

АНАЛИТИЧЕСКИЕ ЗАПИСКИ

ЦИФРОВАЯ ЭТИКА ПРИМЕНЕНИЯ ВЫСОКИХ ТЕХНОЛОГИЙ В БИЗНЕСЕ

Громов Михаил Сергеевич

Чертовских Матвей Григорьевич

МГИМО МИД России

Без чего нельзя представить современный офис? Совершенно очевидно, что среди всего многообразия офисных пространств, которые придут на ум, обнаружится немало общего: от типового расположения помещений и их функций до общих принципов визуального оформления и позиционирования бренда. Однако именно компьютер определяет смысловые центры и способ организации рабочего пространства. И по большому счёту даже сам офис уже не является неотъемлемой частью бизнеса, и как теоретически, так и практически часто заменяется набором объединенных в сеть компьютеров. События 2020 года это подтвердили.

Цифровизация - одно из модных слов современности, за которым скрывается по большей части наступившее повсеместно использование оцифрованных данных и цифровых процессов с целью оптимизации работы организаций.

С внедрением цифровых технологий в бизнес-среду открывается множество новых возможностей, связанных со сбором и обработкой данных, а также эффективным управлением самим бизнесом. Вместе с тем возникают значимые вопросы, связанные с осознанием и пониманием этих изменений и их важности.

В качестве примера одной из таких технологий возьмем нашумевший искусственный интеллект (ИИ). Благодаря применению искусственного интеллекта возможности автоматизации и оптимизации бизнес-процессов значительно расширяются. Анализ данных, основанных на искусственном интеллекте, позволяет выявлять тенденции, прогнозировать спрос, оптимизировать запасы и предсказывать поведение клиентов. Такие возможности способствуют принятию более обоснованных и эффективных решений на уровне компании. Искусственный интеллект также применяется в процессе автоматизации производства, контроля качества и профилактического обслуживания оборудования. Все это позволяет компаниям добиваться максимальной эффективности, сокращать затраты и повышать уровень качества выпускаемой продукции.

Цифровые технологии также приносят большие изменения в сферу маркетинга. С развитием интернета и социальных сетей создаются новые каналы коммуникации с потребителями. Благодаря цифровым платформам и инструментам, компании могут установить более прямую связь с целевой аудиторией, анализировать ее предпочтения и потребности, и создавать персонализированные рекламные кампании. Это позволяет сокращать затраты на маркетинг и получать более высокую отдачу от

рекламы. Согласно опросу зарубежных маркетологов, проведенному в 2022 году, почти половина из 2000 опрошенных использует ботов для прямой коммуникации в чатах [1].

Вместе с развитием технологий все более актуальным становится понятие «цифровой этики», которое представляет собой набор правил, норм и ценностей, регулирующих использование цифровых технологий и поведение в цифровой среде [2].

В связи с этим в последние годы этические аспекты цифровизации вызвали заметную общественную реакцию и привели к разработке множества международных и российских документов, которые призывают к соблюдению этических принципов и норм в новой цифровой среде. В конце 2021 года около двадцати крупных российских компаний и организаций подписали первый российский «Кодекс этики в сфере искусственного интеллекта». Этот кодекс устанавливает, что при использовании искусственного интеллекта ответственность всегда должна лежать на человеке. Разработка данного кодекса предусмотрена в Национальной стратегии развития искусственного интеллекта на период до 2030 года и федеральном проекте «Искусственный интеллект» [3]. На данный момент соблюдение норм, указанных в этом документе, является добровольным. Подобные кодексы также существуют во многих других странах. Уже 35 крупных компаний по всему миру разработали свои собственные кодексы, а в России они есть у Сбербанка и Яндекса.

Теперь обратимся к практической стороне данного вопроса. В 2023 году доктором экономических наук МГУ имени М.В.Ломоносова В.В.Герасименко было проведено научное исследование, направленное на изучение отношения российских предпринимателей к внедрению ИИ.

В рамках опроса представителям крупных компаний были предложены вопросы, связанные с интеграцией технологий искусственного интеллекта и затрагивающие значимость цифровой этики. Основное внимание уделялось анализу того, почему в настоящее время российский бизнес редко использует искусственный интеллект. В ходе обсуждения было представлено несколько вариантов ответов, из которых руководители могли выбрать не более двух:

- завышенные ожидания, которые не оправдываются реальностью;
- вопросы этики и недоверия к ИИ;
- недостаток квалифицированных кадров для использования ИИ;
- низкое качество исходных данных и высокая стоимость их обработки.

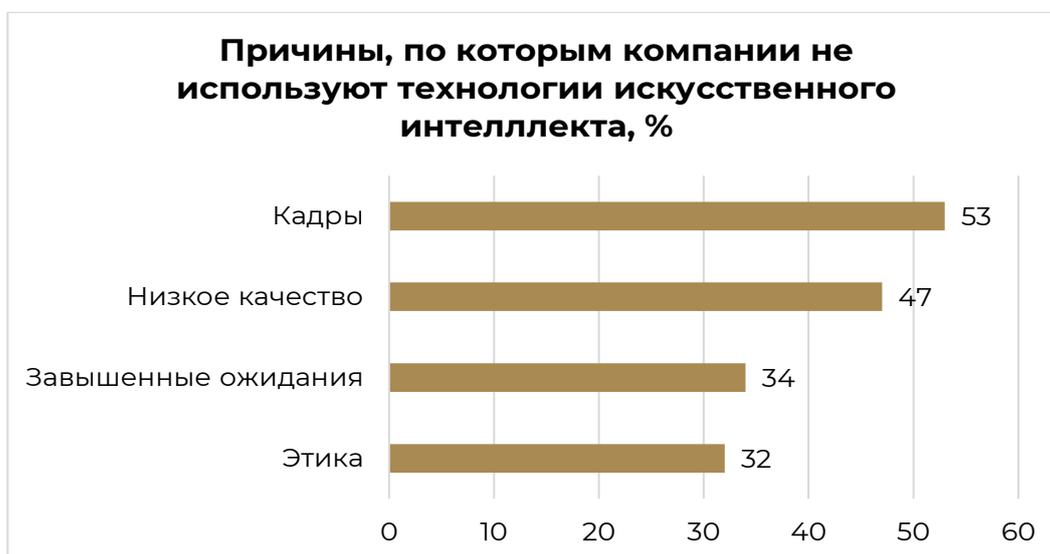


Рис. 1. Причины, по которым компании не используют технологии искусственного интеллекта, %.

Источник: составлено автором на основе Герасименко В.В. Цифровая этика применения искусственного интеллекта в бизнесе: осознание новых возможностей и рисков // Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал. 2023. №1 (47). С. 7-54.

Было установлено, что на данный момент для российского бизнеса ключевыми факторами неиспользования ИИ повсеместно являются все же экономические, а не этические аспекты.

Далее респондентам было предложено ответить на вопрос из сферы цифрового маркетинга. На данный момент возрастает интерес к использованию электронных ботов в качестве средства влияния производителя на потребителя. Поэтому предприниматели активно обсуждают вопрос о том, следует ли компаниям активно использовать чат-ботов для управления поведением клиента. Чтобы оценить этот вопрос с точки зрения этических норм, были предложены две альтернативы:

- чат-бот должен постоянно отслеживать и регистрировать все действия посетителей сайта;
- чат-бот может быть назойливым для клиента компании.

Некоторые считают, что этически правильным решением будет дать посетителю сайта третий вариант: выбор – вызывать бота или нет. Поэтому был задан вопрос: «Должны ли компании постоянно использовать ботов в коммуникации с клиентом?». Как оказалось, большая часть респондентов была склонна именно к третьему варианту.

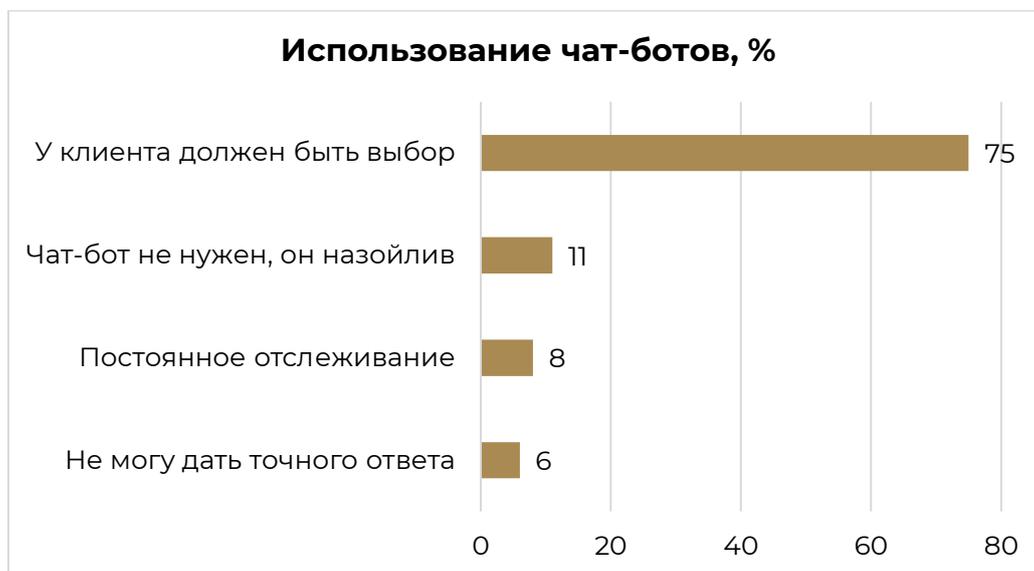


Рис. 2. Использование чат-ботов, %.

Источник: составлено автором на основе Герасименко В.В. Цифровая этика применения искусственного интеллекта в бизнесе: осознание новых возможностей и рисков // Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал. 2023. №1 (47). С. 7-54.

На заключительном этапе опроса была изучена степень осведомленности руководителей о существующих этических проблемах в бизнесе, а также перспективы дальнейшего развития ИИ, которые активно обсуждаются представителями бизнеса и научными сотрудниками. Данную тему охватывают следующие аспекты:

- информационные войны и кибератаки;
- достоверность информации и распространение фейковых

новостей;

- нарушение приватности;
- разрушение культурной идентичности и традиций потребительского поведения.

В связи с этим было предложено оценить ключевые этические проблемы, связанные с цифровизацией рынков.

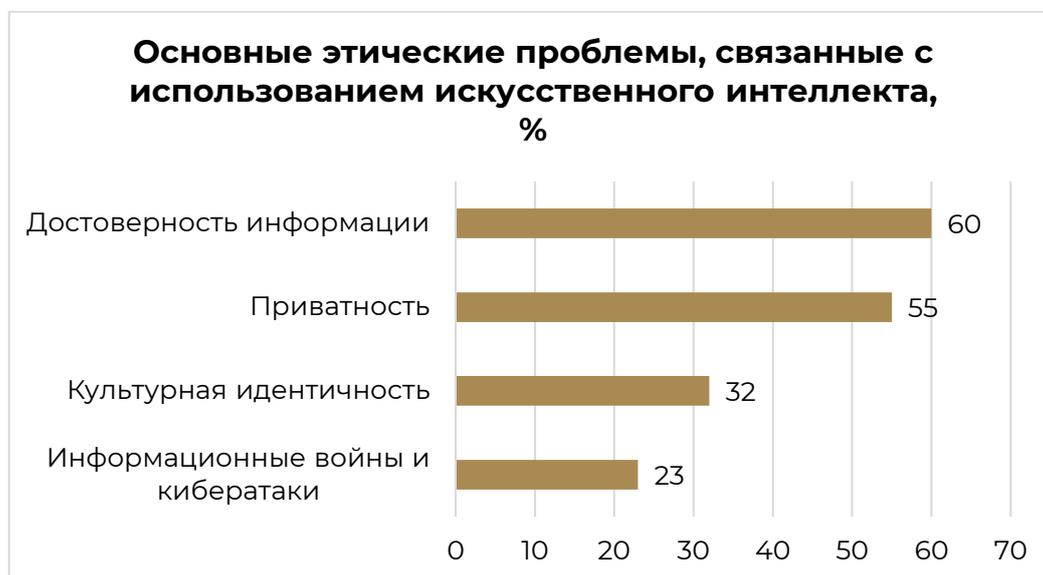


Рис. 3. Основные этические проблемы, связанные с использованием искусственного интеллекта, %.

Источник: составлено автором на основе Герасименко В.В. Цифровая этика применения искусственного интеллекта в бизнесе: осознание новых возможностей и рисков // Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал. 2023. №1 (47). С. 7-54.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что среди бизнес-лидеров на данный момент существует различная степень осведомленности и понимания этических вопросов, связанных с цифровыми технологиями. Большая часть опрошенных согласна с тем, что использование искусственного интеллекта в бизнесе еще недостаточно распространено, и указывают на отсутствие квалифицированных кадров и низкое качество исходных данных, что является основной причиной такой ситуации.

В отношении потенциала применения искусственного интеллекта для прямой коммуникации с клиентами и управления потребительским опытом у руководителей проявляется нейтральная позиция. Результаты исследования свидетельствуют о том, что подавляющее большинство руководителей выражают опасения относительно возможностей чат-ботов и более 70% из них рассматривают чат-ботов лишь как инструмент, возможность использования которого целиком и полностью должна зависеть от потребителя.

Тем не менее руководители различных функциональных областей уже осознают актуальность вопросов цифровой этики и признают, что основными проблемами являются недостоверные новости, предполагающие фальсификацию информации об участниках рынка, а также давление персонализированного маркетинга, ограничивающих свободу и искажающих мотивы потребительского выбора.

Однако не стоит утверждать, что компании целиком и полностью боятся использовать новые технологии. Помимо передовых экосистем в лице Сбербанка и Яндекса активным внедрением технологий занимаются

компании, представляющие ключевые отрасли экономики государства, например, ОАО «РЖД», ПАО «Газпром» и ПАО «МТС».

Результаты исследования, проведенного консалтинговым агентством Gartner в 2021 году, показывают, что компания «РЖД» достигла цифровой зрелости на уровне 3,94 балла из 5 возможных. Этот показатель вырос на 0,1 балла по сравнению с предыдущим годом, что свидетельствует о постепенном прогрессе [7]. Успешное продвижение в этой области обеспечивается системной работой РЖД по внедрению цифровых технологий во внутренние процессы, а также участием в государственных и межотраслевых проектах.

Одним из важных достижений компании стала система обмена данными между компаниями, реализованная через созданную ей витрину данных в Национальной системе управления данными. Благодаря взаимодействию с Социальным фондом России удалось обработать почти 108 тысяч обращений по Крайнему Северу [8]. Кроме того, компания активно реализует Стратегию цифровой трансформации, направленную на развитие отечественного софта и цифровых сервисов для сотрудников и клиентов.

Важным фактором в развитии цифровизации является увеличение доли электронных билетов на поезда дальнего следования. В прошлом году более 74% пассажиров оформили билеты в электронном виде, что на 11% превышает результаты 2021 года [9]. Тем не менее, необходимо учитывать этические аспекты данного процесса, так как не все люди могут по разным причинам использовать электронные билеты. Поэтому важно сохранить возможность приобретения билетов наличными через кассы.

Кроме того, компания сосредоточена на поддержке своих сотрудников при адаптации к работе в цифровой среде. Вместо мгновенного перехода к полностью цифровой экосистеме компания сосредотачивает свое внимание на обучении сотрудников, устранении их страхов перед технологиями и эффективном использовании цифровых инструментов в рабочих процессах. В системную работу по цифровому обучению вовлечены все сотрудники, которым помогают руководители подразделений, специалисты по цифровым технологиям, бизнес-аналитики и продуктовые команды. Организована система дистанционного обучения, где доступны более 700 курсов, включая IT-направление. Важной составляющей компании является Центр цифровых компетенций, который находится в Отраслевом центре разработки и внедрения информационных систем ОАО «РЖД» в городе Сочи. В этом центре осуществляется обучение и переобучение IT-специалистов.

В качестве еще одного примера можно привести ПАО «Газпром». Компания разработала специальную цифровую стратегию, которая рассчитана до 2026 года. Ее суть заключается в совершенствовании системы управления, повышении мер защиты и эффективности производственных процессов. Главной целью является создание уникальной модели, интегрированной с национальной системой управления данными. Для успешного достижения поставленной цели необходимо применение цифровых платформ, которые позволят объединить различные IT-решения и сервисы. Такие платформы обеспечат эффективное взаимодействие различных IT-систем и помогут упростить процессы обмена данными между ними. Кроме того, использование цифровых платформ позволит снизить затраты на разработку и поддержку IT-систем, так как они будут основываться на единой нормативно-справочной информации, что уменьшит дублирование данных и повысит их качество.

Одной из конечных целей данной стратегии будет создание платформы для взаимодействия с национальными информационными системами. Газпром принимает активное участие в пилотном проекте

Федеральной налоговой службы России, направленном на объединение информационных систем участников налогового мониторинга с ключевой информационной системой налоговой службы, известной как АИС «Налог-3».

Еще одним примером может служить компания МТС. Между компаниями МТС и Ультима Тек было заключено соглашение о взаимовыгодном сотрудничестве. Его лавная идея заключается в том, чтобы компании в области цифровизации российской промышленности оказывали финансовую и технологическую поддержку в продвижении своих продуктов.

МТС занимает первенствующее место в России по числу установленных специальных технологических сетей. В настоящее время количество компаний, отдающих предпочтение универсальной технологии Private LTE, разработанной МТС, увеличивается. Эта технология используется для обновления информационно-технических систем в производстве и реализации разнообразных цифровых сервисов. МТС обладает значительным опытом в развертывании специализированных сетей, особенно в области добычи полезных ископаемых. А сотрудничество с таким крупным интегратором как Ультима Тек позволит расширить диапазон цифровых продуктов. Работа над четырьмя проектами в сфере горнодобывающей промышленности общей стоимостью порядка 500 млн рублей уже запущена. Ее планируется завершить в течение двух лет [11].

Таким образом, текущие изменения в области высоких технологий способствуют возникновению нового философского дискурса. Применение и анализ существующих знаний в сфере деловой этики в современном предпринимательском сообществе может послужить катализатором развития новых понятий и принципов цифровой этики. Для достижения данной цели требуются постоянные академические исследования и конструктивные дискуссии о морализации и социальной ответственности, которые имеют потенциал стать как добровольными, так и обязательными для предприятий на национальном и международном уровнях. Проведение дополнительных исследований в этой отрасли будет способствовать глубокому пониманию и прагматичному применению основных принципов цифровой этики в российском предпринимательском сообществе.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. 23 статистических показателя перспективности внедрения чат-ботов в 2022 году. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cossa.ru/inqoob/303860/> (дата обращения: 28.11.2023).
2. Иванов А.А. Цифровая этика и право // Закон. 2021. № 4. С. 67–73.
3. Федеральный проект «Искусственный интеллект». [Электронный ресурс]. URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/fed_proekt_iskusstvennyu_intellekt/ (дата обращения: 28.11.2023).
4. Герасименко В.В. Цифровая этика применения искусственного интеллекта в бизнесе: осознание новых возможностей и рисков // Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал. 2023. №1 (47). С. 7-54.
5. Там же.
6. Там же.
7. Этика цифровизации. [Электронный ресурс]. URL: <https://rzddigital.ru/world/etika-tsifrovizatsii/> (дата обращения: 28.11.2023).
8. Там же.
9. Там же.

10. Центральное диспетчерское управление топливно-энергетического комплекса. [Электронный ресурс]. URL: https://www.cdu.ru/tek_russia/articles/ (дата обращения: 28.11.2023).

11. МТС и интегратор «УльтимаТек» будут сотрудничать в цифровизации промышленности России. [Электронный ресурс]. URL: <https://moskva.mts.ru/about/media-centr/soobshheniya-kompanii/novosti-mts-v-rossii-i-mire/2023-05-31/mts-i-integrator-ultimatek-budut-sotrudnichat-v-cifrovizacii-promyshlennosti-rossii> (дата обращения: 28.11.2023).

Об авторах:

Громов Михаил Сергеевич — эксперт Центра прикладных исследований факультета международного бизнеса, МГИМО МИД России, 119454, Россия, г. Москва, пр. Вернадского, 76.

РИНЦ Author ID: 1206852

spin-код: 9523-2006

ORCID ID: 0000-0002-5552-0885

Чертовских Матвей Григорьевич — преподаватель кафедры философии им. А.Ф. Шишкина, МГИМО МИД России, 119454, Россия, г. Москва, пр. Вернадского, 76.

РИНЦ Author ID: 1170727

spin-код: 6855-2492

ORCID ID: 0009-0008-6976-0653

Конфликт интересов: авторы сообщают об отсутствии конфликта интересов.

Финансирование: исследование не имело спонсорской поддержки.

Для цитирования: Громов М.С., Чертовских М.Г. (2024). Цифровая этика применения высоких технологий в бизнесе, 4(6), стр. 52-58

Поступила в редакцию: 29.10.2023

Принята к публикации: 17.11.2023