

## ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ БИЗНЕСА ВЬЕТНАМА: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

аспирант Х. К. Фан  
Научный руководитель – д.э.н., профессор  
М. Э. Буянова  
ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный университет»,  
г. Волгоград

Бурное развитие информационно-коммуникационных технологий, негативное влияние пандемии COVID и энергетический кризис становятся важными движущими трансформации цифровых технологий и бизнес-моделей. Особое внимание уделяется растущему значению ИКТ и Интернета, которые нейтрализовали внешние потрясения, изменили способ получения и обработки информации и данных, а также трансформировали способ общения людей и установления отношений между собой [1]. Таким образом, цифровая трансформация становится все более популярной тенденцией, которую не может игнорировать ни один человек, организация или страна.

Цифровая трансформация рассматривается как катализатор перемен [2], хотя некоторые авторы не высказывают конкретного мнения, но предполагают, что цифровая трансформация связана с новыми цифровыми технологиями и стратегическими изменениями в организациях, инновациями и потенциалом организаций и отдельных лиц [3, 4]. Увеличение продаж и производительности, инновации в создании ценности, а также новые формы взаимодействия с клиентами являются примерами потенциальных выгод от успешной цифровой трансформации, согласно Мэтту и др. [5].

Таким образом, проведение исследований по этому вопросу с предприятиями способствовало бы получению знаний в области цифровой трансформации. Пробел в исследованиях определяется как отсутствие исследований о том, как происходит цифровое преобразование и с какими проблемами могут столкнуться вьетнамские предприятия с переходной экономикой в отношении их готовности трансформировать свои процессы.

Сегодня большинство компаний, отраслей промышленности и бизнес-структур Вьетнама только начинают процесс цифровизации; на начало

2021 года цифровая экономика страны составляла 8,2% ВВП. Вьетнам утвердил Национальную программу цифровой трансформации на период до 2025 года с акцентом на 2030 год, которая подразумевает вхождение Вьетнама в число 50 ведущих стран по индексу развития ИКТ Организации Объединенных Наций и рост ВВП на 30% к 2030 году [6]. Для достижения этой цели цифровая трансформация предприятий является одним из ключевых решений по повышению конкурентоспособности предприятий, способствующих продвижению цифровой экономики.

Основываясь на подходе к концепции «Цифровой трансформации бизнеса», автор считает, что успешная цифровая трансформация требует вложения ресурсов и решимости для выполнения следующих трех задач: во-первых, ориентация стратегии в цифровой среде заключается в обеспечении совместимости между реальной ситуацией и возможностями бизнеса по цифровому преобразованию; во-вторых, трансформация операционных процессов, построение и использование системы электронного обмена данными поможет предприятиям сэкономить время и стать намного эффективнее; в-третьих, совершенствование управленческого потенциала для снижения затрат, повышения эффективности производства и бизнеса.

Опрос 1000 предприятий, проведенный Министерством планирования и инвестиций в 2021 году [7], показывает, что многие предприятия признали неизбежность тенденции цифровой трансформации и увеличили инвестиции в технологии облачных вычислений, интернет вещей, сетевую безопасность и искусственный интеллект (43,3% предприятий имеют инвестиционный бюджет на цифровую трансформацию).



Рисунок – Готовность вьетнамских предприятий к цифровой трансформации [6]

Примечание: Рейтинговая шкала: 1 - Базовая, 2 - Развивающаяся, 3 - Развивающаяся, 4 - Продвинутая, 5 – Ведущая

На рисунке представлены семь аспектов готовности предприятий к цифровой трансформации во Вьетнаме. «Стратегическая ориентация» на цифровую трансформацию, «Люди и организации» и «Клиентский опыт» - это три аспекта с наилучшими показателями цифровой трансформации, достигающие 3,1, 2,9 и 2,9 соответственно. Это показывает, что бизнес-леди и сотрудники осознают необходимость цифровой трансформации. Компании сосредоточены на применении цифровых технологий в маркетинге, дистрибуции и многоканальных продажах для улучшения качества обслуживания клиентов.

Согласно исследованию До и других, процент потребителей, участвующих в онлайн-покупках, и выручка неуклонно увеличивались [8]. Это означает, что онлайн-продажи стали более популярными, чем раньше, благодаря эффективной поддержке и участию многих платформ онлайн-продаж (Shopee, Lazada, Tiki...) и платформ социальных сетей (Facebook, Instagram, Zalo и недавно Tiktok), тем самым создавая многоканальную систему продаж.

«Финансы, бухгалтерский учет, планирование, юриспруденция и управление человеческими ресурсами» достигли 2,8. Для «Цепочки поставок» и «Система информационных технологий и управление данными» уровень цифровой трансформации эквивалентен 2,7 и 2,6. В результате внедрение цифровой трансформации все еще довольно фрагментировано, отсутствует синхронная связь между этапами транспортировки товаров, управления складом, продаж, управления персоналом или бухгалтерскими операциями. Однако большой заботой предприятий в процессе цифровой трансформации является «Кибербезопасность и управление рисками» (только 2,4).

Хотя предприятия приложили большие усилия для перехода на цифровую форму, в процессе внедрения они столкнулись с препятствиями, которые им предстоит преодолеть. Это особенно актуально для компаний, которые еще не начинают свою цифровую трансформацию.

В результате анализа различных исследовательских отчетов Cisco [9], Министерства планирования и инвестиций [10] и ученых [11, 12] были выявлены наиболее распространенные проблемы, с которыми сталкиваются вьетнамские предприятия при реализации проектов цифровой трансформации, в том числе: отсутствие надлежащих возможностей финансирования, проблемы безопасности информационных технологий, недостаточные цифровые навыки сотрудников, нехватка специалистов по информационным технологиям на внешнем рынке труда, внутреннее сопротивление изменениям, недостаток знаний менеджеров о том, как осуществить изменения, неопределенность в отношении будущих цифровых стандартов. Таким образом, на основе вышеизложенной информации можно сделать вывод о том, что в современных условиях цифровая трансформация стала популярным трендом, а также

незаменимым выбором для любых предприятий. В процессе внедрения предприятия сталкиваются со многими трудностями, связанными с финансами, сотрудниками, организацией и информацией о решениях для цифровой трансформации. Для успешной цифровой трансформации необходимо сосредоточить внимание на следующих задачах:

Во-первых, чтобы полностью подготовиться к внедрению цифровой трансформации, необходимо как можно чаще проводить внутренний анализ состояния бизнеса, определяя цели и задачи организации, в то же время основываясь на мировом опыте.

Во-вторых, необходимо согласовывать инвестиции в цифровую трансформацию с целями собственного предприятия.

В-третьих, все сотрудники, задействованные в модернизированных процессах, обучены работе со специализированным программным и аппаратным обеспечением и имеют соответствующую мотивацию. Кроме того, лидеры должны уметь распознавать и использовать возможности для принятия обоснованных, своевременных управленческих решений по корректировке стратегии при обнаружении рисков, внося важный вклад в оптимальное развитие организации.

Наконец, роль государства очень важна в цифровой трансформации вьетнамского бизнеса. Правительство необходимо создание правовых, организационных и технологических условий для цифровой трансформации. Должен быть обеспечен необходимый уровень общенациональной информационно-коммуникационной среды.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Ziolkowska, M.J. Digital Transformation and Marketing Activities in Small and Medium-Sized Enterprises // Sustainability. – 2021. – Vol. 13(5), 2512. – Doi: 10.3390/su13052512.
2. Ziyadin, S., Suieubayeva, S., Utegenova, A. Digital Transformation in Business. In: Ashmarina, S., Vochozka, M., Mantulenko, V. (eds) Digital Age: Chances, Challenges and Future // ISCDTE 2019. Lecture Notes in Networks and Systems. – Vol 84. – Springer, Cham, 2020. – P. 408–415. – Doi: 10.1007/978-3-030-27015-5\_49.
3. Verhoef, P.C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Qi Dong, J., Fabian, N., Haenlein, M. Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda // Journal of Business Research. – 2021. – Vol. 122. – P. 889-901. – Doi: 10.1016/j.jbusres.2019.09.022.
4. Kraus, S., Durst, S., Ferreira, J.J., Veiga, P., Kailer, N., Weinmann, A. Digital transformation in business and management research: An overview of the current status quo // International Journal of Information Management. – 2022. – Vol. 63, 102466. – Doi. 10.1016/j.ijinfomgt.2021.102466.

5. Matt, C., Hess, T., Benlian, A. Digital transformation strategies // Business & Information Systems Engineering: The International Journal of WIRTSCHAFTSINFORMATIK. – 2015. – Vol. 57(5). – P. 339-343. – Doi: 10.1007/s12599-015-0401-5.
6. Viewpoints and goals of National Digital Transformation Program. Ministry of Information and Communications: website. – URL: <https://english.mic.gov.vn/Pages/TinTuc/145793/Viewpoints-and-goals-ofNational-Digital-TransformationProgram.html> (date of access: 02.01.2023). – Text : electronic.
7. Annual report on digital transformation of enterprises 2022: The readiness of Vietnamese enterprises for digital transformation. – Hanoi: Business Development Department, Ministry of Information and Communications. – 2022. – 46p. – URL: [https://digital.business.gov.vn/wp-content/uploads/2023/02/Annual-DX-Report\\_Final\\_Public.pdf](https://digital.business.gov.vn/wp-content/uploads/2023/02/Annual-DX-Report_Final_Public.pdf) (date of access: 10.01.2023).
8. Do, T., Nguyen, T., Nguyen, C. Online Shopping in an Emerging Market: The Critical Factors Affecting Customer Purchase Intention in Vietnam //Journal of Economics and Management Sciences. – 2019. – Vol. 2(2). – Doi: 10.30560/jems.v2n2p1.
9. Cisco APAC SMB Digital Maturity Index. – USA: Cisco. – 2019. – 32p. – URL: [https://www.cisco.com/c/dam/m/en\\_sg/assests/pdfs/109566-d1-ebook.pdf](https://www.cisco.com/c/dam/m/en_sg/assests/pdfs/109566-d1-ebook.pdf) (date of access: 10.01.2023).
10. Digital transformation annual report of enterprises 2021: Barriers and needs of digital transformation. – Hanoi: Business Development Department, Ministry of Information and Communications. – 2022. – 38p. – URL: <https://digital.business.gov.vn/wp-content/uploads/2022/01/7d7c8a07-0de8-4407-abda-311cb221199b.pdf> (date of access: 10.01.2023).
11. Nguyen, T.H. Digital transformation barriers for small and medium enterprises in Vietnam to day // Laplace em Revista (International). – 2021. – Vol. 7(3A). – P. 416-426.
12. Tang, T.H. Barriers in digital transformation for Vietnam businesses // Journal of Science - Hanoi Open University. – 2021. – Vol. 84. – P. 1-9. – URL: <https://js.hou.edu.vn/houjs/article/view/93/102>.