн-учреждений с мобильными приложениями все больше переходят в диджитал-среду. Аркадий Оверин соглашается, что пандемия в данном случае только ускорила процесс. Так, например, Россия вошла в топ-5 стран по скорости отказа населения от наличных в пандемию, следует из доклада Boston Consulting Group. Что подтверждает и исследование MasterCard, по данным которого, в период пандемии 43% клиентов в России предпочитали безналичные платежи наличным, около 50% клиентов стали более активно пользоваться бесконтактными картами.

Среди передовиков цифровизации выделяют и логистику. «Так, в настоящий момент в России реализуются два проекта по тестированию цифровых технологий: пилотный проект Минтруда по внедрению электронного кадрового документооборота и эксперимент Минтранса по переходу на электронные транспортные накладные и путевые листы», — отмечает Вадим Филатов, заместитель директора ПЭК.

Несколько отстают медицина, производство и промышленность. «Для них переход в цифру займет больше времени, из сдерживающих факторов я бы отметил регулирование и отсутствие прогресса по стандартизации и информационной совместимости систем», — указывает господин Оверин.

«При этом в текущем году активно проводится цифровизация региональной медицины, которая продолжится и далее. Огромное значение также приобретает образовательный и прикладной потенциал телемедицины, что позволят минимизировать трудности, вызванные ограничением передвижения внутри страны и закрытием границ по всему миру», — добавляет Александр Шведов, директор по взаимодействию с государственными заказчиками компании «Билайн Бизнес».

Дольше всех на цифру, по мнению экспертов, будут переходить предприятия, связанные с длинными производственными цепочками, а также отрасли, где невозможно реализовать бизнес-модель удаленного формата. ■