

# Настоящее и будущее цифровой трансформации в России Исследование

Исследование OSP Data: почти половина российских компаний  
ведут проекты по цифровой трансформации бизнеса,  
более 80% приступят к ней в течение двух лет



computerworld  
россия

**HITACHI**  
Inspire the Next



# Содержание

Введение.....	3
1. Методика исследования.....	4
2. Цифровая трансформация в теории.....	6
2.1. Основные цели цифровой трансформации и выработка ее стратегии.....	6
2.2. Технологическая основа трансформации.....	7
2.3. Характеристики перемен: как судить об успешности преобразований.....	7
2.4. Препятствия на пути перемен.....	8
3. Цифровая трансформация на практике.....	9
3.1. Цифровая трансформация. Двухлетний горизонт.....	10
3.2. Технологическая основа трансформации требует улучшения.....	11
4. Ответы представителей крупных выборок.....	12
5. Выводы.....	14



# Введение

Цифровая трансформация — один из главных трендов ИТ-индустрии последних лет. Предполагается, что своевременно «трансформировавшиеся» предприятия не только оставят позади конкурентов на уже существующих рынках, но и создадут новые, ранее недоступные продукты и услуги.

Аналитики фиксируют рост популярности технологий, используемых в ходе трансформирования бизнеса. Как полагают в IDC, на цифровые стратегии бизнеса к 2020 году будет уходить 60% ИТ-затрат предприятий. Среди самых важных «трансформационных» технологий, отмеченных аналитиками, — облака, средства анализа Больших Данных, Интернет вещей, применение которых на предприятиях будет стремительно расти.

Однако для радикального преобразования бизнеса одних технологий недостаточно — решающую роль играет готовность к переменам со стороны менеджмента компаний. В ходе опроса Forbes Insights, организованного совместно с компанией Hitachi Data Systems, выяснилось, что 49% из 573 топ-менеджеров крупнейших предприятий мира, принявших участие в опросе, высказали уверенность в том, что их организациям в предстоящие пару лет предстоит пережить серьезные изменения, эти годы станут переломными в плане цифровой трансформации. При этом 45% опрошенных заявили, что их компании уже сейчас достаточно далеко продвинулись в деле цифровой трансформации и достигли серьезного или лидирующего уровня в этой области. 32% рассчитывают осуществить цифровые изменения в ближайшие пару лет, 42% — менее чем за год и 27% — более чем за два года.

Респонденты особо отметили роль аналитики. 91% из них заявили, что использование данных способствовало увеличению доходов их организаций, 31% отметили, что за счет этого доходы увеличились на 5% и более.

Также опрошенные указали на важность совместной работы над преобразованием бизнеса представителей различных структурных подразделений на всех этапах, от выработки стратегии цифровой трансформации до ее реализации.

Цель исследования — определить, как именно отечественные ИТ-руководители понимают термин «цифровая трансформация», насколько, по их мнению, она актуальна для нашей страны, кто отвечает за разработку стратегии в этой области, какие изменения она принесет, что тормозит перемены и т. д. Другая важная задача — выяснить не только отношение респондентов к цифровой трансформации в теории, но и то, насколько готова к переменам их собственная компания, какие трансформационные процессы идут в ней в настоящее время и какие планы имеются на ближайшие два года.

Исследование показало, что около половины российских предприятий уже сейчас трансформируют свой бизнес, а в течение двух лет доля организаций, так или иначе приступивших к процессу цифровой трансформации, превысит 80%. Среди факторов, мешающих переменам, респонденты отметили в основном различные организационные моменты. Однако они признали и недостатки технологической платформы, на базе которой будут производиться изменения в бизнесе, — например, слабую готовность к глубокому анализу данных с целью превращения их в информацию, полезную для бизнеса. Тем не менее опрошенные ИТ-руководители считают свои подразделения в основном готовыми к проведению проектов по цифровой трансформации компаний.





# 1. Методика исследования

В рамках исследования были проинтервьюированы 102 представителя предприятий из основных отраслей российской экономики.

Основу выборки респондентов составили ИТ-руководители компаний разного уровня: 34 из них занимают должности директора или вице-президента по ИТ, 60 — заместителя директора по ИТ, начальника соответствующего отдела или управления (см. диаграмму 1).

Цифровая трансформация особенно актуальна для крупных компаний и тех, которые работают на высококонкурентном рынке, где уже «выжали» из традиционных технологий все что можно. Крупные структуры, численностью более 500 человек, проявили наибольший интерес к исследованию (см. диаграмму 2).

## Распределение респондентов по должностям

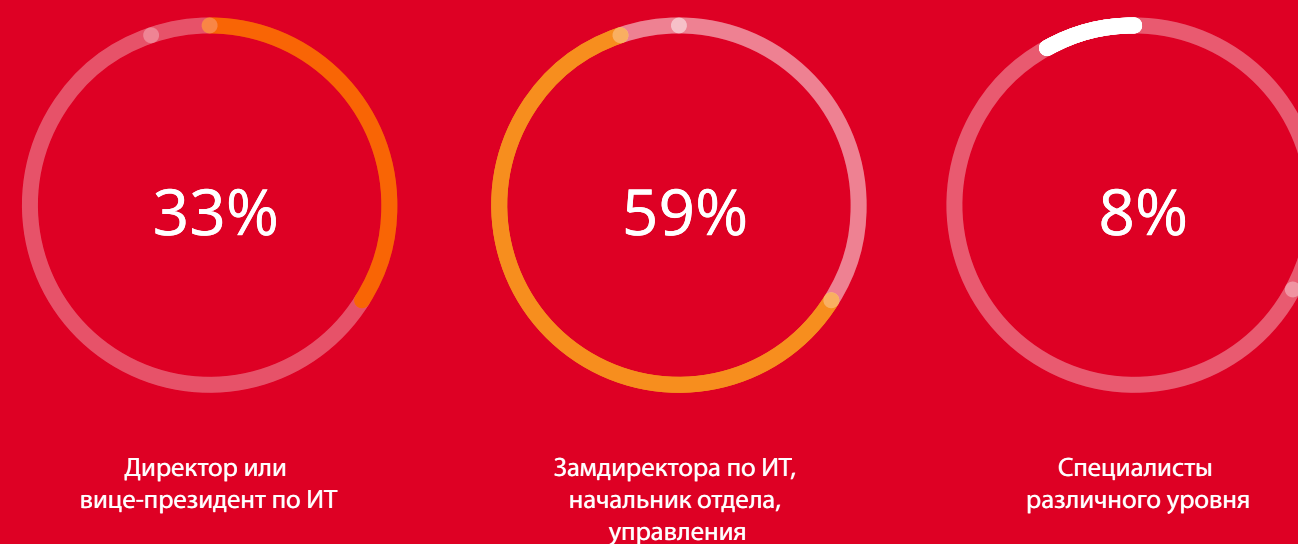


Диаграмма 1

## Распределение респондентов по размеру компаний, в которых они работают

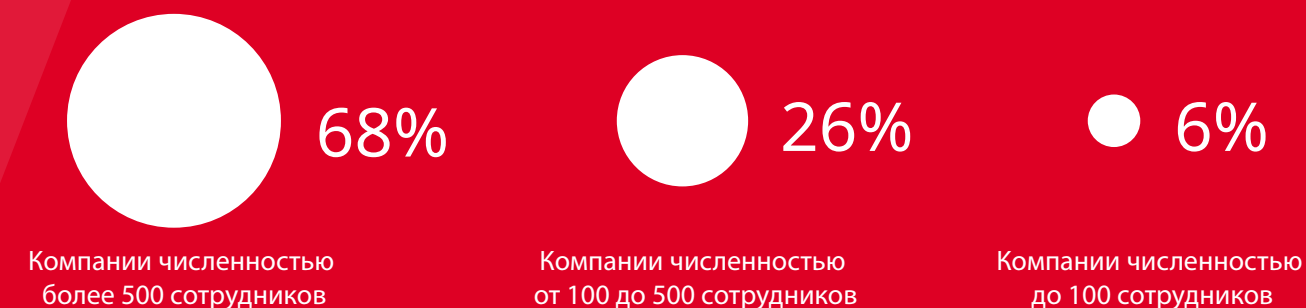


Диаграмма 2



Среди сфер деятельности тема оказалась наиболее актуальной для представителей финансового сектора (диаграмма 3).

Респондентам было предложено следующее определение цифровой трансформации: «Цифровая трансформация — преобразование бизнеса (формирование принципиально новых бизнес-моделей и бизнес-процессов, создание инновационных продуктов и услуг) на базе комплекса передовых технологий, таких как облака, мобильность, продвинутая аналитика, социальное взаимодействие и Интернет вещей».

С ним согласились 90% опрошенных. При этом 86% респондентов считают себя оптимистами, верящими в то, что трансформация поможет преобразиться их бизнесу. Объявили себя скептиками 9%, а «реалистами» — 5%.

## Распределение респондентов по отраслям экономики или сферам деятельности

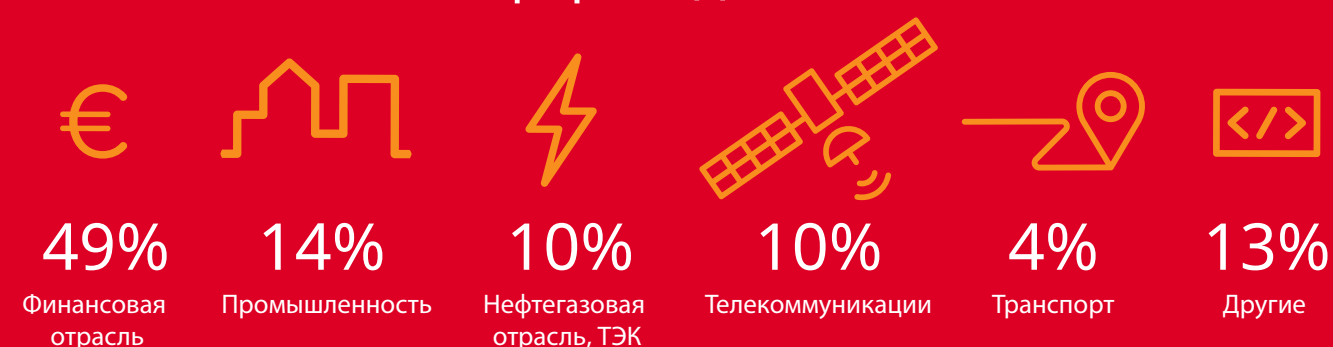


Диаграмма 3



## 2. Цифровая трансформация в теории

Первая группа наших вопросов должна была выявить, как, по мнению представителей российского бизнеса, должен идти процесс цифровой трансформации. Мы попросили наших респондентов рассказать о том, каковы основные цели цифровой трансформации и кто должен отвечать за выработку ее стратегии, ведь любые перемены должны в идеале начинаться с определения задач и методов их достижения.

Кроме того, опрошенные отметили технологии, которые сыграют наибольшую роль в ходе модернизации, а также что именно необходимо менять в ходе трансформации самым радикальным образом, как оценить эффективность трансформации и что может помешать ее воплощению. На вопросы можно было давать более одного ответа.

### 2.1. Основные цели цифровой трансформации и выработка ее стратегии

Основными целями цифровой трансформации наши собеседники (см. диаграмму 4) назвали «повышение удовлетворенности клиентов» (58%), «преобразование бизнес-моделей» (57%) и «сокращение затрат» (54%).

Выработкой стратегии должен заниматься топ-менеджмент или комитет, составленный из представителей различных подразделений. Эти два варианта ответов собрали почти по 50% голосов (см. диаграмму 5). ИТ-департамент, который, собственно, и представляли респонденты, финишировал третьим (24%).

### Основные цели цифровой трансформации

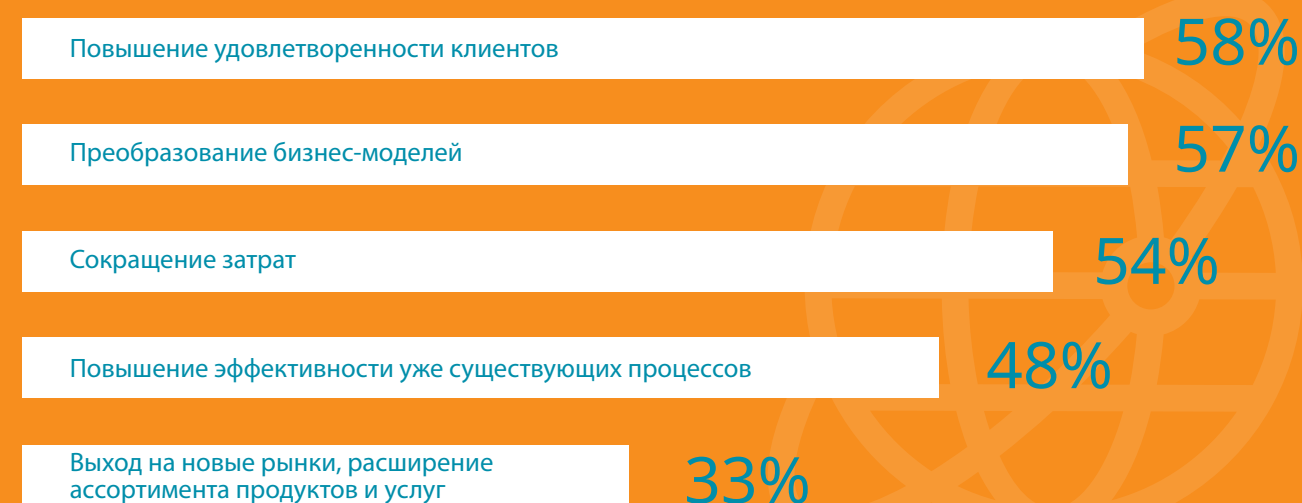


Диаграмма 4

### Кто должен заниматься выработкой стратегии цифровой трансформации?

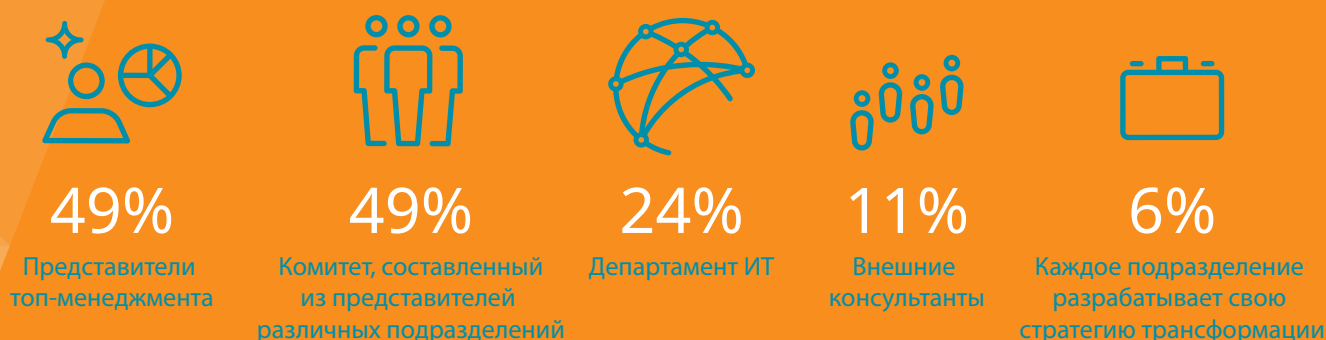


Диаграмма 5

## 2.2. Технологическая основа трансформации

«Самыми главными» технологиями цифровой трансформации признана аналитика Больших Данных (диаграмма 6) — ее упомянули 61% участников опроса. Далее идут мобильные технологии (56%) и облака (51%).

## 2.3. Характеристики перемен: как судить об успешности преобразований

Основные переменны, по мнению участников исследования, затронут процессы создания инновационных продуктов и услуг, а также методы взаимодействия с клиентами (диаграмма 7).

Каким из следующих технологий будет уделяться ключевое внимание в ходе цифровой трансформации?



Диаграмма 6

В каких областях цифровая трансформация будет происходить наиболее интенсивно в ближайшие два года?

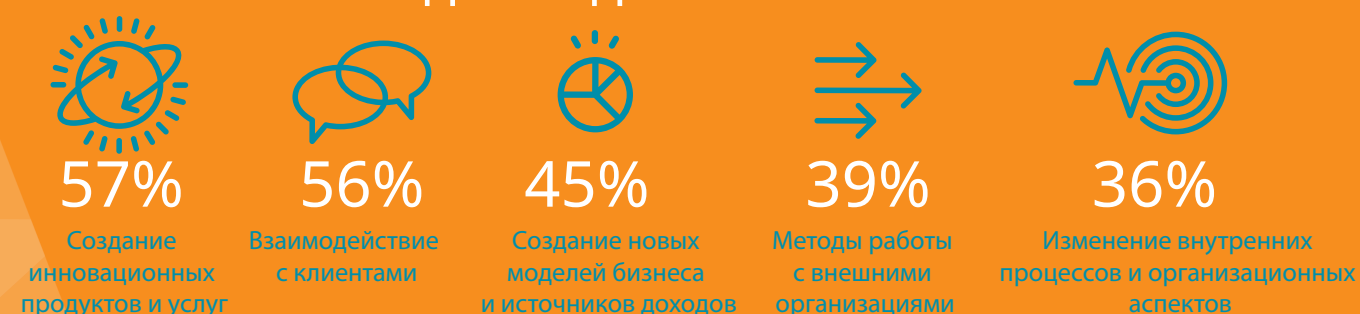


Диаграмма 7





Судить об эффективности происходящих процессов трансформации (диаграмма 8) можно будет в наибольшей мере по степени удовлетворенности клиентов (60%) и сокращению затрат (58%). Стоит отметить, что ответ «появление новых продуктов/услуг», входящий в определение самой цифровой трансформации, существенно отстал (49%).

## 2.4. Препятствия на пути перемен

Что касается препятствий на пути перемен (диаграмма 9), то почти все предложенные варианты набрали около 40% голосов. Реже всего опрошенные упоминали «проблемы с бюджетом» (31%) и «неготовность ИТ-департамента поддерживать преобразования» (18%).

## Показатели успешности реализации инициатив по цифровой трансформации

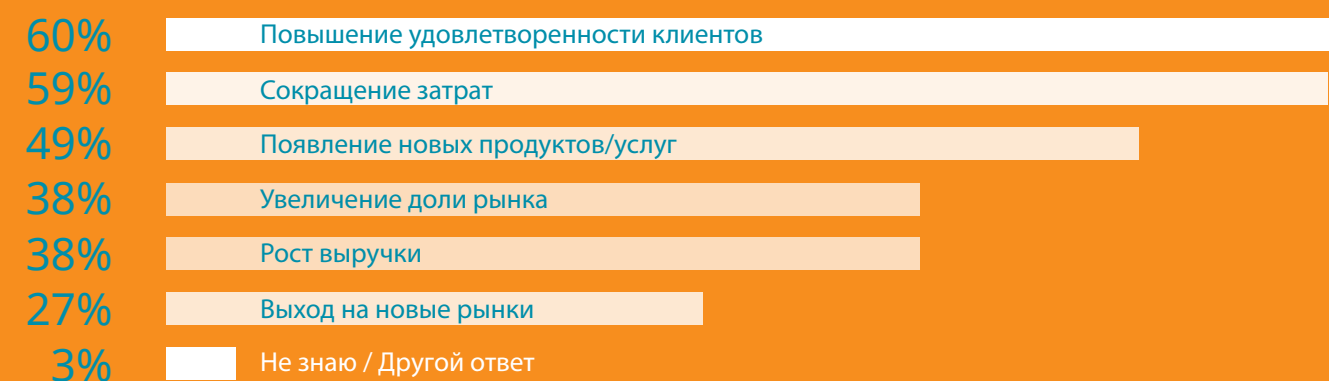


Диаграмма 8

## Каковы главные препятствия на пути цифровой трансформации?

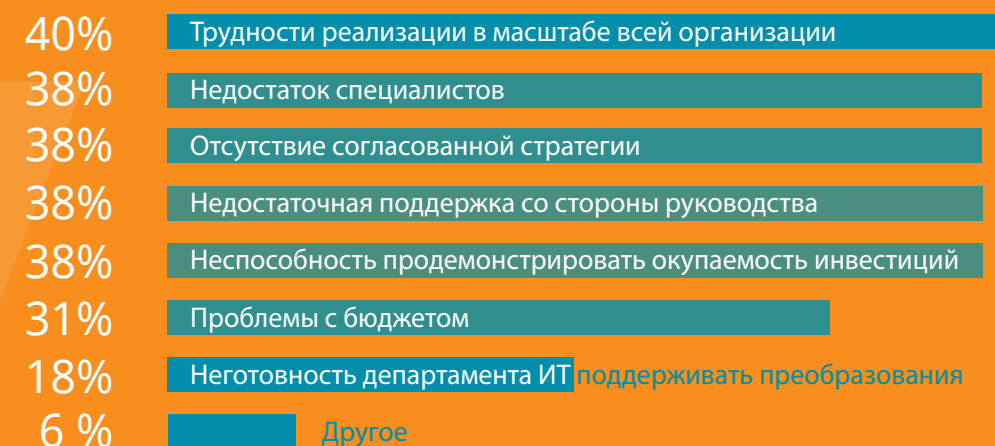


Диаграмма 9



## 3. Цифровая трансформация на практике

Важной целью исследования было выяснение того, насколько готовы российские компании к цифровой трансформации на практике — в настоящее время и в ближайшем будущем.

Как показал опрос (диаграмма 10), в компаниях более 80% респондентов ведутся или подготавливаются проекты, связанные с цифровой трансформацией бизнеса.

### Каково отношение к концепции цифровой трансформации?



Диаграмма 10





### 3.1. Цифровая трансформация. Двухлетний горизонт

Результаты показывают, что цифровая трансформация находится среди главных приоритетов, хотя и уступает в популярности насущным задачам развития бизнеса (диаграмма 11).

За два года положение существенно изменится: проекты разного масштаба будут идти в организациях 86% респондентов, только в 9% компаний продолжат изучение возможностей трансформации (диаграмма 12).

Каковы главные стратегические задачи вашей организации на ближайшие два года?

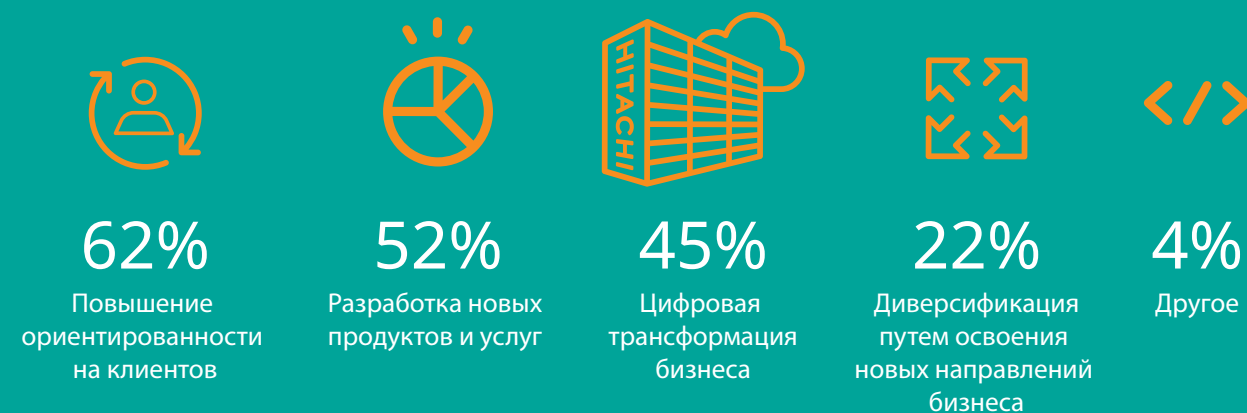


Диаграмма 11

Каким, по вашим оценкам, будет прогресс вашей организации в цифровой трансформации в ближайшие два года?



Диаграмма 12

## 3.2. Технологическая основа трансформации требует улучшения

Несмотря на то что большинство препятствий на пути цифровой трансформации наши собеседники видели в организационных проблемах, они не вполне довольны и состоянием технологической платформы своих компаний, на которой будет основываться трансформация.

Оценивая по пятибалльной шкале отдельные технологии, являющиеся составной частью цифровой трансформации (диаграмма 13), опрошенные сочли, что в среднем им лучше всего удастся хранить данные (средняя оценка — 3,8 из 5) и обеспечивать их конфиденциальность и защиту (3,7). Способность организаций работать с данными, особенно неструктурированными, анализировать их, превращать полученные знания в реальное подспорье бизнесу опрошенные оценили гораздо ниже — менее чем на «троечку».

В то же время без продвинутой аналитики Интернет вещей, соцсети и другие источники данных попросту бесполезны. Опрошенные это понимают: как указывалось выше, аналитику считают ключевой технологией почти две трети из них.

## Оценка степени готовности технологий, применяемых в организациях респондентов



Диаграмма 13

## 4. Ответы представителей крупных выборок

Из респондентов, принявших участие в исследовании, можно выделить две крупные группы: по размеру (предприятия численностью более 500 человек) и по сфере деятельности (финансовые структуры). Их ответы отличались от ответов представителей других организаций, хотя и не слишком значительно.

Так, крупные компании предсказуемо продвинулись по пути цифровой трансформации дальше: почти в 60% из них уже идут проекты по модернизации инфраструктуры и бизнес-процессов (против 48% во всей выборке), при том что оптимистов там немного меньше (80% вместо 86%). При разработке стратегий трансформации руководство этих организаций склонно к большей централизации. Кроме того, их топ-менеджеры втрое ниже, чем в среднем (7%), оценивают пользу привлечения ИТ-департамента к созданию стратегии трансформации.

### Доля компаний, находящихся на разных стадиях реализации проектов цифровой трансформации

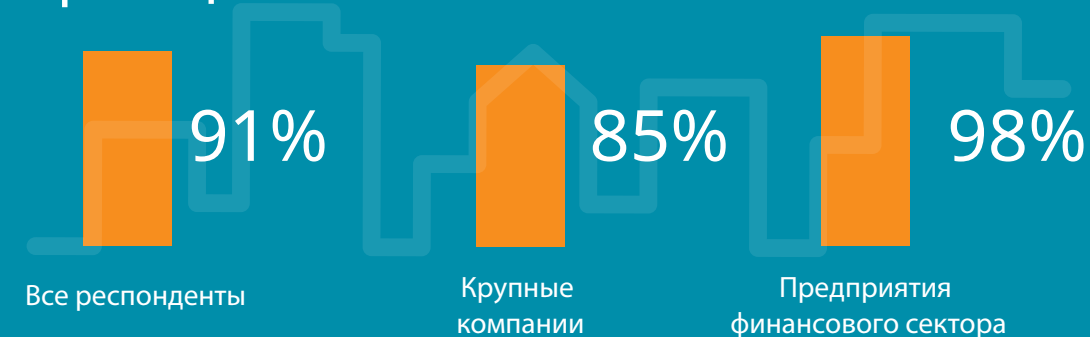


Диаграмма 14





В финансовых организациях больше оптимистов (91%), в них больше доля тех, кто считает цифровую трансформацию стратегической задачей ближайших лет (56%). Важность изменения подхода к работе с клиентами упомянули почти 70% опрошенных. В этих компаниях меньше жалуются на непонимание начальства, неспособность показать окупаемость инвестиций в инновации и, соответственно, на проблемы с бюджетом. При этом респонденты из этой отрасли несколько выше оценивают технологическую готовность своих ИТ-систем к цифровой трансформации.

Тем не менее в двух главных пунктах восприятия цифровой трансформации все опрошенные сходятся. Процент ответивших «находимся на этапе определения целей цифровой трансформации» и «уже реализуем проекты цифровой трансформации» у разных типов компаний примерно одинаков (диаграмма 14).

Близки и доли тех, кто полагает, что их компания через два года трансформируется полностью или частично (диаграмма 15).

## Доля респондентов, полагающих, что их компания через два года трансформируется полностью или частично

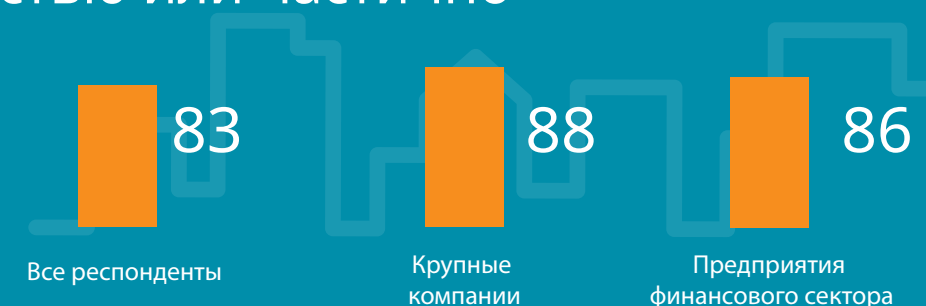


Диаграмма 15



## 5. ВЫВОДЫ

Как показало исследование OSP Data, в российских компаниях в целом сформировалось представление о том, что такое цифровая трансформация бизнеса, и 45% опрошенных топ-менеджеров считают ее осуществление одной из стратегических задач своей организации на ближайшие два года. В течение этого срока более 80% компаний, в которых работают респонденты, приступят к трансформированию бизнеса, причем около четверти опрошенных планируют преобразовать всю работу предприятия, а не какие-либо отдельные бизнес-функции и направления. Даже с учетом того, что выборка представляет картину по наиболее «продвинутым» в сфере ИТ предприятиям, это довольно высокий показатель.

Опрошенные нами ИТ-руководители считают, что основные проблемы на пути цифровой трансформации лежат в организационной плоскости. Лишь 18% из них полагают, что их ИТ-отдел не готов поддержать преобразования, при этом 38% пожаловались на недостаток специалистов с необходимой квалификацией, что можно считать как «технической» проблемой, так и организационной. Несмотря на эту уверенность, слабым местом своих ИТ-систем респонденты считают системы аналитики, при том что анализ данных, получение из них информации для бизнеса они считают наиболее важными технологиями, ключевыми для хода трансформации.

Несмотря на кризисные времена, о проблемах с бюджетом на ИТ в целом вспомнили менее трети опрошенных, зато 40% посетовали на то, что наглядно продемонстрировать окупаемость инвестиций в цифровую трансформацию как таковую довольно сложно. Однако если представить цифровую трансформацию как средство для достижения конкретных целей (повышения удовлетворенности клиентов, создания новых услуг, совершенствования бизнес-процессов и решения других задач, которые независимо от эпохи и технологического уклада считаются важнейшими для любой компании) и показать революционный характер перемен вследствие синергии уже используемых технологий, то обосновать траты «на трансформацию» станет гораздо легче.





computerworld россия

**HITACHI**  
Inspire the Next

 **OSP DATA**  
Open Systems Publications