

Ce cred directorii generali din România despre digitalizare

România are șansa să-și consolideze creșterea performanței economice dacă la nivelul fiecărei companii este integrată tehnologia și soluțiile digitale. Numai că investițiile în tehnologie și implementarea soluțiilor digitale sunt decise de managementul fiecărei companii. Așa că am întrebat directorii executivi și managerii din companiile din România care este opinia lor despre digitalizare. Răspunsurile oferite de către aceștia în cadrul studiului Barometrul digitalizării în România, realizat de compania de consultanță Valoria denotă diferențe de percepție care merită cunoscute.

1.Impactul digitalizării asupra companiei

Dacă 53% dintre directorii executivi spun că afacerea pe care o gestionează a fost influențată de digitalizare în mare măsură, doar 39% dintre manageri au această percepție. La polul opus, 13% dintre directorii de top consideră că afacerea pe care o conduc a fost influențată într-o mică măsură de digitalizare, comparativ cu 19% dintre manageri.

Când vine vorba de relația companiei pe care o conduc cu digitalizarea, 48% dintre liderii de business din România sunt încrezători că au cunoștințele necesare și numai 23% spun că nu au cunoștințele despre digitalizare, cu toate că procentul firmelor din România care nu au măcar website sau cont de social media este de 58%.

2.Impactul modelelor digitale de afaceri

În opinia a 59% dintre decidenții de business modelele de business digital au schimbat industria în care activează în foarte mare și mare măsură; răspunsul acesta a fost dat de numai 35% dintre manageri. Pe de altă parte, chiar dacă 70%

dintre directorii executivi se așteaptă că în următorii 1-3 ani modelele digitale de business să schimbe radical industria în care își desfășoară activitatea, pentru 52% dintre aceștia instrumentele, canalele și/sau modelele de business digitale nu sunt componenta centrală a strategiei lor de business. Mai mult, 89% dintre directorii generali și 80% dintre manageri nu consideră modelele de business digital o amenințare pentru compania lor.

3. Alocarea responsabilității digitalizării

La nivelul companiilor din România, 66% nu au dat responsabilitatea unui lider din top management pentru dezvoltarea digitală a afacerii, iar 35% dintre directorii generali spun că nu există suficientă expertiză la nivelul top managementului ca să evalueze și să dezvolte un model digital de afacere. Întrebați dacă se așteaptă ca digitalizarea să schimbe semnificativ compania lor în următorii 3-5 ani, 44% dintre directorii executivi și 53% dintre manageri spun da.

În acest context, care sunt măsurile concrete pe care le iau directorii la nivel de companie ca să gestioneze transformarea digitală? Răspunsul directorilor generali referitor la ce produse sau servicii digitale plănuiesc să adopte ca să genereze cu 10% mai multe venituri în următorii 5 ani sunt: sisteme inteligente de management operațional (77%), big data și data analytics (67%) și dispozitive conectate la Internet (57%).

4. Beneficiile și provocările digitalizării

Respondenții din top managementul companiilor din România văd următoarele trei beneficii principale ale digitalizării: simplificarea proceselor (63%), îmbunătățirea procesului decizional cu ajutorul data analytics (36%) și o mai bună eficiență operațională a companiei (35%). Managerii însă au o perspectivă diferită și bifează alte trei beneficii principale: măsurarea mai bună a performanțelor companiei (55%), reducerea costurilor (48%) și creșterea eficienței operaționale a companiei (35%).

La nivelul provocărilor, cele mai importante pentru directorii executivi sunt următoarele: rezistența la schimbare (59%), percepția că nu au consumatori “digitali” (58%) și lipsa competențelor digitale în rândul angajaților (31%). Topul făcut de manageri în ceea ce privește obstacolele din calea transformării digitale sunt: convingerea că nu au consumatori “digitali” (48%), potențialul scăzut de digitalizare din industria lor (27%) și rezistența la schimbare (21%).

În concluzie

Așadar tabloul oferit de răspunsurile decidenților de top din companiile din România indică o percepție vag conturată despre digitalizare. Tabloul este complicat și de neînțelegerea beneficiilor concrete ale digitalizării, de comunicarea neclară a relației cauză-efect. Pentru mulți decidenți încă e greu să înțeleagă noul tip de consumator, contextul concurențial complicat de tehnologie, modelele de business care valorifică digitalizarea, piața forței de muncă și noul tip de economie.

Explicațiile se întind pe un spectru mai larg, specific fiecărei industrii. În unele cazuri este vorba de o inconsecvență periculoasă între ceea ce spun și ceea ce fac executivii de top. În alte cazuri orientarea pe rezultate imediate îi obligă la măsuri punctuale. În fața uraganului digitalizării care scoate tot mai multe afaceri din piață mulți dintre directorii generali din România fie îl minimizează fie își ascund capul în nisip. Un lucru este sigur, succesul nu va fi al celor mari, ci al celor agili, care itereaza rapid, înțeleg repede și implementează accelerat.

Autor: Constantin Măgdălina, Expert, Tendințe și Tehnologii Emergente