Ce cred directorii generali din România despre digitalizare

România are şansa să-şi consolideze creşterea performanţei economice dacă la nivelul fiecărei companii este integrată tehnologia şi soluţiile digitale. Numai că investiţiile în tehnologie şi implementarea soluţiilor digitale sunt decise de managementul fiecărei companii. Aşa că am întrebat directorii executivi şi managerii din companiile din România care este opinia lor despre digitalizare. Răspunsurile oferite de către aceştia în cadrul studiului Barometrul digitalizării în România, realizat de compania de consultanţă Valoria denotă diferenţe de percepţie care merită cunoscute.

1.Impactul digitalizării asupra companiei
Dacă 53% dintre directorii executivi spun că afacerea pe care o gestionează a fost influenţată de digitalizare în mare măsură, doar 39% dintre manageri au această percepţie. 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 relaţia companiei pe care o conduc cu digitalizarea, 48% dintre liderii de business din România sunt încrezători că au cunoştinţele necesare şi numai 23% spun că nu au cunoştinţele 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 decidenţii de business modelele de business digital au schimbat industria în care activează în foarte mare şi mare măsură; răspunsul acesta a fost dat de numai 35% dintre manageri. Pe de altă parte, chiar dacă 70%

dintre directorii executivi se aşteaptă că în următorii 1-3 ani modelele digitale de business să schimbe radical industria în care îşi desfăşoară activitatea, pentru 52% dintre aceştia instrumentele, canalele şi/sau modelele de business digitale nu sunt componenta centrală a strategiei lor de business. Mai mult, 89% dintre directorii generali şi 80% dintre manageri nu consideră modelele de business digital o ameninţare pentru compania lor.

3.Alocarea responsabilităţii 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 şi să dezvolte un model digital de afacere. Întrebaţi dacă se aşteaptă ca digitalizarea să schimbe semnificativ compania lor în următorii 3-5 ani, 44% dintre directorii executivi şi 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 operaţional (77%), big data şi data analytics (67%) şi dispozitive conectate la Internet (57%).

4. Beneficiile şi provocările digitalizării

Respondenţii din top managementul companiilor din România văd următoarele trei beneficii principale ale digitalizării: simplificarea proceselor (63%), îmbunătăţirea procesului decizional cu ajutorul data analytics (36%) şi o mai mai bună eficienţă operaţională a companiei (35%). Managerii însă au o perspectivă diferită şi bifează alte trei beneficii principale: măsurarea mai bună a performanţelor companiei (55%), reducerea costurilor (48%) şi creşterea eficienţei operaţionale a companiei (35%).

La nivelul provocărilor, cele mai importante pentru directorii executivi sunt următoarele: rezistenţa la schimbare (59%), percepţia că nu au consumatori “digitali” (58%) şi lipsa competenţelor digitale în rândul angajaţilor (31%). Topul făcut de manageri în ceea ce priveşte obstacolele din calea transformării digitale sunt: convingerea că nu au consumatori “digitali” (48%), potenţialul scăzut de digitalizare din industria lor (27%) şi rezistenţa la schimbare (21%).

În concluzie

Aşadar tabloul oferit de răspunsurile decidenţilor de top din companiile din România indică o percepţie vag conturată despre digitalizare. Tabloul este complicat şi de neînţelegerea beneficiilor concrete ale digitalizării, de comunicarea neclară a relaţiei cauză-efect. Pentru mulţi decidenţi încă e greu să înţeleagă noul tip de consumator, contextul concurenţial complicat de tehnologie, modelele de business care valorifică digitalizarea, piaţa forţei de muncă şi noul tip de economie.

Explicaţiile se întind pe un spectru mai larg, specific fiecărei industrii. În unele cazuri este vorba de o inconsecvenţă periculoasă între ceea ce spun şi ceea ce fac executivii de top. În alte cazuri orientarea pe rezultate imediate îi obligă la măsuri punctuale. În faţa uraganului digitalizării care scoate tot mai multe afaceri din piaţă mulţi dintre directorii generali din România fie îl minimalizează fie îşi ascund capul în nisip. Un lucru este sigur, succesul nu va fi al celor mari, ci al celor agili, care itereaza rapid, înţeleg repede şi implementează accelerat.

Autor: Constantin Măgdălina, Expert, Tendințe și Tehnologii Emergente