Care sunt industriile cele mai digitalizate din România?

La începutul acestei lunii a fost lansat studiul Barometrul digitalizării în companiile din România. Pe fondul aprinselor dezbateri de pe scena publică ecoul acestei a doua ediții a studiului nu s-a distins ușor. Cu toate acestea studiul aduce în atenție evoluția implementării digitalizării în rândul companiilor, capitol la care România este pe ultimul loc în clasamentul realizat de Comisia Europeană. Așadar un subiect important care, cu atât mai mult merită adus în atenție, cu cât acest studiu dă perspectiva comparativă din 2017 și 2018 a nivelului digitalizării în companiile din România.

Realizat de compania de training și consultanță Valoria, în colaborare cu Doingbusiness.ro, Barometrul digitalizării în companiile din România sondează percepțiile managerilor și directorilor executivi cu privire la impactul digitalizării asupra companiilor din România. Chestionarul, la care s-au primit 369 de răspunsuri, a fost aplicat în perioada 15 martie – 30 aprilie 2018. Selectez datele comparative ale cercetărilor din anul 2017 și 2018 relevante pentru stadiul digitalizării la nivelul celor 13 industrii respondente cu încrederea ca acestea vor binemerita de acestă dată atenția cuvenită.

Industriile puternic influențate de digitalizare

Dacă în 2017 firmele cel mai puternic influențate de digitalizare erau 100% cele din cercetare și dezvoltare, 80% dintre cele din IT și 80% dintre cele din media și publicitate, urmate de 75% dintre cele din servicii financiar-bancare. Industriile cel mai puțin sau deloc influențate de digitalizare în România erau cele din construcții/imobiliare, alimentație/agricultură și transporturi.

Vedem că în anul 2018 firmele cel mai puternic influențate de digitalizare sunt 92% dintre cele din IT, 63% dintre cele din serviciile profesionale, 62% dintre cele din serviciile financiar-bancare și 56% dintre cele din media și publicitate. Industriile cel mai puțin sau deloc influențate de digitalizare în România sunt din alimentație și agricultură și din construcții și imobiliare.

Încrederea în procesul de transformare digitală

Dacă cele mai multe dintre companiile din industria de utilități și energie erau încrezătoare în digitalizare în 2017, dar nu aveau cunoștințele necesare pentru a valorifica această tendință, cele mai multe companii din transporturi (50%) erau încrezătoare și spuneau că știu cum să facă acest lucru.

În 2018, cele mai multe companii care spun că sunt oarecum încrezătoare că vor valorifica beneficiile digitalizării sunt din transporturi (39%), comerț (38%), media și publicitate (37%). Cele mai multe companii care sunt încrezătoare, dar nu au cunoștințele necesare pentru a valorifica procesul de digitalizare sunt cele din R&D (33%), turism (29%), comerț (21%) și utilități și energie (19%).

Responsabilitatea pentru digitalizare

În anul 2017, industriile care au dat responsabilitatea unui lider din top management pentru dezvoltarea digitală a afacerii erau: cercetare și dezvoltare (83% dintre companii), utilități și energie (50%), industria farmaceutică și de sănătate (50%), comerț retail și en gros (44%). Industriile care sunt pe ultimele locuri la acest capitol includ: construcții și imobiliare (83% nu au făcut acest lucru), producție (72%) și servicii, altele decât financiar-bancare (57%).

În studiul realizat în anul 2018, industriile care au dat responsabilitatea unui lider din top management pentru

dezvoltarea digitală a afacerii sunt: turism (61% dintre companii), IT (61%), media și publicitate (56%), servicii financiar-bancare (55%). Industriile care sunt pe ultimele locuri la acest capitol includ: construcții și imobiliare (81%), agricultură și alimentație (79% nu au făcut acest lucru) și transporturi (77%).

Expertiza la nivelul top managementului

Din păcate cele mai multe companii nu au, la nivelul top managementului, expertiza necesară pentru a dezvolta un model digital de afacere. Astfel, în 2017, 75% dintre companiile financiar-bancare nu au făcut acest pas, deși această industrie este una dintre cele mai impactate de digitalizare, 71% dintre companiile care furnizează alte tipurii de servicii pentru afaceri sunt în aceeași situație, la fel și 60% dintre companiile din media și publicitate și 50% din energie și utilități.

În 2018, 52% dintre companiile din construcții și imobiliare, 50% dintre cele din turism și 47% din comerț și 46% din serviciile financiar-bancare spun că nu au suficientă expertiză la nivelul top managementului ca să evalueze și să dezvolte un model de afacere digital. Toate aceste industrii spun însă că dau prioritate construirii unei astfel de expertize.

* * *

Despre Constantin Măgdălina

Constantin Măgdălina are o experienţă profesională de 8 ani, timp în care a lucrat la companii multinaţionale, atât în ţară cât şi în străinătate. Constantin are un Master în Marketing şi Comunicare la Academia de Studii Economice Bucureşti. Este certificat Lean Six Sigma şi ITIL (IT Information Library®) ceea ce-i facilitează o bună înţelegere a proceselor şi transformărilor din cadrul organizaţiilor. Pe de altă parte certificarea obţinută de la Chartered Institute of Marketing

îi completează expertiza de business. În cei peste 4 ani de activitate în cadrul unei companii din Big 4 a iniţiat şi coordonat studii ce analizau aspecte legate de mediul de afaceri din România. Printre acestea se află previziunile economice de creştere ale firmelor în 2013-2016, managementul cunoştinţelor, experienţa de cumpărare în era consumatorilor digitali, social media și mediul de afaceri românesc, utilizarea dispozitivelor mobile în România. Este autor a numeroase articole cu teme legate de inovaţie, eficientizarea proceselor de afaceri, social media, transformarea digitală, tendinţe şi tehnologii emergente. Este invitat ca vorbitor la numeroase evenimente şi conferinţe de business.

Autor: Constantin Măgdălina, Expert, Tendințe și tehnologii emergente