

Mitovi digitalne transformacije na novom Digital Takeoveru

Dr. **Nenad Filipović**, stručnjak za digitalnu transformaciju i direktor korporacijskih obrazovnih programa **IEDC** - Poslovne škole Bled, održati će predavanje na temu "Mitovi digitalne transformacije".

Viber Email

49 prikaza



Autor: **24sata** Petak, 01.02.2019. u 10:58

Na nadolazećem **Digital Takeoveru 12. ožujka u Cinestaru Branimir Centra u Zagrebu**, **Dr.**

Nenad Filipović održat će predavanje na temu **"Mitovi digitalne transformacije"** u kojem će se osvrnuti na uvriježene stereotipe o promjenama koje u poslovanju donosi digitalna tehnologija te pokazati što se skriva iza njih. Ilustrirat će ključne dileme s kojima se susreće menadžment poduzeća u našoj regiji te izazove prenošenja svjetskih iskustava u naše okruženje. U svojoj će prezentaciji postaviti ključna pitanja na koja moramo odgovoriti ukoliko želimo u svojem poduzeću iskoristiti digitalnu tehnologiju za pridobivanje konkurentne prednosti.

Dr. **Nenad Filipović** je predavač, voditelj **MBA** projekata i direktor korporacijskih obrazovnih programa **IEDC** - Poslovne škole Bled, a s njim smo razgovarali o jedinstvenosti **IEDC** programa u odnosu na druge **MBA** programe, kao i o ključnim faktorima transformacije kompanija. Filipović u intervjuu navodi kako je u tvrtkama ključno stvoriti okruženje u kojem strah nije dominantan faktor te naglašava kako se ljudi ne boje promjene kao procesa, nego negativnog ishoda. **IEDC – Poslovna škola**

Bled jedna je od vodećih međunarodnih institucija takve vrste u Europi te jedna od najuglednijih poslovnih škola na svijetu. Ujedno je i **ekskluzivni edukacijski partner** konferencije Digital Takeover.

Jedan ste od istaknutijih predavača IEDC škole. Što vas je inspiriralo da iz korporativnog svijeta pređete u akademske vode? Možete li ukratko opisati vaš razvojni put?

Nakon što sam magistrirao računarstvo na Sveučilištu u Zagrebu, današnjem Fakultetu elektrotehnike i računarstva, počeo sam raditi u tvrtki Rade Končar i to prvo kao vođa jednog razvojnog programa, a kasnije sam postao član Uprave. U to vrijeme, krajem 80-ih, Končar je bio pred restrukturiranjem. Zapravo, nisam planirao mijenjati poziv iz menadžerskog u profesorski, no dogodilo se spontano. **IEDC** je već bila ugledna poslovna škola, a dio menadžmenta iz američke tvrtke General Electric je, pokušavajući sagledati situaciju i moguće prilike u ovom dijelu Europe, došao u posjet Poslovnoj školi Bled. Škola je pomogla organizirati posjet članova General Electrica pojedinim kompanijama u regiji pa tako i Končaru, u kojem sam ja tada radio. Tom sam prilikom upoznao gospođu **Danicu Purg**, prvu direktoricu škole, koja me pozvala da se

angažiram u školi i nakon dva mjeseca pregovora u to i uvjerila. Upotrijebila je pri tom zanimljiv pristup - pitala me, između ostalog, što je za mene kao člana Uprave Končara bio najveći izazov, na što sam joj odgovorio da je u kompaniji premalo ljudi koji su spremni i sposobni provesti velike promjene. Kasnije, moja je misija postala educirati upravo čelne ljude kompanija i promijeniti njihov način razmišljanja.

Po čemu je **IEDC** program jedinstven u odnosu na druge **MBA** programe u svijetu?

Za našu školu **MBA** program čini približno 25% aktivnosti, a ostalo su specijalizirani programi usmjereni na neposredni rad s korporacijama. **IEDC** je usmjeren na opći menadžment, odnosno na to što uprava i ljudi koji vode tvrtku moraju znati o poslu, tzv. „pogled na poduzeće s vrha“. Naša škola se ističe u sposobnosti obrazovanja menadžera da steknu cjelovito razumijevanje poslovne situacije. Primjerice, na predmetu financije naš cilj nije naučiti polaznike "tehnička" znanja o financijama, što su to financije u izolaciji, nego ih povezati sa svim drugim aktivnostima kompanije. Škola uči razumjeti kompleksnost poslovanja, stoga uz edukaciju o poslovnim komponentama poslovanja učimo i o čelništvu koji zahtjeva

etičnost, odgovornost, motivaciju i rad s ljudima, psihologiju te određene kompetencije koje nisu samo racionalne. Veliki dio **MBA** programa u svijetu je orijentiran na funkcionalno znanje, a naš je usmjeren na sagledavanje šire slike. Zbog toga smo stvorili okruženje u kojem zreli ljudi uče na temelju iskustva, preispituju svoj odnos prema stvarima te ga sukladno tome korigiraju.

NA **IEDC profesor ste na Digital Transformation programu u kojem ističete bitnost disrupcije u današnjem poslovnom svijetu. Koji su po vama transformacijski poslovni modeli potrebni kako bi kompanije uspješno poslovale danas, a i u budućnosti?**

Kad je riječ o poslovnim modelima, smatram da digitalna tehnologija nije nešto posebno. Ona samo ima funkciju omogućiti da se na specifičan način stvore nove vrijednosti za kupca. Dakle, fokus mora biti na vrijednosti, a ne na samoj tehnologiji. Transformacijski modeli su oni koji na novi način postavljaju ključne elemente, a jedan od njih je izbor kupca (za koga se nešto radi). Tu tehnologija omogućava veći doseg na tržištu, više podataka i informacija te mikrosegmentiranje. Važan dio transformacijskog modela je vrijednost koja nas čini konkurentnim. To može biti nova

funkcionalnost, novi komplet proizvoda i usluga, a može biti i niža cijena ili veća dostupnost. Stoga su i prodajni kanali te nov način komunikacije također dio transformacijskih modela. Naravno, stvaranje nove vrijednosti za kupce u pravilu zahtijeva i novu konfiguraciju resursa i aktivnosti, kao i nove vanjske partner koji pomažu pri realizaciji modela.

U današnjem svijetu konstante disrupcije koje vještine, a posebno znanja smatrate da bi lideri kompanije trebali imati, odnosno bez kojih danas ne mogu?

Ne postoji univerzalno pravilo, ali je svakako važno da lideri imaju sposobnost razmišljanja van standardnih okvira. Samo tako će imati mogućnost spoznati vrijednost novih ideja. Također je važno da lider zna novi način razmišljanja uvjerljivo prenijeti na organizaciju i pripomoći u stvaranju fleksibilne kulture organizacije. Uz to, moraju imati pozitivnu energiju kojom će voditi kompaniju kroz proces transformacije.

Posljednjih nekoliko godina svjedoci smo intenzivnih transformacija načina poslovanja kompanija. Dosta njih ne uspije se prilagoditi novim trendovima društva i tržišta. Možete li navesti koji su ključni faktori za uspješnu transformaciju

kompanija, a po vama ih često te iste kompanije zanemare?

Kada se govori o transformaciji, mnogo toga je povezano uz kulturu kompanije, ali i okruženja u kojem ona djeluje. Stoga su određeni problemi u transformaciji specifični, ali veliki broj njih je univerzalan. Jedan od problema zbog kojih tvrtke ne uspijevaju uspješno provesti transformaciju je kada vodstvo nije sposobno stvoriti okruženje u kojem strah nije dominantan faktor. U mnogim kompanijama strah je veliki problem. Zaposlenici se boje svojih nadređenih, boje se budućnosti i ne razumiju čemu promjena vodi. Mnogi čelnici kompanija boje se priznati da strah postoji, a također ne vjeruju ni sami u sebe, što je dokazano i istraživanjima. Skrivanje straha je jedan od recepata za neuspjeh transformacije. Drugi problem je pretjerana ovisnost o onome što je danas. Stoga su ključni faktori za uspješnu transformaciju suočavanje sa strahom kroz njegovu verbalizaciju i učinkovitu unutarnju komunikaciju te smanjenje ovisnosti o postojećem poslovnom modelu.

Tehnologija je označila početak vaše akademske i poslovne karijere. Usred rapidnog tehnološkog napretka koji nam se već dogodio i događat će se u budućnosti, koje ključne promjene očekujete u društvu i

koji su po vama ključni trendovi koje je potrebno istaknuti?

Trendova je svakako puno, a među najzanimljivijima je onaj kako će se u društvu ponovno stvoriti povjerenje u institucije. Drugim riječima, u kojoj mjeri će se riješiti otklon od institucija, državnih i poslovnih. Menadžment je simbol poslovne institucije. Rapidno smanjenje povjerenja mu izrazito otežava rad sa zaposlenima. Istovremeno su klasični brendovi sve manje izvor povjerenja za kupce, što dodatno ugrožava tradicionalne poslovne modele. S druge strane, ono što me brine je trend zaostajanja konkurentnosti naših poduzeća u odnosu prema globalnim takmacima, kao i negativni demografski trendovi, pogotovo kada je riječ o Hrvatskoj. Da bi se ti negativni trendovi okrenuli, nužno je ulagati u obrazovanje, zdravstvo, socijalniju sigurnost, a u manjim zemljama, poput Hrvatske i Slovenije, nužno je ulagati u poslovne klastere. Nije moguće pobjeđivati na svim ekonomskim područjima, stoga manje države moraju odrediti smjer razvoja.

U svijetu je sve prisutnija fleksibilizacija tržišta rada. Što mislite kako će to utjecati na poslovanje kompanija i na koji način tvrtke mogu zadržati dobre zaposlenike?

Fleksibilizacija je kompleksan pojam, s jedne strane izazvana liberalnim kapitalizmom i željom za smanjenjem troškova otpuštanja i sl. Ipak, pametne tvrtke razmišljaju dugoročno i znaju koje su granice fleksibilizacije i koliko im je važna organizacijska kultura te što bolja uključenost zaposlenika u istu. S druge strane, fleksibilizacija je rezultat automatizacije, digitalizacije i drugih tehnoloških procesa. Samim time se ne mijenja samo struktura zaposlenosti, nego i struktura posla. Računalo će odraditi određene zadatke, ali će se paralelno pojaviti neki novi poslovi. Ljudi će svakako trebati biti fleksibilniji u smislu korelacije radnog mjesta i radnih zadataka. Važno je napomenuti da ako se mijenja model zapošljavanja, nužno je mijenjati i druge socijalne modele. Primjerice, trajni radni odnos više ne bi trebao biti uvjet za dobivanje stambenog kredita u banci. Sociološka istraživanja pak pokazuju da mladi žele veću fleksibilnost i da će se angažirati radi predanosti nekoj ideji ili poslovnom projektu, a ne zbog lojalnosti kompaniji. Tu je i sposobnost privlačenja ljudi, stvari su drugačije danas nego prije. Zaposlenike je moguće privući idejom o poslu i idejom o projektu, a ne obećanjem dugoročne karijere. To je ujedno i recept za zadržavanje dobrih zaposlenika.

Uvođenje umjetnosti u proces obrazovanja je jedna od inovacija IEDC - Poslovne škole. Kako je došlo do toga i kakve su reakcije studenata na takvu vrstu edukacije?

Globalno gledano, mi nismo prva obrazovna institucija koja je uvela kreativne procese u edukaciju, ali smo to sustavnije povezali. Spadamo među one koji bolje razumiju kako upotrijebiti umjetnost u obrazovanju te razvoju timova i pojedinaca. Osobni razvoj na podlozi novih iskustava i refleksije je jedinstveno oruđe u radu siskusnim menadžerima. Imamo sposobnost grafičke umjetnosti, dramu i glazbu primijeniti u obrazovne svrhe i za naše polaznike je takav način edukacije jedinstveno iskustvo.

Hrvatski alumni klub IEDC-Poslovne škole Bled organizira već tradicionalno natjecanja u rješavanju poslovnih slučajeva, tzv. Case Study Competition (CSC), a kojeg i vi vodite. Koji je cilj jednog takvog natjecanja?

Riječ je o simulaciji određenog iskustva. Tim dobiva zahtjevan problem i ograničeno vrijeme za njegovo rješavanje. Nakon toga članovi tima moraju proći sve faze poslovnog slučaja, od razumijevanja samog problema, pregleda i analize do stvaranja određenog menadžerskog rješenja uz sposobnost da se iskomunicira da je

to rješenje dobro. Tako pokušavamo ljude provesti kroz određeno iskustvo koje je slično onom koje menadžeri na zahtjevnim pozicijama svakodnevno doživljavaju, a koje je i dio našeg **MBA** programa. Time natjecatelji imaju priliku dobiti uvid u naš rad. Ujedno, kompanije dobivaju određenu povratnu informaciju kako je tim funkcionirao, a članovi tima priliku za nagradu.

Više o dr. Nenadu Filipoviću saznajte [ovdje](#).

Budite korak ispred promjena u digitalnom svijetu i osigurajte svoje mjesto na Digital Takeoveru! Produljili smo povoljniju cijenu **early bird kotizacije te je do 10. veljače možete kupiti po cijeni od 1.375 kn**. Redovna cijena iznosi 2.400 kn, a last minute 2.800 kn. Sve novosti o programu pratite na [Facebooku](#) i na [službenoj stranici](#).