

Vse več podjetij se digitalizira – in to je dobro

0

20.09.2016 22:30 Finance 183/2016

To pa pomeni tudi veliko posla: samo NLB bo v digitalizacijo vložila 30 milijonov evrov

ROK PIKON , NOVICI MIHAJLOVIĆ



Digitalizacija ni nič drugega kot izboljševanje učinkovitosti procesov – s tem pa se podjetja ukvarjajo že dolgo časa. Je pa digitalizacija »modna«, vse hitrejši računalniki lahko obdelajo vse več podatkov, kar pomeni velike možnosti za zviševanje dodane vrednosti ali za prihranke – v začetku pa tudi velika vlaganja.

Kaj sploh pomeni digitalizacija? Najbolj poenostavljeno rečeno to, da lahko vse naredite prek interneta. Za podjetja to pomeni, da lahko tudi proizvodne linije upravljajo prek interneta. Tudi to, da stroj sam naroči material, ko ga potrebuje, ali pa sam sporoči, da se bo pokvaril – če ne zamenjate natančno določenega dela. Digitalizacija industrije je ena izmed glavnih agend **Angele Merkel**, ki se zelo dobro zaveda, kako pomembno je, da nemška industrija (zelo velik kupec

slovenskih podjetij) pri tem ne zaostane za svetom oziroma mora biti celo nosilka razvoja.

Digitalizacija lahko prihrani do 40 odstotkov

Lan Filipič iz **Deloitta** pravi, da so se banke večinoma zatekale k običajnim ukrepom krčenja stroškov, malo pa jih je poseglo v svoje poslovne modele ali interne procese. »Digitalizacija še vedno pomeni velik izziv, a hkrati tudi priložnost za izboljšanje dobičkonosnosti prek znižanja stroškov, dolgoročno po nekaterih ocenah tudi do 40 odstotkov,« dodaja Filipič.

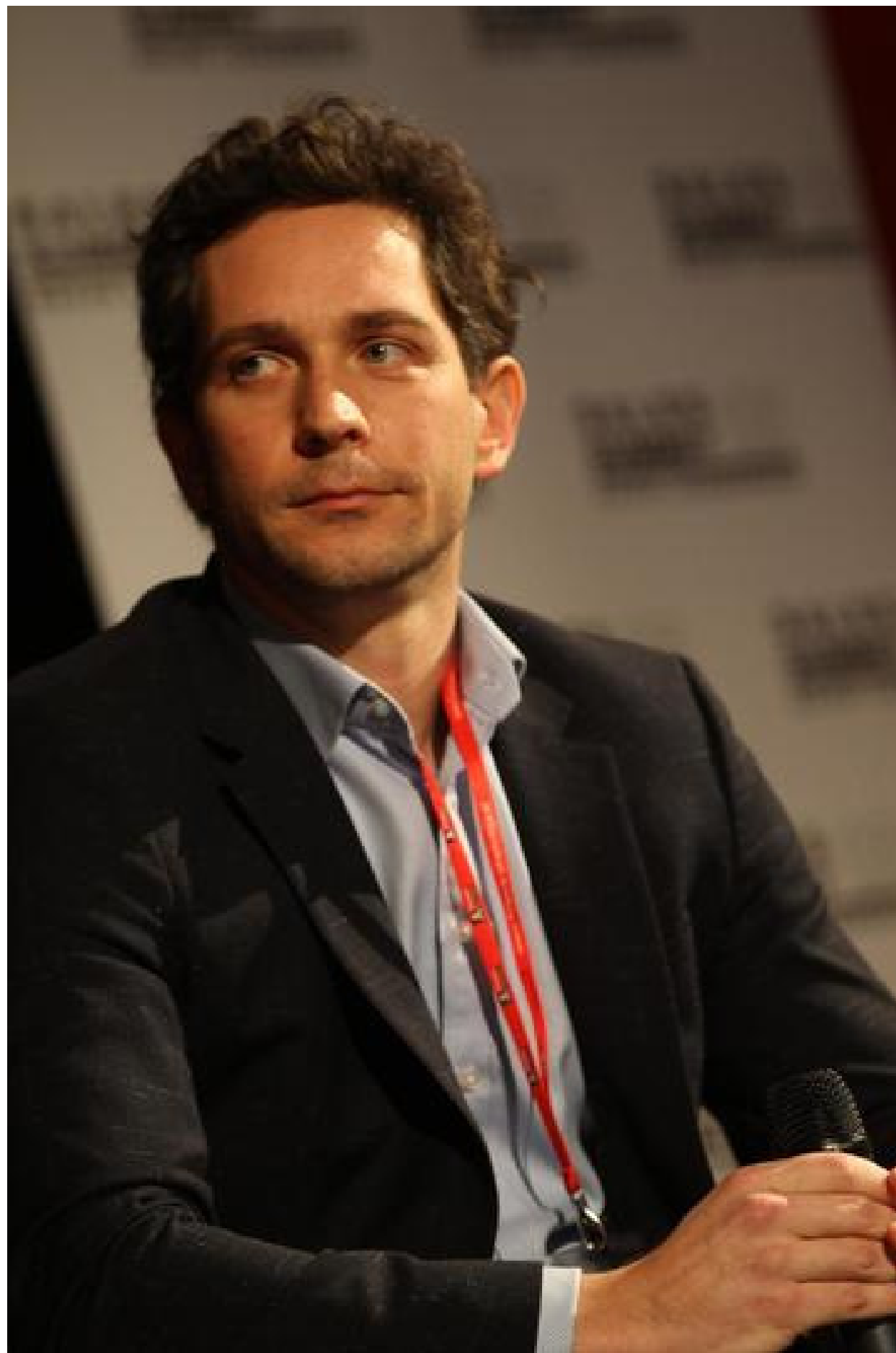
Lani večjih digitalnih preobrazb niso zaznali, letos pa pričakujejo, da bodo finančne institucije posvetile več pozornosti temu področju. Inovacije lahko pričakujemo predvsem na področju mobilnega plačevanja, olajšanega izvajanja transakcij, instantnega zvišanja limita, vlaganj in mnogih drugih novih digitalnih funkcionalnosti.

Lahko NLB z digitalizacijo postane seksi banka?

Največja slovenska banka namerava v prihodnjih petih letih po naših neuradnih informacijah v digitalizacijo vložiti 30 milijonov evrov. Posebej za digitalno preobrazbo banke so konec prejšnjega leta zaposlili **Matjaža Mušiča**, ki ima nalogo posodobiti procese in tudi izboljšati uporabniško izkušnjo za stranke. Z Mušičem smo se pogovarjali o tem, kako si digitalizacijo sploh predstavljajo, konkretno, kaj od tega ima komitent. Zanimiv primer: predstavljajte si, da po spletu plačujete račun za elektriko. **Nato** dobite sporočilo, da štiričlanske družine, kot je vaša, na tistem območju v povprečju plačujejo 12 odstotkov manj, ker imajo cenejšega ponudnika. Ker ste že vpisani z digitalnim potrdilom, lahko takoj sklenete pogodbo z novim ponudnikom in razveljavite staro pogodbo. Kako hitro bi bile možne takšne bančne storitve? »Ne še tako hitro, svoje procese morajo prilagoditi tudi ponudniki elektrike,« pravi Mušič.

Kako pa so pri banki že izkoristili možnosti, ki jih prinaša digitalizacija? »Imamo mobilno aplikacijo KlikIn, s katero lahko denar nakažete ljudem, ki jih imate v telefonskem imeniku, seveda če oba uporabljata KlikIn in nam je znana GSM-številka obeh komitentov.« To močno olajša nakazovanje denarja, pri katerem je ponavadi treba poznati precej številok oziroma kod. Mušič pravi, da

vam za sklenitev poslovnega odnosa kmalu sploh več ne bo treba iti na banko, bo pa za to potrebna nadgradnja tehnologije, pa tudi prilagoditev slovenske zakonodaje, ki tega za zdaj še ne omogoča.



Miha Žerko Foto: Irena Herak

Zakaj vsi govorijo o digitalizaciji?

Miha Žerko, dolgoletni prvi mož IT-družbe **SRC**, zavrača skrivnostnost in nedosegljivost procesov, ki jih zavijamo v pojem digitalizacija, po njegovem da smo že vsi v gospodarstvu digitalizirani, različne so le stopnje digitalizacije, ki jih dosegamo. »Najbolj drugačen, za večino javnosti sporen del digitalizacije je depersonifikacija poslovanja. Denimo **Uber** je že tak primer, ko uporabnik, če noče, tako rekoč nima neposrednega stika z voznikom,« pravi Žerko.

Nove generacije menedžerjev so prinesle preskok

Medtem ko so se v IT-podjetjih še pred desetletjem zelo trudili, da bi menedžerje v podjetjih prepričali, kako nujno je razpravljati o e-poslovanju (to je ena od faz digitalizacije), danes menedžerji na veliko razpravljajo o digitalizaciji. »Ta prehod pripisujem novi generaciji menedžerjev, ki so v nasprotju s prejšnjimi tehnološko bolj ozaveščeni,« pravi Žerko. Po njegovem mnenju lahko slovenska industrija večino rešitev na področju digitalizacije dobi pri domačih ponudnikih, vendar pa teh rešitev ne moremo označiti za domače, saj gre povečini za domače znanje na tujih platformah.

Kako daleč so naše finančne ustanove

Banke, zavarovalnice in druge finančne ustanove pri nas so po Žerkovi oceni že precej napredovale na poti k digitalizaciji svojega poslovanja. Med zanimivimi rešitvami Žerko poudarja konsolidacijo vseh IT-sistemov v eni od bank, digitalizacijo vseh posojilnih poslov za fizične osebe, ki avtomatizira izračun bonitet posojilojemalcev, izdelavo rešitev za zavarovalnice, da bodo lahko strankam ponujale zavarovanja za nekaj ur, in podobno. »Samo na področju finančne industrije imajo naša IT-podjetja že zdaj zagotovljenega za več let dela, nikakor ni strahu, da bi zmanjkalo posla za nove generacije študentov informatike,« pravi Žerko.



Mark Pleško Foto: Aleš Beno

Država s palico in korenčkom lahko precej doseže

Da imajo slovenska podjetja na področju digitalizacije kar precej znanja, je država že spoznala skozi strategijo pametne specializacije, kjer so osrednje teme med drugim industrija 4.0, pametne hiše in pametna mesta. Pobudo države, da prek razpisov poveže podjetja v konzorcij na tem področju, **Mark Pleško** iz **Cosylaba** pozdravlja. Še posebno se mu zdi dobrodošel pristop države po načelu korenčka in palice, da podjetja dobijo denar na razpisu le, če se povežejo v konzorcij in tako združijo sile. Glavna pobudnika digitalizacije sta tudi tehnološki mreži za IKT in za tehnologijo vodenja procesov, pa tudi Inženirska akademija Slovenije, ki digitalizacijo uvršča med temelje uspešnega inovacijskega modela.

Kdo je najbolj digitaliziran v deželi tej?

V Cosylabu, ki sodi v svetovni vrh v niši krmiljenja jedrskih pospeševalnikov, z domačimi podjetji sicer nimajo prav veliko izkušenj, vendar ocenjujejo, da je stopnja digitalizacije slovenskih podjetij zelo odvisna od tega, s kom podjetje posluje. »Podjetje iz Slovenije, ki tesno sodeluje z močno digitaliziranim

podjetjem v tujini, se bo tudi samo digitaliziralo. Denimo dobavitelji avtomobilski industriji so vsi digitalizirani, ker to od njih pričakuje njihov kupec,« meni Pleško.

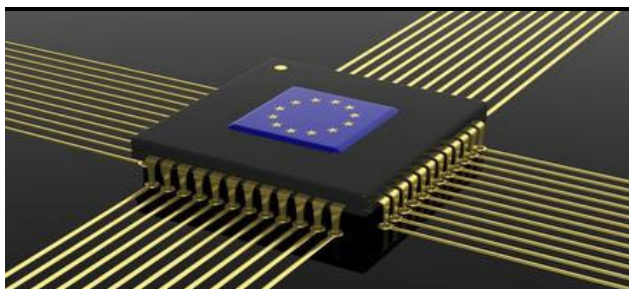
Članek je izšel v tiskani izdaji 21.09.2016, št. 183/2016 .

KOMENTIRAJ 0

Naročite brezplačni tedenski Finance Podjetnik

Vaš e-naslov

POTRDITE PRIJAVO



Novi val naložb v evropsko digitalno infrastrukturo: 700 milijard evrov 9



Naše! Kaj, za vruga, je v NLB, da je politika ne da? 19



Zna SDH prodati NLB in kakšni so apetiti? 4



Ko prehodiš transverzalo CDT, je nedosegljivo samo še vesolje



Stranke poznajo skrivnosti o vas, ki jih še sami ne veste. Jih poslušate?



Še iz krize nismo, napihuje pa se že nov balon 11



MOS: od harmonike do Kitajcev



Dajte si duška v kopalnici