



softconsulting

**Autor: Lejla Softić, dipl.oec.<sup>1</sup>**

## **Zašto je digitalna pismenost važna za strateško upravljanje?**

"Važno je nikad ne prestati postavljati pitanja." – Albert Einstein

Digitalni uvjeti poslovanja traže od strateških menadžera da znaju primjeniti suvremene tehnologije i raznovrsne digitalne alate za unapređenje poslovanja preduzeća. Ukoliko u preduzeću ne postoji odgovarajući stepen digitalne pismenost, strateških menadžera i svih zaposlenika, izostati će pravovremena automatizacija svih poslovnih procesa odnosno digitalna transformacija poslovanja. Stoga je od posebnog značaja da strateški menadžeri ulažu neophodne finansijske i vremenske resurse za blagovremeno [sticanje znanja i vještina](#) neophodnih za digitalnu transformaciju poslovanja.

### **Šta je podatkovna pismenost?**

**Podatkovna pismenost** je sposobnost čitanja, razumijevanja, stvaranja i korištenja podataka kao informacija. Za to su potrebne odgovarajuće kompetencije i vještine koje uključuju čitanje i razumijevanje podataka. Podrazumijeva sposobnost da se iz podataka 'izvuku' smisleni uvidi i spoznaje, te isti primjene za poslovne potrebe i korist preduzeća. Podatkovna pismenost znači da većina zaposlenika u preduzeću ima podatke 'na dohvat ruke'. Postizanje odgovarajućeg nivoa podatkovne pismenosti u preduzeću podrazumijeva da se kritički razmišlja o podacima, kako bi se moglo razumjeti kada je nešto korisno, a kada nije korisno za preduzeće. Za podatkovnu pismenost od posebnog značaja je njegovanje organizacijske kulture u kojoj se podaci vrednuju kao primarno sredstvo za donošenje odluka.



### **Digitalna pismenost i suvremeno liderstvo**

Odgovarajući stepen digitalne pismenosti strateških menadžera veoma je važan za tržišno liderstvo preduzeća. Poslovanje u digitalnoj ekonomiji podrazumijeva sve brže promjene, a digitalna transformacija poslovanja je poslovni standard. Strateški menadžeri implementacijom digitalne (poslovne) strategije uspješnije mogu zadovoljiti potrebe suvremenih klijenata na B2B ili B2C tržištu.

Preduzeća koja žele biti tržišni lideri u svom poslovanju trebaju znati koristiti suvremene digitalne tehnologije, ali i obezbjediti integraciju cjelokupnog poslovanja primjenom raznovrsnih digitalnih tehnologija. Bepapirno poslovanje, automatizacija i robotizacija poslovnih procesa, primjena alata umjetne inteligencije...samo su neki od digitalnih alata koje tržišni lideri trebaju koristiti, ukoliko žele biti konkurentni, u 21. stoljeću, na (digitalnom) tržištu. Kako bi preduzeće moglo postići i zadržati lidersku poziciju na tržištu, potrebno je da strateški menadžeri budu digitalno pismeni.

<sup>1</sup> SoftConsulting s.p. Tuzla, Trg slobode 16 ( BIT Centar), 750000 Tuzla, e-mail: [lejla.softic@savjetnik.ba](mailto:lejla.softic@savjetnik.ba)

Izvor za sliku: <https://pixabay.com/photos/man-reading-touchscreen-blog-791049/>



## Zašto je važna digitalna pismenost?

I prije trenutne pandemije, strateškim menadžerima nije bilo jednostavno objasniti da digitalna transformacija poslovanja znači očuvanje i mogućnost konitnuiranog povećanja tržišnog udjela. Prelazak na digitalno poslovanje i rad na digitalnom tržištu, iako izgleda da se može obaviti relativno 'brzo', podrazumijeva da u preduzeću postoji odgovarajuća digitalna (poslovna) strategija. Odabir (ne)adekvatnog poslovnog modela i digitalne platforme koja će se koristiti može istovremeno biti i prednost i prijetnja za poslovanje preduzeća. Ovo je suštinski pitanje digitalne pismenosti i učenje o korištenju 'pravih' digitalnih alata, na 'pravi' način i od strane 'pravih' ljudi, kako bi digitalna transformacija poslovanja bila u cijelosti uspješna.

Uslijed neadekvatne digitalne pismenosti strateški menadžeri mogu uložiti značajne (ne)finansijske resurse preduzeća, a da se u preduzeću ne izvrši adekvatna digitalna transformacija poslovanja, sa ciljem stvaranja veće profitabilnosti poslovanja i tržišne konkurentnosti preduzeća. U tim okolnostima, preduzeće neće samo neadekvatno utrošiti vlastite (ne)finansijske resurse, nego može biti izloženo vanjskim faktorima rizika (npr. hakerski napadi i sl.), što može prouzročiti dodatnu (ne)materijalnu štetu za preduzeće. Stoga strateški menadžeri trebaju biti digitalno pismeni, kako bi mogli donositi adekvatne strateške i investicijske odluke, pri digitalnoj transformaciji poslovanja, ali i proaktivno upravljati poslovnim rizicima u suvremenom (digitalnom) okruženju.

## Uticaj digitalne pismenosti na (digitalnu) komunikaciju

Iako su i prije pandemije mnoga preduzeća koristila digitalne alate za poslovnu komunikaciju, u izmjenjenim okolnostima poslovanja, pokazalo se da samo pojedina preduzeća, zahvaljujući odgovarajućem stepenu digitalne pismenosti i ranije izvršene digitalne transformacije poslovanja, veoma 'brzo' mogu, u novonastalim okolnostima, nastaviti učinkovito interno komunicirati i uspješno zadovoljavati potrebe svojih klijenata i poslovnih partnera.

Ova nagla promijena okolnosti zbunila je većinu strateških menadžera koji su naučili da sa svojim suradnicima, klijentima i poslovnim partnerima komuniciraju na konvencionalan način tj. u uredima i primjenom komunikacije 'licem u lice'. Trenutne okolnosti mogu izgledati kao privremene, ali to ne znači da strateški menadžeri koji su 'manje' digitalno pismeni i/ili koji još uvijek nisu izvršili integrirano upravljanje digitalnom transformacijom poslovanja, trebaju nastaviti raditi 'po starom' i tako propustiti prliku da unaprijede trenutni način komunikacije (interne i vanjske) kroz unapređenje vlastitih znanja i vještina i unapređenje stepena digitalne pismenosti u preduzeću.

## Zaključak

Kako digitalni mediji postaju glavno (ili jedino) sredstvo komuniciranja za većinu preduzeća, digitalna pismenost postaje važnija nego ikad prije. Podaci pokazuju da čak [89% ispitanika](#) smatra da je u trenutnim okolnostima potrebna agilnija IT infrastruktura kao odgovor na nepredviđene situacije u poslovanju.

Digitalna transformacija poslovanja i rad na daljinu podrazumijevaju odgovarajući stepen digitalne pismenosti strateškog menadžmenta. Digitalna pismenost nije 'novi' koncept, ali su izmjenjene okolnosti u uvjetima poslovanja tokom pandemije pokazali da bez odgovarajućeg stepena digitalne pismenosti strateškog menadžmenta preduzeća ne mogu 'brzo' savladati suvremene tržišne izazove i poslovne rizike koji se pri tome mogu pojaviti. Iako već duži niz godina živimo i radimo u digitalnom okruženju, digitalne tehnologije koje se sada razvijaju daleko su sofisticiranije i moćnije od svega što je već primijenjeno. U budućnosti, digitalne tehnologije je potrebno koristiti kao strateško sredstvo za efikasno postizanje ciljeva preduzeća, ali i za kvalitetnije zadovoljavanje potreba ljudi i društava u cijelosti. Stoga je digitalna pismenost strateškog menadžmenta ključni faktor za učinkovito korištenje i upravljanje digitalnom tehnologijom u suvremenim preduzećima.