

Digitálna transformácia podnikania

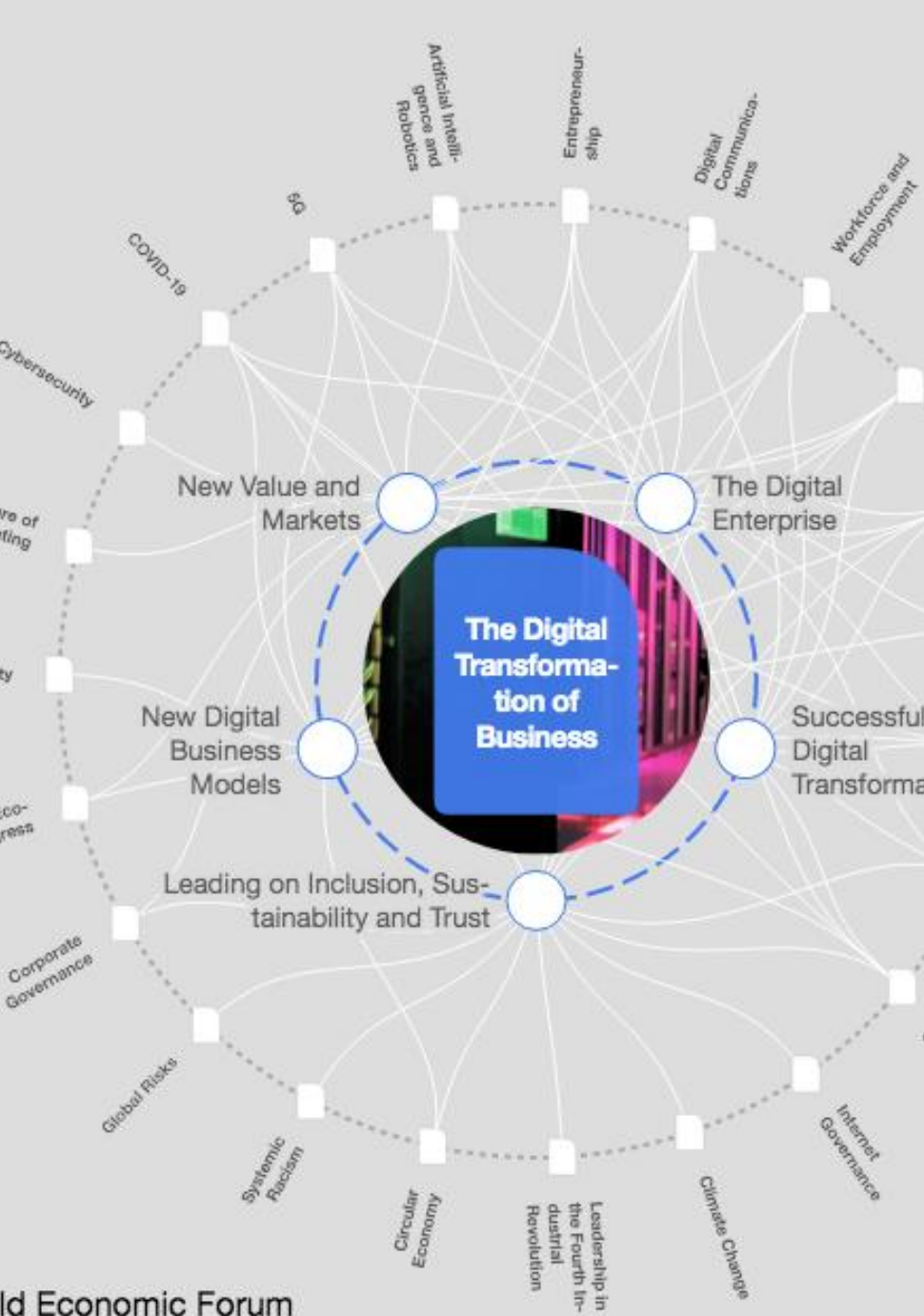
COVID-19 katapultoval podniky do sveta digitálneho priemyslu.

Digitálna technológia pretvárala odvetvia, obchodné modely, dodávateľské reťazce už pred pandémiou. Ľudia požadujú stále viac bezdotykových online skúseností.

Výsledky sú zatiaľ zmiešané a mnohé podniky nedosiahujú ciele digitálnej transformácie.

Podniky sa pomaly menia, najmä malé firmy, sa stali obzvlášť náchylné na narušenie pôvodných obchodných modelov.

Technologické rozhodnutia vedúcich predstaviteľov spoločností teraz pomôžu určiť nielen ich vlastný budúci úspech, ale aj úspech svojich zamestnancov, zákazníkov a partnerov.



Digitálny podnik

Ak sa stanete „digitálnym jadrom“, môže to vytvoriť udržateľnejšiu hodnotu

*„Mileniáni a Generácia Z“ tvorí takmer **polovicu svetovej pracovnej sily** a všade aktualizujú očakávania zamestnávateľov.*

*Práca na diaľku je dôležitá pre mnoho tisícročí (ktoré sú už staršie ako 40 rokov). Požiadavky spoločnosti ^{COVID-19} v oblasti sociálneho dištancovania urýchlili postupný **prechod práce** na prácu na diaľku a na **digitálnejšie skúsenosti so zákazníkmi**.*

Spoločnosti budú musieť byť schopné **prispôbiť sa digitálnym riešeniam**, ktoré udržiavajú *angažovanosť, zdravie a pohodu*.

Okrem toho, *s rastúcou distribúciou pracovnej sily a rastúcim využívaním pripojených zariadení a dátových sietí sa zaistenie bezpečnosti stáva náročnejším čo si vyžaduje správu závažnejších zraniteľností.*

Spoločnosti budú vo všeobecnosti musieť byť *otvorené a flexibilné*, aby **aktívne plánovali riziká** spojené s kybernetickou bezpečnosťou a boli ochotné prevziať zodpovednosť za pomoc zamestnancom pri získavaní nových a potrebných digitálnych zručností.

*Pred pandémiou predchádzali ďalšie dôvody na **agresívne uskutočnenie digitálnej transformácie**; podľa iniciatívy MIT pre digitálnu ekonomiku sa ukázalo, že „**digerati**“ alebo spoločnosti, ktoré vynikajú v oblasti schopnosti riadiť digitálnu intenzitu a transformácie, **sú o 26% výnosnejšie ako ich konkurencia**.*

Digitálny podnik

Podľa prieskumu Deloitte v roku 2019 sa očakáva, že 87% generálnych riaditeľov zaznamená zmenu svojich prevádzkových modelov.

Technológie a údaje môžu pomôcť *podporiť predpovedanie dopytu, skladovanie zásob, sledovanie a dodávku.*

Amazon napríklad použil prepravný model určený na predpovedanie nákupného správania s cieľom mať produkty po ruke pred ich objednávkou. Keď COVID-19 prerušil *dodávateľské reťazce blokovaním a uzatváraním hraníc*, mnoho organizácií hľadalo spôsoby, ako posilniť odolnosť a transparentnosť, a mnoho výrobcov sa obracalo na predaj výrobkov prostredníctvom kanálov ako Amazon.

Spoločnosti na celom svete ***budú čoraz viac využívať technológie***, ako sú *blockchain, cloud computing, umelá inteligencia a robotika*, v rámci úsilia o vybudovanie odolnosti a na zvýšenie udržateľnosti a transparentnosť ich dodávateľských reťazcov.

Kým pandémia viedla v mnohých odvetviach k stratám na príjmoch, investície do digitálnych riešení môžu byť jedným z prostriedkov, ktoré pomôžu lepšie spravovať náklady v ťažkom období.

Úspešná digitálna transformácia

Podľa výsledkov prieskumu spoločnosťou SAP, takmer všetci vedúci predstavitelia spoločností sa domnievajú, že digitálne technológie drasticky narušia ich odvetvie, iba 44% sa domnieva, že sú na toto prerušenie pripravený.

Čoskoro bude takmer každá spoločnosť musieť myslieť ako **technologická spoločnosť**, aby sa vyhla riziku. Mnoho spoločností sa snaží dosiahnuť návratnosť svojich investícií do digitálnej transformácie.

Spoločnosti podľa odhadov IDC v roku 2019 celkovo vynaložili na transformačné úsilie **1,2 bilióna dolárov**. Výskum zverejnený MIT však zistil, že iba **13% podnikových lídrov** verí, že ich organizácie sú skutočne schopné konkurovať v digitálnom veku.

Dôkazy naznačujú, že najúspešnejšie úsilie nepristupuje k transformácii iba ako spôsob experimentovania alebo znižovania nákladov, ale skôr ako **základného nástroja na vytváranie novej hodnoty**. Umelá inteligencia, 5G a autonómne vozidlá majú všetky možnosti na zvýšenie hodnoty.

Odhaduje sa, že do roku 2021 bude mať 80% všetkých vznikajúcich technológií základy AI, zatiaľ čo sa očakáva, že do roku 2023 sa počet spojení 5G na svete strojnásobí a do roku 2040 bude viac ako polovica všetkých osobných vozidiel elektrická.

Úspešná digitálna transformácia

Kedže sa finančný a obchodný vplyv COVID-19 šíri, spoločnosti, ktoré zdvojnásobia svoje úsilie v oblasti digitálnej transformácie, budú môcť lepšie prosperovať.

Bude však potrebné silné vedenie. Bude potrebné podporovať kultúrne zmeny a prístup zameraný na „**digitálne jadro**“, ako aj crowdsourcing a spoločné vytváranie a pilotovanie nových nápadov a obchodných modelov medzi rôznymi tímami.

Veľké spoločnosti, ktoré nie sú digitálnymi domorodcami, majú často problémy nahradiť pôvodné štruktúry a procesy prístupmi typu *first-digital*. Vo všetkých týchto spoločnostiach musia byť vedúci pracovníci vybavení digitálnymi zručnosťami, aby držali krok s technologickým pokrokom a prijímali včasné rozhodnutia.

Podľa výsledkov prieskumu zverejneného MIT Sloan School of Management však iba **9% vedúcich pracovníkov pevne verilo**, že ich vodcovia majú tie správne zručnosti, aby sa im darilo v digitálnej ekonomike.

Potreba digitálnych zručností na všetkých úrovniach sa týka aj tých najtradičnejších podnikov Európska centrálna banka napríklad odporučila bankám, aby si osvojili nové a rozmanité zručnosti a skúsenosti, pokiaľ ide o technológie a digitálne inovácie, najmä na úrovni rady.

Vedúce postavenie v oblasti inklúzie, udržateľnosti a dôvery

Spoločnosti sú zodpovedné za nasadenie technológie spôsobom, z ktorého budú mať úžitok všetci

Podniky sa musia zaoberať rastúcimi obavami z toho, ako technológia ovplyvňuje nerovnosť, osobné slobody a prístup k dôstojným pracovným miestam.

Mnoho vodcov spoločností čelí výzvam od svojich vlastných zákazníkov a zamestnancov, aby spoločnosti viac pozitívne prispeli. V roku 2019, ***obchodný okrúhly stôl, organizácia***, ktorá zahŕňa generálnych riaditeľov niektorých z najvýznamnejších spoločností na svete definovala účel spoločnosti ako slúžiaci akcionárom, znovu definovala tento účel tak, aby zahŕňala záväzok všetkých zainteresovaných strán.

COVID-19 zdôraznil riziko, ***že polovica sveta bude prerušená internetom a digitálnym hospodárstvom*** v čase, keď sa zatvorili školy, veľa ľudí stratilo prácu a sociálne médiá sú potrebné na odhalenie rasovej nespravodlivosti a úsilia o konfrontácie.

V digitálnom svete existuje možnosť zásadného ***redefinovania podnikania a opätovného objavenia modelov*** s obnoveným účelom.

Technológia môže pomôcť zabezpečiť zdravie a pohodu často vzdialených pracovných síl, zvýšiť transparentnosť dodávateľských reťazcov, znížiť emisie uhlíka, zodpovedne spracovať osobné údaje, podporovať rasovú rovnosť a prispôbiť rozmanitejšiu škálu potenciálnych zákazníkov a používateľov.

Vedúce postavenie v oblasti inklúzie, udržateľnosti a dôvery

Mnoho spoločností zaviedlo digitálne nástroje na podporu reakcie na COVID-19.

Aplikácia pre smartfóny, ktorú vyvinula spoločnosť KT Corporation v Južnej Kórei, môže informovať používateľov o ohniskách v blízkosti ich polohy a vzdelávať ich o príznakoch a prevencii. Spoločnosť IBM medzitým poskytla prístup k technológiám založeným na umelej inteligencii, aby pomohla výskumným pracovníkom vyvinúť potenciálne spôsoby liečby tejto choroby.

Iné spoločnosti používajú technológiu na starostlivosť o svojich vlastných zamestnancov, napríklad na zvýšenie prístupu zamestnancov banky Írska k programu wellness, ktorý zahŕňa aplikáciu a interaktívne kurzy o duševnom, fyzickom a finančnom zdraví.

Spoločnosti môžu tiež pokročiť v digitálnej transformácii spôsobmi, ktoré znižujú vplyv na životné prostredie, a poskytujú prostriedkom pre viac ľudí prístup k dôležitým informáciám a službám. Aj keď zhruba *polovica svetovej populácie stále nevyužíva internet*, podniky a vlády majú príležitosť spolupracovať spôsobom, ktorý lepšie rieši túto digitálnu priepasť.

Výskum nakoniec naznačuje, že spoločnosti, ktoré svoje plány digitálnej transformácie zameriavajú na vyšší účel, pravdepodobne získajú lepšiu dôveru používateľov a budú konkurencieschopnejšie.

Nové digitálne obchodné modely

Modely podporujúce technológie môžu spoločnostiam pomôcť pri poskytovaní hodnoty a budovaní odolnosti

Väčšina vedúcich pracovníkov považuje *inováciu za kritickú pre svoje podnikanie.*

Podľa prieskumu spoločnosti *McKinsey Global Innovation Survey* **80% si myslí, že ich súčasné obchodné modely sú vystavené riziku narušenia.**

^{COVID-19} iba zrýchlil *prechod na online a bezdotykové skúsenosti a podporil inovatívne použitie technológie a údajov, ktoré čoraz viac podporia obchodné modely.*

Digitálne predplatné modely, ako je Dollar Shave Club alebo Netflix, sa už dostali na popredné miesto, rovnako ako modely na požiadanie, ako sú Uber alebo TaskRabbit zatiaľ čo technológia umožňuje čoraz ľahšie prijať modely platforiem, na ktorých si môžu používatelia a dokonca aj iné spoločnosti vybudovať svoju vlastnú prítomnosť. (*príklady zahŕňajú Facebook alebo YouTube*).

Svetové ekonomické fórum odhaduje, že **70% hodnoty vytvorenej v nadchádzajúcom desaťročí bude vychádzať z digitálnych modelov** platforiem podnikania v dôsledku rýchlej digitalizácie ekonomík na celom svete. Spolupráca môže tiež odblokovať hodnotu výskum ukazuje, že do roku 2025 sa očakáva, že digitálne „ekosystémy“ budú predstavovať viac ako **30% globálneho podnikového príjmu.**

Jedným z príkladov je Projekt Connected Home, spoločné úsilie vedené spoločnosťami Amazon, Apple, Google a Zigbee Alliance. stanoviť normy pre inteligentné domáce technológie.

Nové digitálne obchodné modely

Obchodné modely typu „ako služba“ sú pre firmy čoraz rozšírenejším a efektívnejším spôsobom, ako zmeniť podnik, ktorý by inak mohol byť jednorazovým nákupom, na predvídateľnejší, dlhodobejší a zvyčajne väčší tok príjmov.

Spoločnosť Microsoft ponúka svoj produkt Office 365 prostredníctvom predplatného softvéru ako službu, ako alternatívu k zakúpeniu úplne novej verzie balíka Office každých niekoľko rokov. Medzitým Amazon ponúka svoj produkt AWS spôsobom, ktorý poskytuje infraštruktúru ako službu (IaaS) na základe predplatného.

Vďaka zvýšenému digitálnemu pripojeniu a využívaniu internetu došlo k nárastu údajov, ktoré môžu potenciálne priniesť hodnotu nielen spoločnostiam, ale všeobecne spoločnosti. Mnoho spoločností skúma inovatívne spôsoby zodpovedného odomykania hodnoty týchto údajov tým, že do svojich modelov vkladá dôveru, súkromie a bezpečnosť.

Spoločnosť s názvom Point Technology napríklad používa dôverný výpočtový rámec založený na TEE (trusted exekučné prostredie) a inú šifrovaciu technológiu, aby urobila dáta použiteľnými, ale nie viditeľnými s cieľom zabezpečiť súkromie, bezpečnosť a súlad, pokiaľ ide o bankovníctvo, štát a správu iniciatívy v oblasti zdieľania údajov a marketingové kampane.

Nová hodnota a trhy

Technológia je reštrukturalizácia odvetví a znovu definuje obchodnú hodnotu

Očakáva sa, že priemerné držanie spoločnosti v indexe S&P 500 veľkých spoločností obchodovaných v USA do roku 2027 klesne na **12 rokov, z 24 rokov** v roku 2016.

Spoločnosti čoraz viac narušujú **digitálne inovatívni kolegovia** alebo nové spoločnosti, účastníci, ktorí sú schopní vytvárať obchodné hodnoty novými spôsobmi a vedúci predstavitelia spoločností čelia bezprecedentnej kombinácii rušivých technológií, zmeny správania zákazníkov a sociálnych a environmentálnych problémov.

Títo vodcovia však majú tiež významnú **príležitosť pomôcť vytvoriť novú hodnotu**, použitie umelej inteligencie prinesie ^{v roku 2021} odhadovanú obchodnú hodnotu **2,9 bilióna dolárov** (čo zodpovedá 6,2 miliardy hodín produktivity pracovníkov), očakáva sa, že rozvinuté telekomunikačné siete 5G ^{do roku 2026} vygenerujú v novom podnikaní **viac ako 600 miliárd dolárov**, a očakáva sa, že trh s distribuovaným „**okrajovým**“ **výpočtom** sa v rokoch ^{2019 až 2024} zvýši na **viac ako 9 miliárd dolárov**.

Do roku 2025 bude podľa jedného odhadu interagovať s údajmi každý deň 75% svetovej populácie a online interakcia najmenej jedného údaja bude každých 18 sekúnd.

Nová hodnota sa objavuje v teoretických scenároch, ako sú ľahko dostupné virtuálne stretnutia.

Nová hodnota a trhy

Očakávanía zákazníkov sa menia, keďže technológia je súčasťou každodenného života (podľa štúdie spoločnosti Accenture viac ako polovica spotrebiteľov tvrdí, že technológia hrá významnú úlohu alebo je zakorenená takmer vo všetkých aspektoch ich každodenného života).

V dôsledku toho ľudia čoraz viac očakávajú, že technológie budú personalizované a na požiadanie.

To zmenilo tradičné úlohy a posunulo rozdelenie hodnoty. Výrobcovia digitálnej zábavy, ako hollywoodske štúdiá, si môžu stále viac vytvárať priame online vzťahy s publikom, zatiaľ čo tradiční distribútori obsahu, ako sú Amazon alebo Netflix, stále viac hľadajú svoj vlastný.

Ľudia tiež čoraz viac ***požadujú transparentnosť*** v tom, ako spoločnosti vyrábajú svoje výrobky a zabezpečujú bezpečné pracovné podmienky, a jasnosť v ich postojoch týkajúcich sa environmentálnych a sociálnych otázok.

Spoločnosť Accenture zistila, že pokles dôvery zainteresovaných strán môže vážne ovplyvniť konkurencieschopnosť organizácie a výrazne podhodnotiť príjmy.

Aj keď sa táto dynamika môže líšiť v závislosti od potrieb zákazníka, úrovne príjmov a geografie, organizácie na celom svete musia prísť s novými spôsobmi identifikácie a vytvorenia skutočnej príťažlivosti pre ľudí a zároveň pomôcť zaistiť budúcnosť viac ako len pre svoj vlastný zisk.

Zdroje

- Svetové ekonomické fórum
- McKinsey Global Innovation Survey
- MIT Sloan School of Management
- IDC v roku 2019
- Prieskum SAP
- prieskumu CEO Deloitte v roku 2019