Scade consumul de tehnologie în România?

Autor: Constantin Măgdălina, Expert, Tendințe și Tehnologii Emergente

Exportul de produse şi servicii generat de industria de IT din România va atinge 77% din totalul pieţei de IT în 2017, o creştere semnificativă faţă de ponderea de 69% din anul 2015. Aşa arată datele furnizate de studiul Software and IT Services în România lansat de Asociaţia patronală a industriei de soft şi servicii (ANIS). Comparativ cu exportul, procentual, consumul de produse şi servicii în piaţa locală este în scădere de la 31% în 2015 la 23% în 2017.

Deoarece piaţa IT (export şi piaţă locală) a crescut, în termeni nominali piaţa locală se află într-o relativă stagnare. Potrivit aceleaşi surse, în condiţiile curente, se estimează o consolidare a pieţei, care va creşte de la 4,1 miliarde euro (estimare pentru 2017) la aproximativ 5,5 miliarde euro în 2020. Factorul decisiv de creştere îl reprezintă tot exporturile, care vor urca la o pondere de 79% din piaţa de IT în 2020.

În prezent, din totalul de 4,1 miliarde euro, exportul de produse şi servicii reprezintă 3,15 miliarde euro (18,2% creştere faţă de 2016),în timp ce piaţa locală este puţin sub 1 miliard de euro (0,5% creştere faţă de 2016).

O primă explicaţie pentru această proporţie între exporturile şi piaţa locală de IT este faptul că din top 300 companii din industrie 40% sunt companii româneşti şi 60% companii străine. O a două explicaţie este că 78% din veniturile companiilor din top 50 îl au companiile străine. A treia explicaţie, care le conţine pe celelalte două, este că la nivelul întregii industrii 73% dintre venituri aparţin companiilor străine şi

doar 27% celor româneşti.

La toate aceste dovezi măsurabile se adaugă următoarele trei ipoteze:

1. Consumul local de tehnologie, atât în sectorul public cât şi cel privat, stagnează.
2. Cererea crescută din pieţe externe puternice economic şi orientate spre inovaţie şi eficientizare cu ajutorul tehnologiei.
3. Consumul local de tehnologie are o parte dintre furnizori, companii străine, care apelează la specialişti români aşa încât exportăm produse şi servicii pe care uneori le contractăm tocmai de la cei care au accesat specialiştii români.

În primul caz, stagnarea consumului de tehnologie are impact asupra competitivităţii şi productivităţii sectorului public dar mai ales asupra celui privat. În cazul doi, este o firească cerere externă, importantă ca volum şi semnificativă ca venituri, pentru furnizorii din piaţă locală. În cel de-al treilea caz înregistrarea cifrelor de export, respectiv piaţă locală, poate fi afectată de practica exportului către companii străine care deţin dreptul de proprietate şi vând înapoi pieţei din România. Avem de multe ori de-a face cu muncă în regim lohn a dezvoltatorilor locali cu efect în valorile înregistrate în consumul local.

Potrivit Eurostat indicele productivităţii medii în România în 2016 a fost de 62,6, comparativ cu media ţărilor Uniuniii Europene de 100. Totuşi acest indice este în creştere de la 59,3 în 2015 şi 56.9 în 2014.

Dacă competitivitatea şi productivitatea se corelează cu consumul de tehnologie, atunci pare că se verifică cea de-a treia ipoteză privind practica exportului către companii străine care cumpără dreptul de proprietate şi vând înapoi customizat către sectorul public şi companiile din România.

Potrivit datelor IDC pentru Europa Centrală şi de Est din 2016, digitalizarea centrată pe infrastructură IT de tip cloud, soluţii ERP şi CRM, a înregistrat o creştere cuprinsă între 16% şi 31% în România. Cu toate acestea, conform Eurostat (indicele DEŞI) România este pe locul 28. Mai mult, integrarea tehnologiilor digitale de către companii, deşi foarte importantă, în România înregistrează rezultate sub media UE, iar progresele sunt limitate.

Conform ANCOM, companiile din România utilizează internet mobil după cum urmează: 67% prin telefonul mobil, 40% prin stick USB pentru laptop, 21% prin tabletă, în timp ce 23% spun că nu folosesc internet mobil. Deşi s-a făcut alegerea opţiunilor cu randamente superioare aplicaţiilor tradiţionale de IT, procentul companiilor care nu folosesc internetul mobil este mare. În ce priveşte serviciile publice digitale, rezultatele României sunt sub media UE, dar se preconizează progrese importante mai ales prin promovarea unei politici de date deschise (tip Open Dată).

Aşadar cauzele proporţiei mari a exporturilor în valoarea totală a pieţei de IT sunt derivate dintr-o creştere insuficientă a pieţei locale, care se cuplează cu cerere externă mare şi cu exportul de produse IT, din care unele se întorc customizate către piată care le-a produs cu specialişti români.

6 potenţiale soluţii:

1. Valorificarea talentului dezvoltatorilor locali şi crearea de produse şi servicii proprietare care să genereze valoare adăugată în piaţă locală aşa că încât să crească consumul de tehnologie în România
2. Testarea în piaţă locală a produselor dezvoltate şi lansarea ulterioară a acestora la nivel global aşa încât exportul să fie bazat pe licenţe ale unor produse şi servicii locale
3. Stimulente fiscale pentru licenţierea de

produse/servicii ale companiilor antreprenoriale locale
4. Susţinerea industriei prin crearea unui cadru favorabil educaţiei şi crearea de start-up-uri, acceleratoare, incubatoare şi clustere de tehnologie
5. Crearea unui cadru transparent de acces la licitaţii pentru achiziţionarea soluţiilor oferite de dezvoltatorii locali
6. Modernizarea sectoarelor economice cheie din România va oferi în continuare oportunităţi pentru furnizorii din sectorul de IT în domeniul bancar, petrol şi gaze, energie şi telecomunicaţii.

* * *

Despre Constantin Magdalina



Constantin Magdalina are o experienta profesionala de 8 ani, timp in care a lucrat la companii multinationale, atat in tara cat si in strainatate. Constantin are un Master in Marketing si Comunicare la Academia de Studii Economice Bucuresti. Este certificat Lean Six Sigma si ITIL (IT Information Library®) ceea ce-i faciliteaza o buna intelegere a proceselor si transformarilor din cadrul organizatiilor. Pe de alta parte certificarea obtinuta de la Chartered Institute of Marketing ii completeaza expertiza de business. In cei peste 4 ani de activitate la o companie din Big4 a initiat si coordonat studii ce analizau aspecte legate de mediul de afaceri din Romania. Printre acestea se afla previziunile economice de crestere ale firmelor in 2013-2016, managementul cunostintelor, experienta de cumparare in era consumatorilor digitali, social media si mediul de afaceri romanesc, utilizarea dispozitivelor mobile in Romania. Este autor a numeroase articole cu teme legate de inovatie, eficientizarea proceselor de afaceri, social media, transformarea digitala, tendinte si tehnologii emergente. Este invitat ca vorbitor la numeroase evenimente si conferinte de business.