Studiu Valoria: În 2018, 6 din 10 companii nu au la nivelul conducerii cunoștințele necesare pentru a dezvolta un model digital de afaceri

Conform studiului „Barometrul digitalizării 2018”, realizat de Valoria în colaborare cu Doingbusiness.ro, în aproape 6 din 10 companii (59%) nu există la nivelul conducerii de top suficiente cunoștințe și expertiză pentru ca managerii să evalueze și să dezvolte un model de afacere digital. În companiile puternic influențate de digitalizare procentul celor care consideră că managerii lor au această expertiză este de 55%, dar scade la 22%-23% în cazul celor mediu și puțin influențate de digitalizare.

*„Pe măsură ce avansează tehnologia, implicațiile asupra companiilor sunt tot mai evidente: start-up-uri ce cunosc o creștere exponențială de dezvoltare devin liderii globali, consumul digital reconfigurează abordări tradiționale ale consumatorului, apare un nou tip de angajat și piața muncii se transformă rapid. **Barometrul digitalizării** este studiul care arată efectul transformator al digitalizării asupra companiilor din România. Comparativ cu ediția 2017, rezultatele de anul acesta indică o accelerare a procesului de digitalizare în randul companiilor din România. Clasificarea companiilor pe nivele de maturitate, identificarea obstacolelor cu care acestea se confruntă, produsele/serviciile digitale pe care plănuiesc să le adopte și măsurarea impactului digitalizării asupra cifrei de afaceri, profitului, numărului de angajați sau valorii*

companiei fac din Barometrul digitalizării un studiu de referință", spune ***Constantin Măgdălina, Expert Tendințe și Tehnologii Emergente, co-autor al cercetării.***

47% dintre companii spun că au fost foarte influențate de digitalizare

În România, 47% dintre companii în anul 2018 față de 35% cu un an înainte, spun că digitalizarea a avut deja o influență mare asupra lor și doar 2%, față de 7% în studiul anterior, spun că nu a avut nici o influență.

În 2018, 53% dintre companii, față de 31% în 2017, spun că sunt încrezătoare în legătură cu digitalizarea deoarece au cunoștințele necesare pentru a naviga acest proces. Pe de altă parte, 47% au dificultăți, în continuare, legate de transformarea digitală. Dintre acestea 28% sunt (oarecum) neîncrezătoare că vor valorifica această tendință. Numai 1% dintre companii spun că nu cred că digitalizarea este bună pentru companie.

Este de remarcat faptul că 81% dintre companiile puternic influențate de digitalizare sunt încrezătoare și consideră că au cunoștințele necesare pentru a parcurge acest proces. Pe de altă parte procentele celor oarecum încrezătoare că vor valorifica această tendință sunt în continuare cele mai mari (45%) în rândul companiillor care spun că au fost mediu influențate de digitalizare, aproape la egalitate (44%) cu cele puțin influențate.

29% dintre companii spun că modelele digitale de afaceri le vor transforma industria în 1-3 ani

Dincolo de transformarea la nivelul tehnologiei și a proceselor, cel mai puternic efect transformator pe care îl are digitalizarea este cel la nivelul modelului de business. Astfel în 2018, 25% dintre companiile din România, față de 19% în 2017, consideră că modelele digitale de business au schimbat în foarte mare măsură industriile din care fac parte.

De asemenea, procentul companiilor din România care consideră modele digitale de afaceri ca fiind o amenințare crește de la 12% în 2017 la 21% în 2018.

Dacă în anul 2017, 21% dintre companii se așteaptau ca modelele digitale de afaceri să le transforme, în următorii 1-3 ani, în foarte mare măsură industria în care activează, în 2018 procentul acestora crește la 29%. La fel, 39% în 2018 vs. 38% în 2017 spun că modelele digitale de business le vor transforma în mare măsură industria, iar 23% vs. 27% cred că modelele digitale de afaceri le vor afecta doar într-o oarecare măsură industria în următorii 1-3 ani.

Doar 54% dintre companii au facut digitalizarea partea centrală a strategiei de afaceri

Studiul Valoria relevă faptul că doar puțin peste jumătate din companii (54%) au făcut transformarea digitală partea centrală a strategiei lor de afaceri. Pentru companiile cele mai influențate de digitalizare procentul este de 73%, dar procentul scade la 44% în cazul celor mediu influențate și la 22% pentru cele puțin influențate de digitalizare. Concluzia: mai sunt multe de conștientizat și de făcut în firmele active din România pentru a beneficia de digitalizare.

Din păcate, în continuare 62% dintre companii în 2018, față de 67% în 2017, spun că nu au dat responsabilitatea unui lider din conducerea de top a companiei pentru dezvoltarea digitală a afacerii. Consecințele pot consta în întârzieri în legătură cu deciziile strategice, insuficient suport în legătură cu implementarea strategiilor de transformare digitală și ineficiențe în realizarea integrării tehnologice la nivelul întregii companii.

Rezultatele cercetării arată că în 2018, în aproape 6 din 10 companii (59%) nu există la nivelul conducerii de top suficiente cunoștințe și expertiză pentru ca managerii să evalueze și să dezvolte un model de afacere digital. În

companiile puternic influențate de digitalizare procentul celor care consideră că managerii lor au această expertiză este de 55% și scade la 22%-23% în cazul celor mediu și puțin influențate de digitalizare.

33% dintre companii spun că au competitori foarte afectați de digitalizare

Cele mai multe companii din România (33%) cred că firmele care le sunt competitori au fost afectate în mare măsură de digitalizare, 14% cred că au competitori afectați în foarte mare măsură, iar 9% că au competitori afectați în mică măsură de digitalizare. Numai 2% cred că cei care le sunt competitori nu au fost afectați deloc de acest fenomen.

În 2018, 71% vs. 67% cu un an înainte dintre companiile puternic influențate de digitalizare consideră ca au competitori afectați și foarte afectați de acest proces. Procentul scade la 33% în 2018 vs. 37% în 2017 în cazul celor mediu influențate și la 17% vs. 15% în cazul celor puțin influențate de digitalizare.

Pe de altă parte, 60% dintre companiile respondente spun că au valorificat digitalizarea pentru a avea un avantaj competitiv. Procentul crește la 78% în cazul companiilor puternic influențate de digitalizare, scade la 52% în cazul celor mediu influențate și la 22% în cazul celor puțim influențate de acest proces transformațional.

Obstacole în procesul de digitalizare

În continuare, principalul obstacol pe care îl văd companiile în calea transformării digitale este chiar percepția pe care o au în acest moment că nu au consumatori digitali (40% în 2018 vs. 55% în 2017). Aceasta indică nevoia pentru o mai bună înțelegere a mecanismelor interacțiunii digitale cu consumatorii, având în vedere că în medie 60% din procesul de cumpărare se derulează online. Pe locul al doilea, 40% dintre companii spun că principalul obstacol sunt costurile prea

mari, iar pe locul al treilea 38% dintre companii recunosc chiar propria rezistență la schimbare ca obstacol în calea digitalizării.

În 2018, rezistența la schimbare este văzută ca obstacol de 17% dintre companiile puternic influențate de digitalizare, dar numai pentru 15% și respectiv 14% dintre cele mediu și puțin inflienșate de acest proces transformațional. Lipsa competențelor digitale în cadrul managementului are procente care variază de la 10% la companiile puternic influențate, la 12% la cele mediu influențate și apoi la 14% în cazul celor puțin influențate de digitalizare.

Beneficiile procesului de digitalizare

Cele mai importante beneficii cumulate ale integrării procesului de digitalizare în următorii 5 ani sunt: simplificarea proceselor (58% în 2018 vs. 46% în 2017), reducerea costurilor (48% vs. 46%), eficiența operațională crescută (48% vs. 35%), creșterea veniturilor (31% vs. 21%) și măsurarea mai bună a performanțelor companiei (28% vs. 34%). Pe ultimul loc se găsește facilitarea procesului de recrutare și retenție a angajaților (3%).

În 2018, 15% dintre companiile puternic influențate de digitalizare, 18% dintre cele mediu influențate și 16% din cele puțin influențate consideră că digitalizarea va contribui la eficiența operațională a firmei. Companiile care au fost mediu influențate sunt cele care cred cel mai mult că digitalizarea le îmbunătățește procesul decizional cu ajutorul data analytics (10%). Companiile puțin influențate de digitalizare sunt cele care consideră că vor beneficia de simplificarea proceselor (13%), de avantajul competitiv (13%) și de produsele inovative (13%).

*„**Barometrul digitalizării** este singurul studiu comparativ care arată evoluția adoptării digitalizării în rândul companiilor din România. Față de 2017, ediția de anul acesta arată o*

preocupare pentru creșterea nivelului de digitalizare. Analiza și interpretarea agregată a datelor colectate este completată, în anexă, și de analiza datelor relevante pentru 13 industrii. În cele peste 80 de pagini ale raportului sunt scanate cele mai importante aspecte ale digitalizării pentru orice lider de companie care vrea să afle nivelul digitalizării industriei sale și să tragă concluzii cu valoare de diagnostic referitore la nivelul digitalizării companiei pe care o conduce", spune ***Elena Badea, Managing Partner Valoria, co-autoarea studiului.***

* * *

Despre studiu

Studiul Valoria 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. În raport se face referire la digitalizare ca folosire a tehnologiei de stocare şi procesare, căutare şi regăsire a informaţiilor între utilizatorii on-line. 5% dintre respondenți provin din companii cu cifra de afaceri mai mare de 100 de milioane EUR, 5% din companii cu cifră de afaceri între 50-100 milioane EUR, 22% din companii cu cifră de afaceri între 10-50 milioane EUR, 41% cu cifra de afaceri între 1-10 milioane EUR și 27% sub 1 milion de EUR cifră de afaceri. 31% dintre respondenți au funcția de CEO / Președinte / Director General, 6% au funcția de Vicepreședinte / Director Executiv, iar 29% sunt Manageri. Acest studiul a fost realizat în colaborare cu echipa Doingbusiness.ro.

Despre Valoria

Valoria Business Solutions este o companie de consultanță, training, și coaching. Misiunea companiei este aceea de a transforma în valoare potențialul echipelor și organizațiilor. Competența, încrederea, inovația și pasiunea sunt valorile pe care le susținem prin tot ceea ce facem. Credem în oameni și

în aspirația lor de împlinire personală și profesională și în dorința lor de a-și accelera potențialul. Aflați mai multe despre noi pe: www.valoria.ro.