Transformacja cyfrowa firm 2020

Raport z wyników badania

Warszawa, Marzec 2021 r.

Building a better working world

Spis treści

01 — Wyboista droga do cyfrowego świata

02 — Skala zaawansowania na ścieżce #GOdigital

03 — Transformacja cyfrowa. Percepcja

04 — Droga na skróty

05 — Chmura. Odczarowywanie mitów

06 — Cyfryzacja. Priorytety

07 — Transformacja cyfrowa. Bariery

08 — Podsumowanie i wnioski

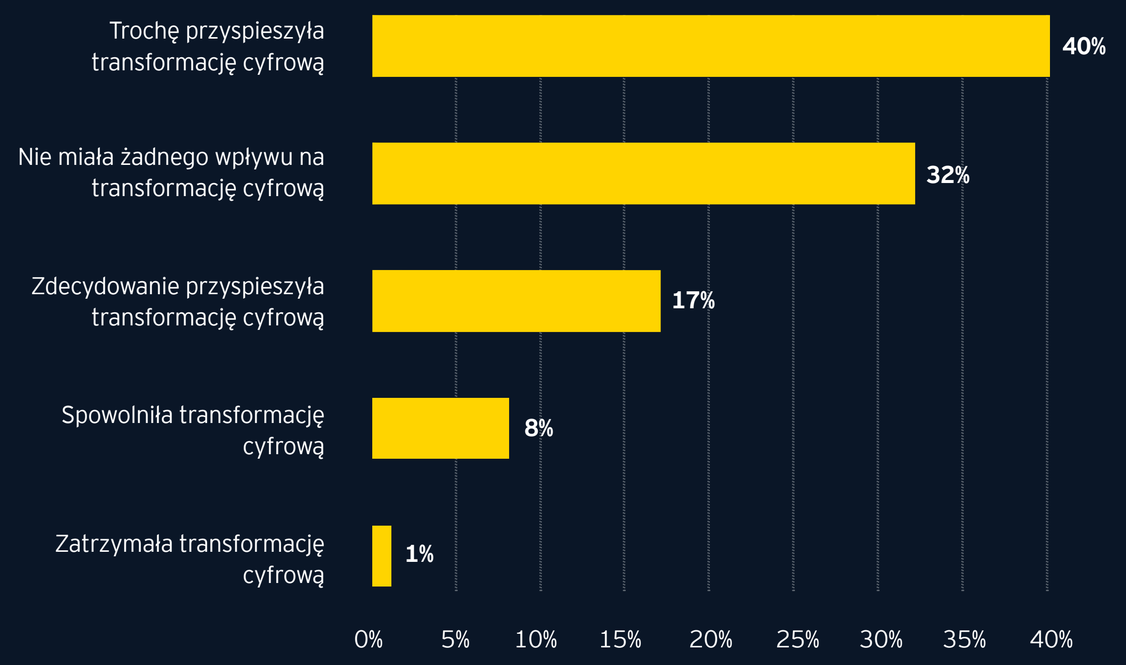
09 — Cel, metody i uczestnicy badania

01 — Wyboista droga do cyfrowego świata

Pandemia COVID-19 przyspieszyła transformację cyfrową 57% polskich firm, zwłaszcza w przypadku 27% organizacji – wynika z badania „Transformacja cyfrowa firm" przeprowadzonego na zlecenie EY przez CubeResearch pod koniec października 2020.

Badanie zrealizowano metodą CATI i CAWI na próbie 989 respondentów.

W jaki sposób pandemia COVID-19 wpłynęła na przebieg transformacji cyfrowej w Państwa firmie?



Z przeprowadzonego badania wynika, że:

91%

kadry kierowniczej dostrzega potencjał związany z transformacją cyfrową spółek.

ALE

82%

decydentów wskazuje, że największym wyzwaniem transformacji cyfrowej jest zmiana dotychczasowego sposobu myślenia.

Co więcej:

76%

przedsiębiorców deklaruje, że digitalizacja jest ich głównym priorytetem lub jednym z najważniejszych. Jednocześnie, jedna czwarta firm podchodzi do niej sceptycznie.
Ponad połowa badanych organizacji określa swoją branżę jako hybrydową – łączącą rozwiązania cyfrowe z tradycyjnymi.

21%

ankietowanych określa swoją organizację jako tradycyjna, ale z potencjałem do wdrożenia nowoczesnych rozwiązań w nieodległej przyszłości.
Niewiele mniej firm jest otwartych na nowe technologie. Co dziesiąty respondent określa swoją branżę jako tradycyjną z niską zdolnością do wykorzystania rozwiązań cyfrowych.

“

Wnioski z badania EY potwierdzają, że transformacja cyfrowa to ewolucyjny, ale nieunikniony proces. Jak wskazuje zdecydowana większość przedsiębiorców (82%) będzie to jednak wymagało zmiany sposobu myślenia oraz wielu dotychczasowych przyzwyczajeń. Na przeszkodzie stoją bowiem nawyki i rutyna w działaniu.

Praktyka biznesowa EY pokazuje, że sytuacja stopniowo się poprawia. Kadra zarządzająca dostrzega, że firmy, które szybko zareagowały na bezprecedensowe wydarzenia wywołane pandemią, nie tylko zdobyły nowych klientów i zwiększyły przychody, ale znacząco poszerzyły skalę działalności zyskując przewagę konkurencyjną. Wirus SARS-CoV-2 zmusił biznes do błyskawicznej cyfryzacji, zaskakując znaczną część przedsiębiorstw.

Wydaje się, że można wreszcie zacząć mówić o cyfrowej rewolucji.

Michał Kopyt
Partner EY

Jak określiłby/aby Pan/i stopień otwarcia na transformację cyfrową branży, w której działa Państwa firma. Które z poniższych określeń najlepiej opisuje Państwa branżę?

“

Pandemia przyspieszyła tempo digitalizacji na niespotykaną dotąd skalę. Nadejście nowej rzeczywistości udowodniło, że bycie agile jest kluczowym gwarantem utrzymania ciągłości biznesu. W warunkach dynamicznie zmieniającego się otoczenia rynkowego i rosnących wymagań klientów, skrócenie czasu dostarczania produktów i usług stało jeszcze istotniejszym czynnikiem wzrostu organizacji niż kiedykolwiek.

Obecny kształt cyfrowego świata dostarcza konsumentom więcej możliwości wyboru. W tym momencie firmy powinny więc skoncentrować się na budowaniu wysokiego poziomu doświadczeń klientów we wszystkich kanałach – zarówno online, offline, jak i hybrydowych – łączących oba te światy.

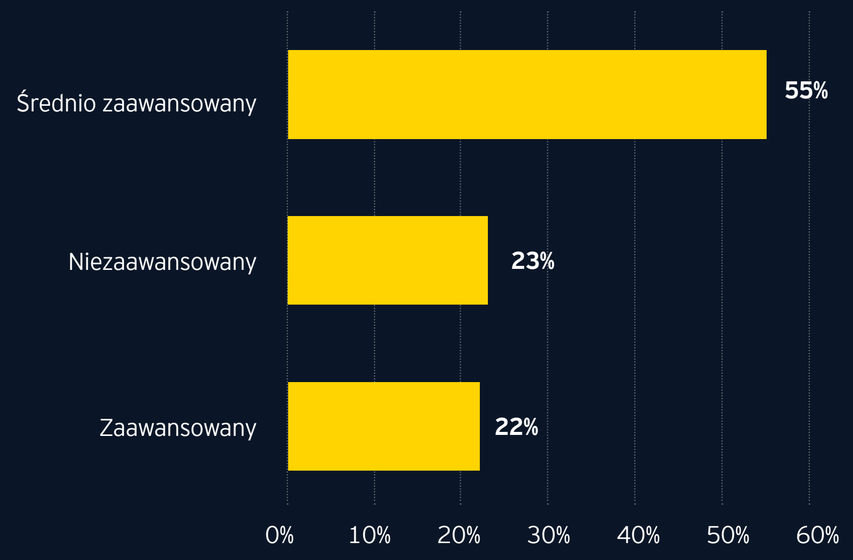
Wojciech Soleniec
Partner EY

02 — Skala zaawansowania na ścieżce #GOdigital

Respondenci ocenili stopień zaawansowania transformacji cyfrowej w ich firmie. Blisko jedna czwarta (22%) oceniła go jako zaawansowany, a nieco ponad połowa (55%) jako średni. Niski stopień zaawansowania transformacji cyfrowej wskazało 23% badanych.

Sektory, w przypadku których ankietowani najczęściej wskazywali na wysoki poziom zaawansowania transformacji cyfrowej to handel detaliczny (32%) oraz finansowy (29%).

Na jakim etapie zaawansowania transformacji cyfrowej znajduje się Państwa firma?



03 — Transformacja cyfrowa. Percepcja

Mimo że ponad trzy czwarte przedsiębiorców utożsamia digitalizację ze zwiększeniem efektywności działania, to tylko niecała połowa widzi ją jako sposób na budowanie przewagi konkurencyjnej.

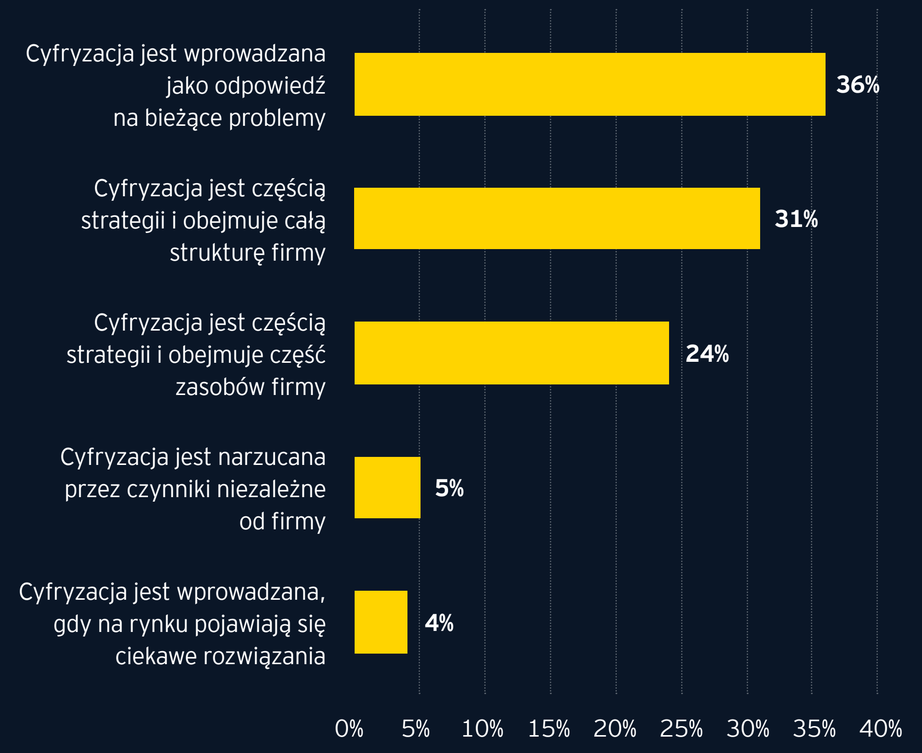
Jedna czwarta respondentów zdaje sobie sprawę z tego, że cyfryzacja to coś więcej niż tylko technologia.

Czym, z punktu widzenia Państwa firmy, jest transformacja cyfrowa?

Dla ponad połowy badanych firm transformacja cyfrowa ma charakter strategiczny, ale sposoby i powody jej wdrażania są zróżnicowane.

Mimo że ponad trzy czwarte przedsiębiorców utożsamia digitalizację ze zwiększeniem efektywności działania, to tylko niecała połowa widzi ją jako sposób na budowanie przewagi konkurencyjnej. Jedna czwarta respondentów zdaje sobie sprawę z tego, że cyfryzacja to coś więcej niż tylko technologia.

Jak wygląda wprowadzanie rozwiązań transformacji cyfrowej w Państwa firmie?



Przedsiębiorstwa wierzą, że transformacja cyfrowa przyspieszy ich rozwój, a ponad połowa jako powód jej zainicjowania wskazuje chęć dostosowania się do oczekiwań klientów.

Większość organizacji zdaje sobie sprawę, że istotniejszym czynnikiem wzrostu biznesu jest odpowiadanie na bieżące potrzeby klientów niż bezpośrednie podążanie za ruchami konkurencji.

Należy podkreślić silny wpływ pandemii na podjęcie działań w kierunku cyfrowej transformacji.

Jakie były główne czynniki decydujące o wdrożeniu transformacji cyfrowej w Państwa firmie?

“

Epidemia COVID-19 trwale zmieniła sposób funkcjonowania organizacji.

Innowacyjność i zaawansowane technologie znalazły się w centrum uwagi, stając się siłą napędową globalnej gospodarki. Lawinowo postępująca cyfryzacja i automatyzacja procesów obejmująca wszystkie sektory, od produkcji po administrację, przekłada się na wymierne korzyści finansowe oraz efektywniejsze wykorzystanie zasobów i potencjału ludzi.

EY współpracuje z przedsiębiorstwami na każdym etapie procesu transformacji, zaczynając od stworzenia koncepcji, a kończąc na wdrożeniu i nadzorowaniu zmiany.

Widzimy więc metamorfozę naszych klientów. Jeszcze nie tak dawno zainicjowanie transformacji cyfrowej było długotrwałym, żmudnym procesem, angażującym wiele jednostek. Dzisiaj wiemy, że można rozpocząć ją praktycznie z dnia na dzień i tym samym szybko zacząć czerpać związane z nią korzyści biznesowe.

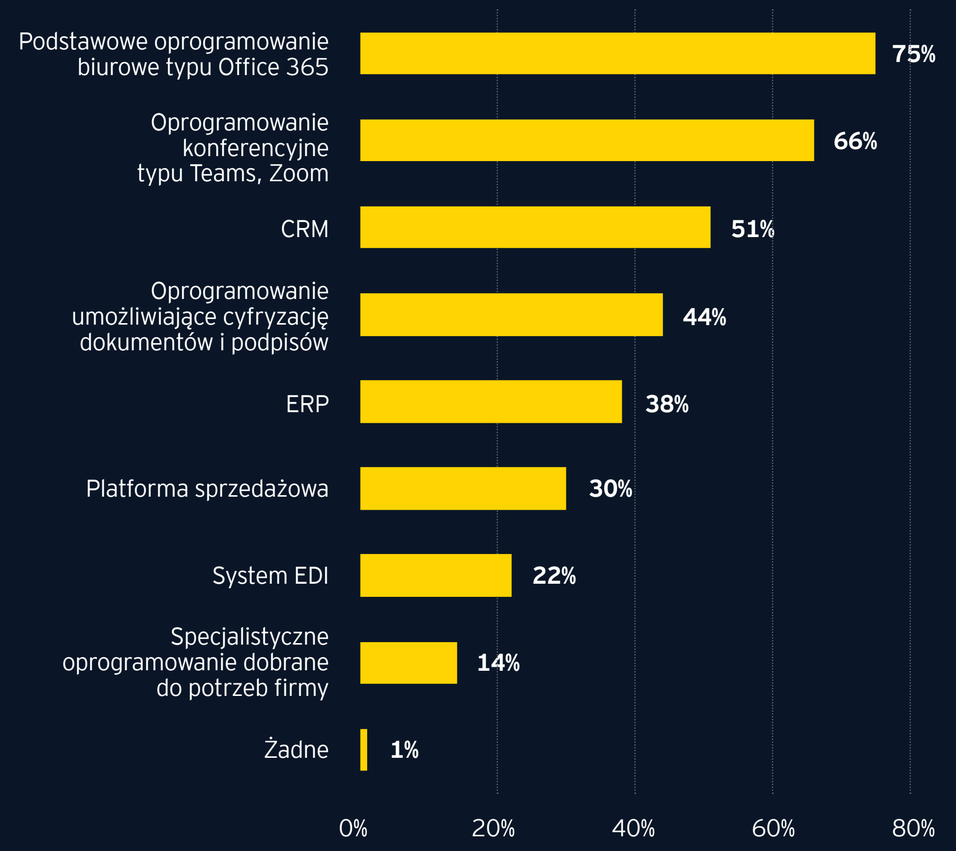
Marcin Bartoszewski
Senior Menedżer EY

04 — Droga na skróty

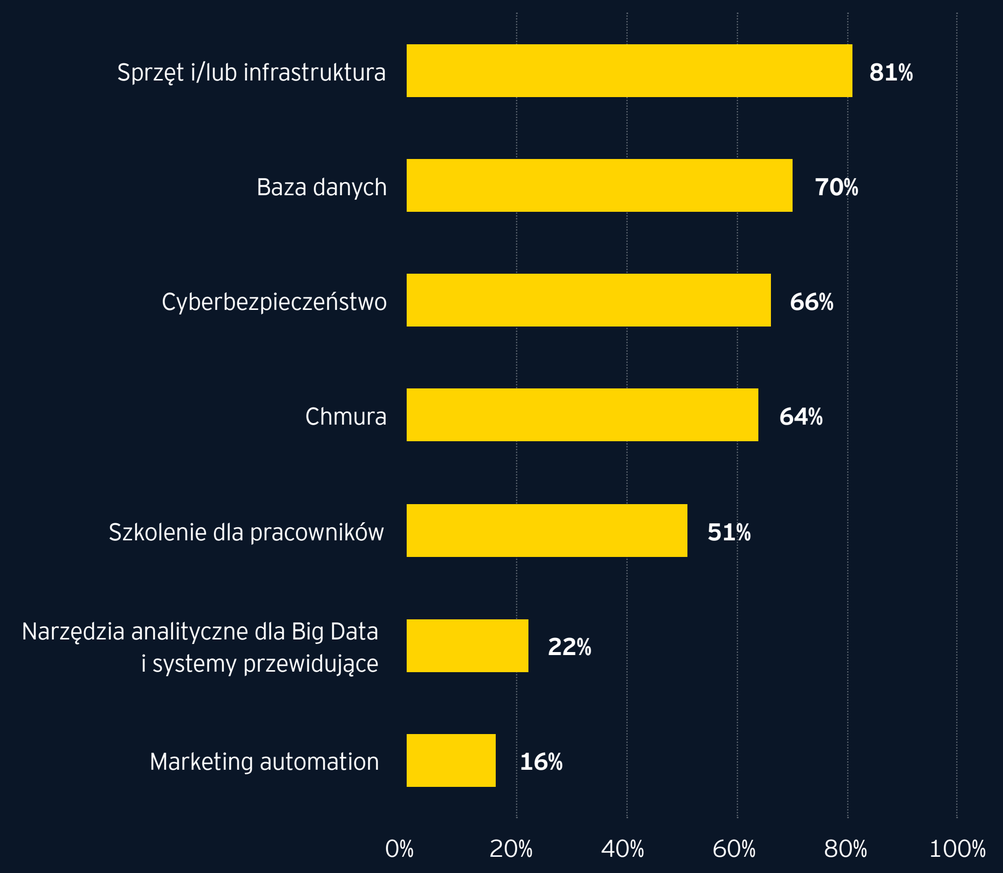
O postrzeganiu digitalizacji przez przedsiębiorców świadczą wybierane przez nich sposoby wdrażania cyfryzacji. Niestety wiele firm korzysta z najbardziej podstawowych narzędzi.

Trzy czwarte respondentów wyposażyło pracowników w podstawowe oprogramowanie biurowe typu Office 365.

W jakie rodzaje oprogramowania dotychczas zainwestowano w Państwa firmie?



Które, spośród wymienionych niżej rozwiązań zostały wdrożone w Państwa firmie w ramach transformacji cyfrowej?



Okazuje się, że bardziej zaawansowane rozwiązania związane z procesem transformacji cyfrowej nie są zbyt popularne.

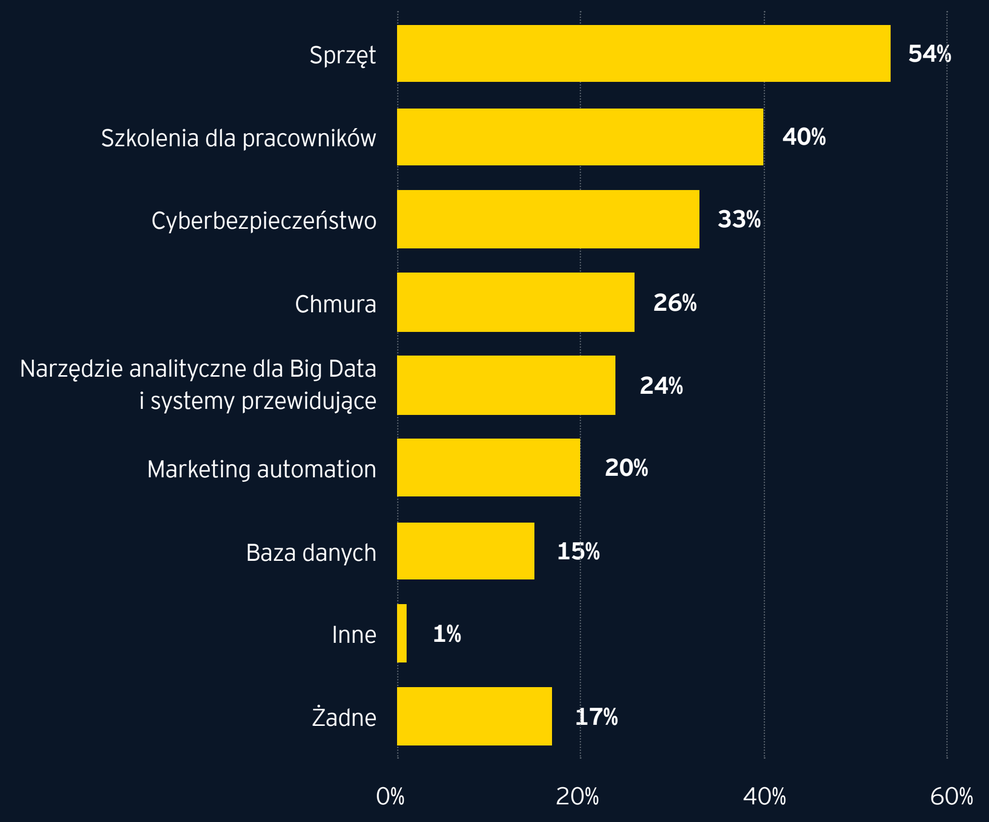
Ponad jedna trzecia respondentów (35%) zadeklarowała, że nie zamierza wprowadzać żadnego nowego oprogramowania, którego wdrożenie było planowane w najbliższych 12-18 miesiącach.

Pokazuje to, że:

wielu respondentów nie myśli o transformacji cyfrowej w sposób strategiczny i nie planuje zmian z odpowiednim wyprzedzeniem. Nie można jednak wykluczyć, że głównym powodem jest pandemia i wywołana przez nią niepewność, która powoduje odkładanie wszelkich planów inwestycyjnych na nieokreśloną przyszłość.

04 - Droga na skróty

Które, spośród wymienionych niżej rozwiązań Państwa firma planuje wdrożyć w ramach transformacji cyfrowej w ciągu najbliższych 12-18 miesięcy?



“

Prowadzenie działalności w niepewnym otoczeniu powoduje, że duża część przedsiębiorców skupia się na doraźnym „gaszeniu pożarów” i nie myśli zbyt wiele o przyszłości.

Ale są liderzy, którzy wkładają ogromny wysiłek w aktywne, bieżące działanie, jak i w lepsze przygotowanie organizacji do tego, co przyniesie przyszłość. Dlatego wdrażają automatyzacje, procesy redukowania papierowej dokumentacji, a przede wszystkim rozwijają kanały digital i phygital. I to te organizacje zdobędą przewagę konkurencyjną w warunkach nowej normalności i nowych wymagań rynku po odbudowie gospodarki.

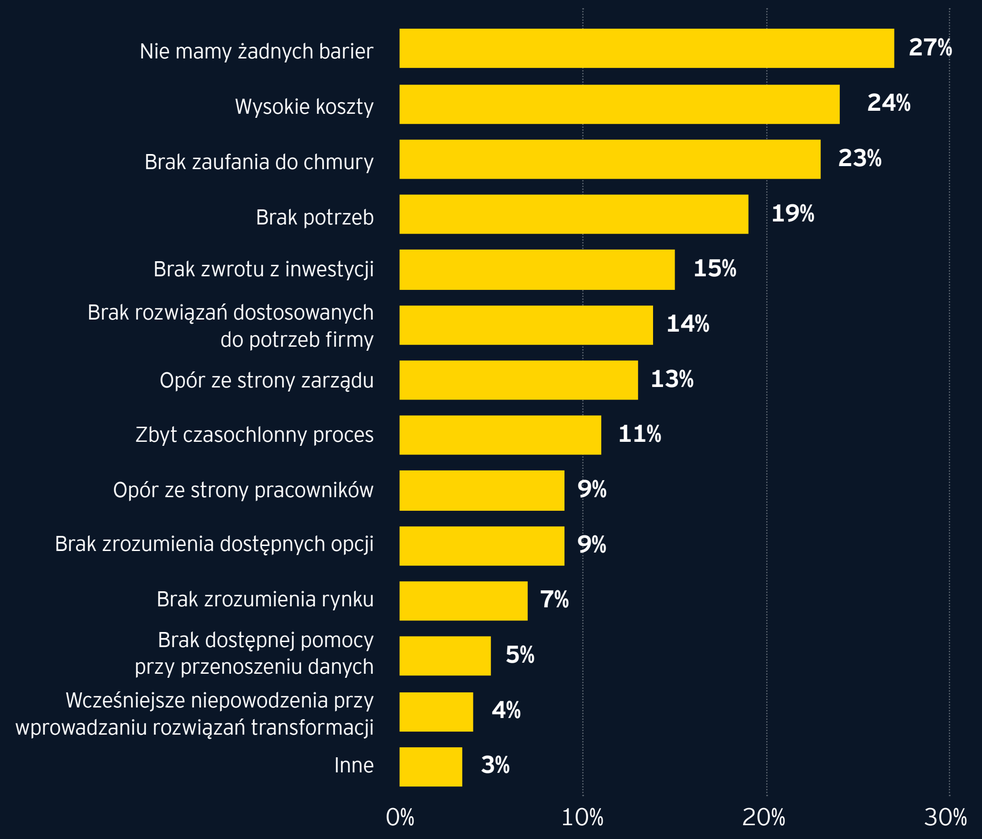
Wojciech Soleniec
Partner EY

05 — Chmura. Odczarowywanie mitów

Badanie pokazuje, że firmy traktują chmurę jako element biznesowej rzeczywistości oraz podkreślają indywidualny charakter tego rozwiązania.

Zaledwie 27% respondentów nie dostrzega aktualnie żadnych barier związanych z wykorzystywaniem chmury. Wyraźnie widać, że mit dotyczący braku bezpieczeństwa chmury powoli przestaje obowiązywać.

Jakie są główne bariery wstrzymujące Państwa firmę przed podjęciem decyzji o przeniesieniu danych do chmury?



Ponad jedna trzecia firm uważa, że w ciągu najbliższych 18 miesięcy większość zasobów pozostanie w formie tradycyjnej, a tylko część będzie w chmurze.Badanie pokazuje, że wciąż część organizacji pozostaje sceptycznie nastawiona do tej technologii.

Jak Pana/i zdaniem, w Państwa firmie, będzie wyglądało wykorzystanie chmury w perspektywie najbliższych 18 miesięcy?

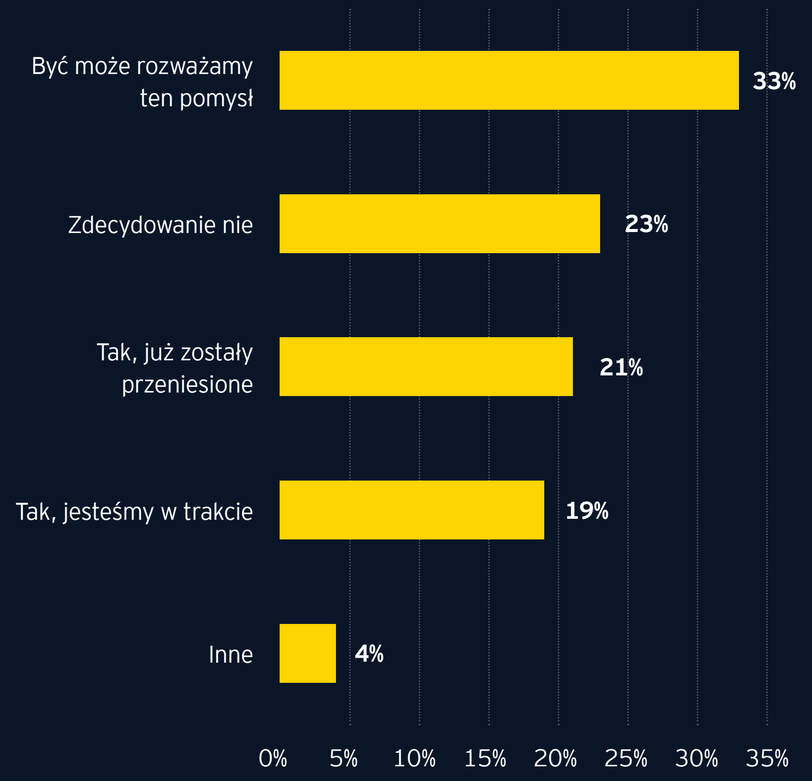
Komunikacja i współpraca to najważniejszy powód przenoszenia zasobów firm do chmury.

Wymuszona przez pandemię praca zdalna może być jedną z przyczyn tego, że ponad połowa przedsiębiorstw jako motyw przeniesienia zasobów firmy do chmury wskazała chęć poprawy komunikacji, a także jakości współpracy.

Jakie były najważniejsze motywy przeniesienia zasobów Państwa firmy do chmury?

Niezależnie od uprzedzeń i stereotypów dotyczących chmury spora grupa przedsiębiorców (33%) rozważa rozpoczęcie jej wykorzystywania.

Czy Państwa firma przeniosła lub rozważa taki ruch w zakresie oprogramowania (np. testowego) do chmury?



“

Wyniki badania pokazują, że chmura jest przede wszystkim postrzegana jako alternatywa dla infrastruktury sprzętowej i lokalnego utrzymania aplikacji. Wraz z rosnącą popularnością tego rozwiązania należy spodziewać się zwiększenia zaufania oraz identyfikacji wartości, które – mimo kosztów – przynosi.

Ważnymi zaletami chmury są wysoki poziom bezpieczeństwa, niezawodność i skalowalność na poziomie praktycznie nieosiągalnym w lokalnych rozwiązaniach on-prem. Póki co innowacyjność jest niedostrzeganym atutem. Tymczasem producenci coraz częściej wprowadzają nowości technologiczne najpierw w chmurze, a dopiero potem w kolejnych wydaniach implementują je w wydaniach on-prem. Wszystko wskazuje na to, że ten trend się utrzyma. To dla użytkowników oznacza, że brak adaptacji chmury może spowodować opóźnienie lub wręcz odcięcie się od dostępu do przełomowych nowości technologicznych. Nie bez znaczenia jest też czas życia rozwiązań chmurowych, które są prostsze w implementacji, a jednocześnie szybsze do uruchomienia i pozwalają organizacji skoncentrować się na działaniach biznesowych.

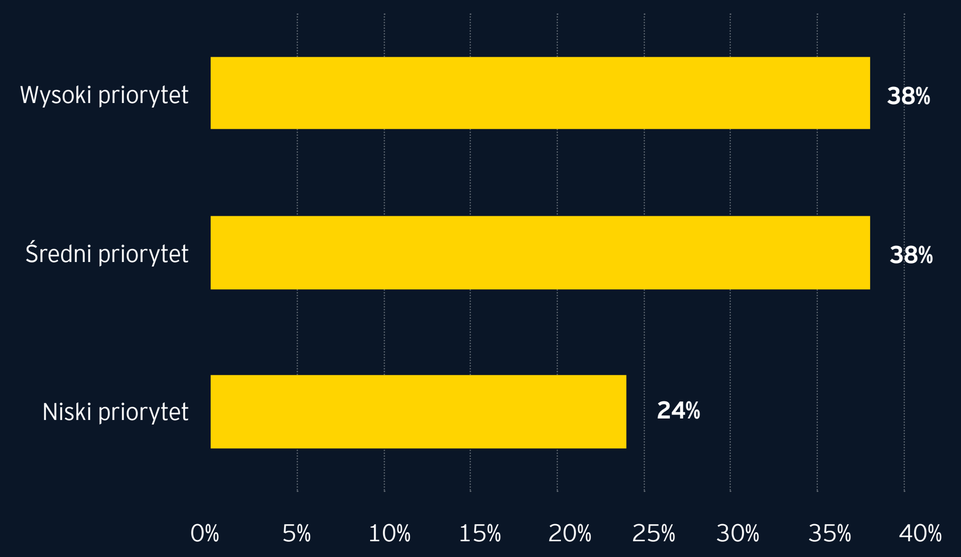
Ostatnim niemniej ważnym tematem jest przeniesienie wysiłku związanego z modernizacją i utrzymaniem aplikacji na dostawcę rozwiązania chmurowego. To daje szansę zarówno na relokację kosztów, jak i odciążenie własnej organizacji.

Radosław Frańczak
Partner EY

06 — Cyfryzacja. Priorytety

Badanie pokazuje, że większa część respondentów traktuje transformację cyfrową dość poważnie. Dla 38% ma wysoki priorytet, średni dla kolejnych 38%. Ale – co już wskazywano – rzeczywistość nie zawsze idzie w parze z deklaracjami.

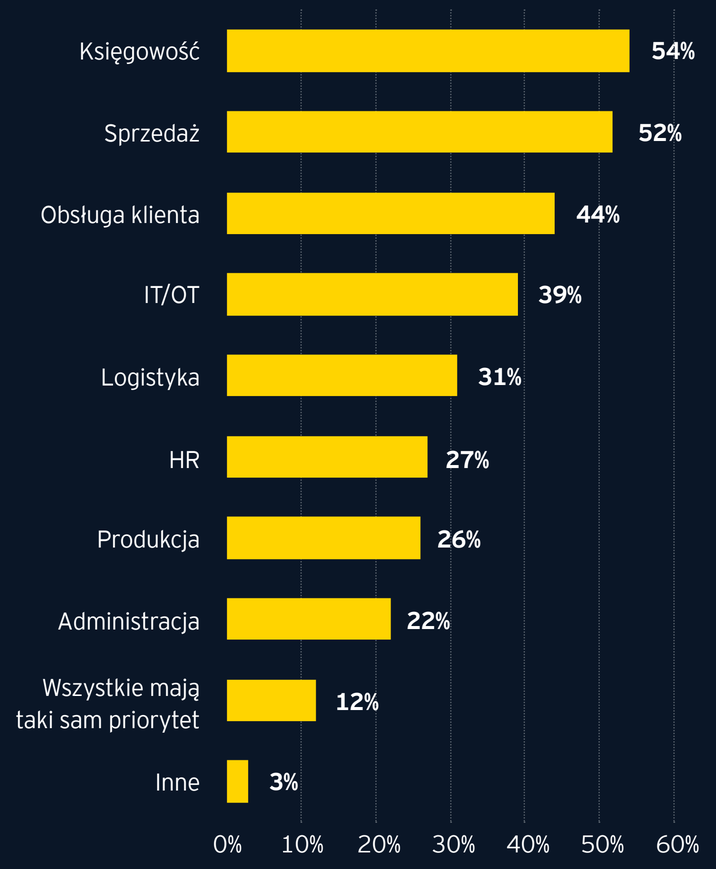
Na ile transformacja cyfrowa jest priorytetem dla Państwa firmy?



Cyfrowa transformacja obejmuje przede wszystkim dział księgowości, sprzedaży i obsługi klienta.

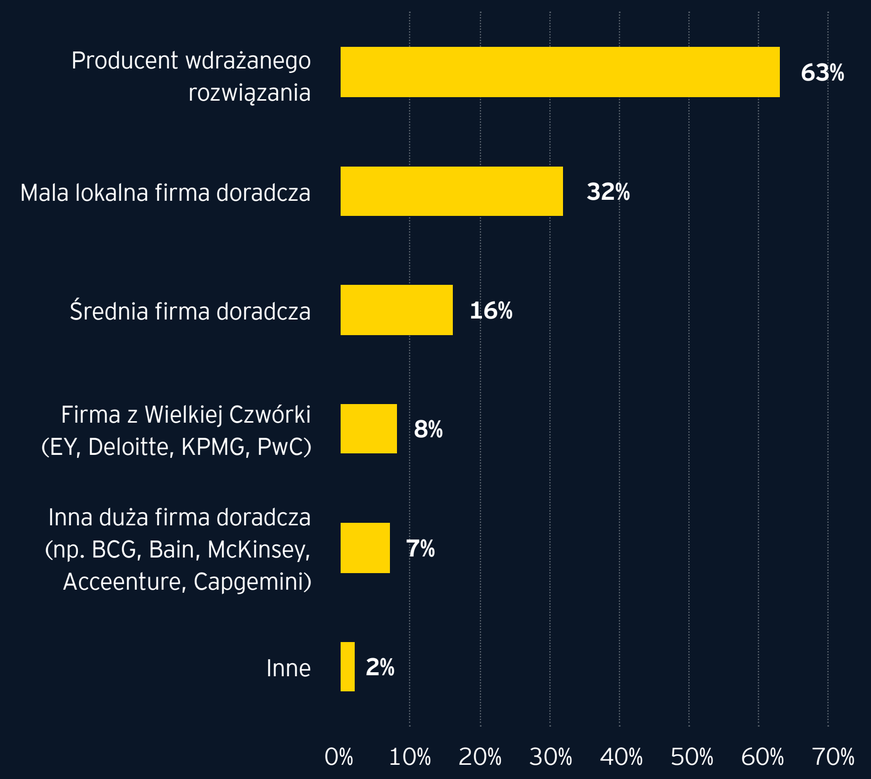
Widać więc nacisk, z jednej strony na obszary charakteryzujące się najniższym poziomem automatyzacji, z drugiej – generującej rozwój biznesu.

Które działy lub procesy w firmie są priorytetowe pod względem kolejności wdrażania transformacji cyfrowej?



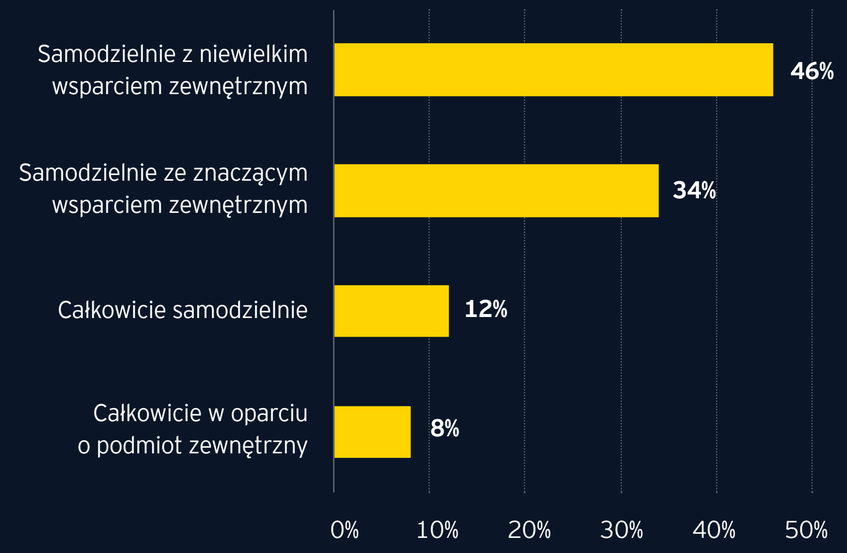
Najpopularniejszym podmiotem wspomagającym wdrażanie transformacji cyfrowej jest jego producent. Tylko 8% przedsiębiorców skorzystało z usług tzw. Wielkiej Czwórki, a 7% z innych dużych firm doradczych.

Kto wdraża lub pomaga wprowadzać zmiany związane z transformacją cyfrową w Państwa firmie?



Prawie połowa badanych firm (46%) wdraża rozwiązania transformacji cyfrowej w zasadzie samodzielnie, korzystając ze wsparcia zewnętrznego tylko w niewielkim stopniu. W sumie aż 80% respondentów łączy własną pracę z ekspertyzą zewnętrznych doradców.

Jak wygląda wdrażanie rozwiązań transformacji cyfrowej w Państwa firmie?



“

Wiele organizacji traktuje transformację cyfrową jako ryzyko. Nie mniej jednak jeszcze większym ryzykiem jest brak działania i pozostawanie w tyle za konkurencją oraz rosnącymi oczekiwaniami coraz bardziej wymagających klientów.

Od lat wspieramy naszych klientów w pokonywaniu wyzwań związanych z funkcjonowaniem w cyfrowej rzeczywistości, wykorzystując przy tym głęboką wiedzę rynkową, doświadczenie oraz innowacyjne technologie. Dzięki efektywnej współpracy organizacje szybciej zaczynają czerpać korzyści z podjętych działań transformacyjnych przy jednoczesnej minimalizacji ryzyk.

Wojciech Soleniec
Partner EY

07 — Transformacja cyfrowa. Bariery

Jedną z głównych barier transformacji cyfrowej są zbyt wysokie koszty, które wskazała ponad jedna trzecia respondentów (35%). Przedsiębiorcy wymieniali też obawy pracowników przed zmianą (28%), braki kompetencji lub zasobów (25%) oraz specyfikę działalności (23%).

Z kolei 21% przedsiębiorców identyfikuje takie bariery jak brak odpowiedniej strategii (21%) lub fakt, że nie jest to priorytet (20%). 19% spółek odkłada decyzje na później lub jest zadowolona z obecnego stanu.

Brak kultury organizacyjnej nastawionej na wdrażanie innowacji wskazało 18% respondentów, a 16% niską stopę zwrotu z inwestycji. Barierą dla 14% firm okazał się brak lidera do przeprowadzenia zmian oraz obawy zarządu przed zmianą (12%). Tylko 13% przedsiębiorstw nie wskazało żadnych barier przy wprowadzaniu rozwiązań w zakresie transformacji cyfrowej.

08 — Posumowanie i wnioski

Pandemia COVID-19 zmotywowała wiele firm do digitalizacji. I chociaż tylko 8% respondentów określiło swój stopień cyfryzacji jako bardzo zaawansowany, to zdecydowana większość kadry kierowniczej (91%) widzi związany z tym potencjał. Jednocześnie podkreśla, że konieczna będzie zmiana dotychczasowego sposobu myślenia i działania.

Ponad trzy czwarte przedsiębiorców utożsamia digitalizację ze zwiększeniem efektywności działania. Niewiele mniej postrzega ją jako odpowiedź na potrzeby klientów oraz jako sposób na zmniejszenie kosztów.

O percepcji przedsiębiorców świadczy jednak obrana przez nich ścieżka doboru dostępnych na rynku rozwiązań związanych z wdrażaniem strategii cyfryzacji. Przewaga wykorzystania najbardziej podstawowych narzędzi wskazuje, że wielu z nich rozumie transformację cyfrową jako zastosowanie najprostszych metod. Aż trzy czwarte respondentów podjęło decyzje o wyposażeniu pracowników wyłącznie w podstawowe oprogramowanie biurowe typu Office 365, a 66% w oprogramowanie konferencyjne.

Przedsiębiorcy korzystają niemal wyłącznie ze standardowych rozwiązań. Dotychczas niewielu z nich zdecydowało się sięgnąć po spersonalizowane narzędzia. Tylko 14% firm korzysta ze specjalistycznego oprogramowania, dostosowanego do ich potrzeb.

81% firm wykorzystuje sprzęt oraz buduje odpowiednią infrastrukturą związaną z procesem transformacji cyfrowej. Nawet w tradycyjnie zarządzanych firmach, które stanowią 9% respondentów, pojawiły się podstawowe rozwiązania z zakresu transformacji cyfrowej. Tylko jeden procent spółek w ogóle nie inwestuje w cyfrowe technologie.

Polskie spółki rozumieją digitalizację głównie jako automatyzację procesów, ale wskazują też bardziej zaawansowane technologicznie rozwiązania: posiadanie bazy danych (70%), cyberbezpieczeństwo (66%) oraz chmura (64%). Ponad połowa badanych firm (51%) przeprowadziła szkolenia dla pracowników związane z wprowadzaną zmianą.

Zdecydowanie mniej popularne okazały się narzędzia analityczne dla Big Data i systemy przewidujące. Wprowadziło je niecałe 22% ankietowanych firm. Natomiast rozwiązania z zakresu marketing automation zostały wdrożone przez 16% respondentów.

Pandemia przyczynia się do panującej na rynku niepewności. W efekcie wszelkie plany inwestycyjne są odkładane na nieokreśloną przyszłość. Wielu respondentów nie myśli o transformacji cyfrowej w sposób strategiczny oraz nie planuje zmian z odpowiednim wyprzedzeniem.

Popularnością cieszy się oprogramowanie, które umożliwia cyfryzację dokumentów i podpisów (27%). Taki sam procent firm deklaruje, że mimo istniejących stereotypów i uprzedzeń nie ma obaw dotyczących chmury. Badanie pokazuje, że chmura jest już elementem biznesowej rzeczywistości, respondenci podkreślali indywidualny charakter tego rozwiązania, ale dodawali, że wymaga dokładnego zbadania możliwości i potrzeb.

Ponad połowa firm (54%) zdecydowała się przenieść zasoby firmy do chmury mając na celu poprawę komunikacji i współpracy. Druga połowa jest dość sceptycznie nastawiona i będzie wymagać specjalnej akcji edukacyjnej. 23% badanych firm jest nieco mniej nieufna i planuje przeniesienie około połowy zasobów do chmury, zostawiając resztę w tradycyjnej formie. 16% zamierza przenieść większą część danych, a jedynie 4% chce mieć w chmurze całość swoich zasobów.

Niezależnie od uprzedzeń i stereotypów dotyczących przeniesienia lub planów skorzystania z chmury najwięcej badanych firm, bo ponad jedna trzecia, rozważa ten pomysł. 40% firm już przekonała się do tego rozwiązania. Ponad połowa z nich przeniosła część systemów bądź oprogramowania, a 19% jest w trakcie tego procesu. Większość firm wprowadza transformację cyfrową przede wszystkim w działach księgowości, sprzedaży i obsługi klienta.

80% przedsiębiorstw wdraża nowe rozwiązania łącząc własną pracę z wiedzą zewnętrznych doradców. Jedynie 15% spółek korzysta z pomocy najbardziej doświadczonych podmiotów na rynku.

Ponad jedna trzecia respondentów (35%) wskazała zbyt wysokie koszty jako jedną z głównych barier transformacji cyfrowej. Tylko 13% respondentów nie zidentyfikowało żadnych barier przy wprowadzaniu rozwiązań w zakresie transformacji cyfrowej.

09 — Cel, metody i uczestnicy badania

Głównym celem badania było sprawdzenie potencjału transformacji cyfrowej w polskich spółkach, widzianego oczami kadry kierowniczej lub zarządzającej.

Połowa objętych badaniem respondentów (50%) zajmuje pozycję kierownika bądź szefa działu IT, Finansów, HR i sprzedaży. Prawie jedna czwarta (24%) to członkowie zarządu lub dyrektorzy, a jedna piąta (20%) jest właścicielem bądź współwłaścicielem badanej firmy. Tylko 6% respondentów pracuje na niższym stanowisku.

W badaniu wzięli udział przedstawiciele różnych branż. Zgodnie z założeniami przyjrzeliśmy się ze szczególną uwagą czterem: produkcji, finansom, handlowi i logistyce. Najwięcej – ponad jedna czwarta respondentów (27%) – jest z branży produkcyjnej. Na drugim miejscu (19%) uplasował się handel. Następnie finanse (9%) i logistyka (8%). Wszystkie pozostałe branże stanowią 37% respondentów. Większość badanych firm (66%) ma przeszło 10-letnie doświadczenia na rynku. Jedynie nieco mniej niż jedna piąta (19%) prowadzi działalność krócej niż dekadę, podczas gdy 15% jest na rynku od mniej niż 5 lat.

Struktura przychodów badanych firm jest różnorodna. Najwięcej, bo 36%, generuje rocznie od 50 do 150 mln PLN zysku. Przychody około jednej czwartej firm (24%) wynoszą od 150 do 300 mln PLN, a ponad jednej piątej (22%) do 50 mln PLN. Najmniejsza grupa firm, czyli 18%, generuje roczne przychody przekraczające 300 mln PLN.

Uczestnicy badania zostali również zapytani o procent budżetu, który rocznie przeznaczają na transformację cyfrową. Ponad połowa respondentów (52%) zadeklarowała, że ich firma przeznacza do 3% przychodu, a około jedna czwarta 4 – 5% z zysku. Mniej niż 10% ankietowanych przekazuje 6 – 10% przychodu. Tylko 8% przeznacza powyżej 10% przychodów.

Building a better
working world