



softconsulting

Autor: Lejla Softić, dipl.oec.¹

Digitalna strategija vs. Digitalna transformacija

Digitalna transformacija podrazumijeva i implementaciju adekvatne digitalne strategije preduzeća. Jedan od izazova za strateške menadžere, pri digitalnoj transformaciji poslovanja, može biti i nepostojanje odgovarajuće digitalne strategije preduzeća. Izostanak kreiranja digitalne strategije ne treba biti 'pravilo' ili redovna praksa u preduzeću. U takvim okolnostima potrebno je da strateški menadžment spozna: Zašto digitalna transformacija (ni)je adekvatno realizirana? odnosno Koje su razvojne šanse preduzeća primjenom odgovarajuće digitalne strategije?

Šta je digitalna strategija?

Digitalna strategija je usredotočena na korištenje tehnologije za poboljšanje poslovne uspješnosti, bilo da to znači stvaranje novih proizvoda i usluga ili redizajniranje trenutnih poslovnih procesa. Određuje smjer koji će preduzeće poduzeti da stvori nove konkurentske prednosti primjenom digitalne tehnologije, kao i taktike koje će se koristiti za postizanje tih promjena. Obično podrazumijeva promjene u poslovnim modelima, jer nova tehnologija omogućava inovativnim preduzećima pružanje usluga koje ranije nisu bile moguće. Digitalna strategija trebala bi biti dio poslovne strategije. To je strateški plan preduzeća formuliran za postizanje određenih ciljeva putem digitalnih tehnologija.



Značaj digitalne strategije za digitalnu transformaciju

Da bi preduzeće moglo iskoristiti mogućnosti koje pružaju suvremene digitalne tehnologije, potrebno je kreirati ili transformirati digitalnu strategiju preduzeća. Digitalna strategija pruža okvir za razvoj i/ili digitalnu transformaciju poslovanja preduzeća, i naglašava povezane izazove kroz primjere uspješnih i neuspješnih poduhvata.

Izgradnja učinkovite digitalne strategije veoma je važna u današnje umreženo doba. Najvrijednije globalne korporacije koriste digitalnu strategiju na način da su razvile digitalne platforme ili surađuju sa onima koji nude ekosustav zasnovan na online platformi i/ili poslovanju 'u oblaku'. Da bi preduzeće uspješno realiziralo vlastiti ekosustav zasnovan na online platformi i/ili poslovanju 'u oblaku' presudno je imati odgovarajuću digitalnu strategiju i naučiti kako se isti povezuje sa analitikom podataka, umjetnom inteligencijom i strategijom podataka u preduzeću. Digitalna strategija i na njoj zasnovana analitika omogućava kreiranje jedinstvenog i integriranog IKT ekosustava.

¹ SoftConsulting s.p. Tuzla, Trg slobode 16 (BIT Centar), 750000 Tuzla, e-mail: lejla.softic@savjetnik.ba
Izvor za sliku: <https://pixabay.com/photos/chess-ipad-3d-digital-strategy-1214226/>



Najznačajnije prepreke pri digitalnoj transformaciji

Aktualna pandemija pokazala je da značajan broj MSP na domicilnom tržištu nema adekvatnu digitalnu strategiju, kao i da je pod pritiskom vanjskih okolnosti (pandemija) ubrzan proces digitalne transformacije poslovanja. To je uticalo i na 'nove' prepreke pri digitalnoj transformaciji poslovanja, a kao 3 najvažnija faktora navode se:

- zabrinutost za privatnosti podataka i kibernetičku sigurnost
- nedostatak resursa (finansijski, kadrovski, vremenski)
- nemogućnost interpretacije podataka i informacijska preopterećenost.

Ovo nisu 'nove' prepreke pri digitalnoj transformaciji poslovanja, ali su u uvjetima pandemije ovo najznačajniji prepoznati faktori, koji se ne trebaju zanemariti niti nakon završetka pandemije, jer se radi o izuzetno važnim faktorima kojima treba posvetiti posebnu važnost pri digitalnoj transformaciji.

Procesni pristup digitalnoj transformaciji

Za uspješno savladavanje uočenih prepreka, strateški menadžeri trebaju digitalnoj transformaciji pristupati procesno. Procesni pristup podrazumijeva postepenu digitalnu transformaciju poslovanja, sukladno utvrđenim strateškim prioritetima, koji su definirani u digitalnoj strategiji preduzeća.

Primjena procesnog pristupa, pri digitalnoj transformaciji poslovanja, strateške menadžere suočava sa brojnim izazovima, a najčešće su to: nedostatak vizije i neadekvatno iskustvo u upravljanju promjenama, pri digitalnoj transformaciji poslovanja.

Dodatni izazov za strateške menadžere u MSP je nepostojanje standardizacije i dokumentovanja poslovnih procesa, što proces digitalne transformacije u MSP čini usporenijim u odnosu na velika preduzeća i korporacije, koje imaju relativno 'dobro' ustrojene poslovne procese. Sa druge strane, za strateške menadžere u velikim preduzećima i korporacijama postojeći ustroj poslovnih procesa može istovremeno biti i najveći izazov, ukoliko u organizaciji ne postoji opredjeljenje da se izvrši [reinženjering](#) poslovnih procesa, kao jedna od nezaobilaznih faza pri digitalnoj transformaciji.

Optimiziranje poslovnih procesa u preduzeću treba započeti na način da klijenti budu u središtu svih poslovnih procesa. Digitalna transformacija obično započinje sa [digitalizacijom računovodstvene funkcije](#), odnosno implementacijom ERP-a. Prodajno-marketinška funkcija i proces upravljanja odnosima sa klijentima obično je zanemaren ili se istom naknadno pristupa implementacijom odgovarajućeg [CRM rješenja](#). Kada klijenti nisu u središtu svih poslovnih procesa u preduzeću, izvještavanje neće biti prilagođeno potrebama donosilaca odluka, što dovodi do nemogućnosti interpretacije podataka i informacijske preopterećenosti u preduzeću. Procesni pristup digitalnoj transformaciji treba da obezbjedi da su svi poslovni procesi u preduzeću u funkciji usluživanja klijenata, pri čemu se planiranje i upravljanje resursima vrši na integralan način.

Zaključak

Bez obzira na izabrani model digitalne transformacije poslovanja, potrebno je da svi poslovni procesi i digitalni alati koji se koriste pri tome budu integrisani u jedinstveni informacioni sistem, kroz odgovarajuću IT arhitekturu i internu organizaciju u preduzeću, što se efikasno postiže implementacijom adekvatne digitalne strategije preduzeća.

Pri digitalnoj transformaciji poslovanja, strateški menadžment treba napraviti zaokret. Uspješna realizacija digitalne strategije treba biti primarni zadatak, koji će se realizirati primjenom odgovarajućih poslovnih modela i digitalnih tehnologija. Sve dok je u preduzeću digitalna transformacija poslovanja primarna, a digitalna strategija zanemarena, finansijski efekti ulaganja u digitalne tehnologije neće biti optimalno iskorišteni za razvojne potrebe preduzeća.