

Viitorul aparține celor care analizează datele: direcția clară a companiilor din România în era digitală



Digitalizarea constantă din ultimele decenii a produs o cantitate inimaginabilă de date. Aceste date pot fi valorificate pentru a fundamenta decizii mai bune, iar prin investiții strategice în raportare avansată și analiză de date, companiile își pot transforma informațiile într-un atu puternic, capabil să stimuleze inovația, eficiența și creșterea companiei.

Tehnologiile emergente, precum cloud computing-ul, inteligența artificială și analiza avansată a datelor, sunt percepute tot mai des ca elemente esențiale în construirea unei economii competitive, iar România nu face excepție de la această tendință. Investițiile strategice în astfel de inovații devin cruciale pentru succesul în afaceri în această era digitală. În mod concret, companiile românești au început deja să facă pași importanți în această direcție. Conform raportului [EY Emerging Technology Investment in Romania](#), 27% dintre respondenți au declarat că organizațiile lor se află în procesul de adoptare a instrumentelor de raportare și analiză avansată, iar alți 23,6% au implementat deja astfel de soluții.

Această dinamică reflectă o orientare clară către decizii și operațiuni bazate pe date, multe dintre companii reușind să integreze cu succes analizele în fluxurile lor de lucru. Odată ce o firmă își începe planificarea pentru a investi în soluții de analiză, datele arată o probabilitate ridicată ca aceasta să avanseze de la faza de testare și adoptare până la implementare, ceea ce reprezintă un semn încurajator al angajamentului față de transformarea digitală.

Acest trend este alimentat de o explozie în generarea de date la nivelul tuturor industriilor. Volumul de date din mediul de afaceri crește exponențial, iar analiza avansată este esențială pentru a transforma aceste informații brute în inteligență acționabilă. Companiile din România înțeleg că, prin valorificarea instrumentelor analitice, pot naviga mai eficient în piețe complexe și își pot menține avantajul competitiv. În loc să se bazeze pe intuiție, organizațiile utilizează informații susținute de date concrete pentru a lua decizii mai rapide și strategice.

Demersul companiilor din România către analiză avansată a datelor se înscrie într-o tendință globală mai amplă. La nivel mondial, angajatorii consideră inteligența artificială și analiza datelor ca fiind esențiale pentru viitorul mediului de afaceri. Potrivit sondajului *Future of Jobs 2025* realizat de Forumul Economic Mondial, 86% dintre respondenți se așteaptă ca inteligența artificială și tehnologiile de procesare a informațiilor să joace un rol determinant în transformarea afacerilor în anii următori. În paralel cu această schimbare tehnologică profundă, se preconizează o creștere accelerată a rolurilor axate pe date.

Locurile de muncă destinate „specialiștilor în big data” sunt prognozate să se înmulțească, subliniind cât de esențiale vor deveni competențele în analiza datelor în viitorul apropiat. Drept rezultat, seturile de competențe de care au nevoie companiile evoluează constant, iar la nivel global, angajatorii raportează o creștere netă de 87% în

importanța abilităților legate de inteligența artificială și big data. Cu alte cuvinte, organizațiile anticipează o nevoie tot mai mare de alfabetizare digitală în domeniul datelor, gândire analitică și competențe solide în utilizarea inteligenței artificiale în cadrul echipelor lor.

Liderii de afaceri din România își concentrează atenția asupra analizei avansate a datelor din motive profund pragmatice. Pe primul loc în topul priorităților se afla creșterea productivității și luarea deciziilor în mod informat. Conform datelor studiului EY Emerging Technology Investment in Romania, principala motivație pentru investițiile în raportare și analiză avansată este dorința de a obține o imagine clară și realistă asupra situației curente a companiei, prin intermediul datelor, aspect menționat de 69% dintre respondenți. Companiile își doresc un control în timp real asupra operațiunilor și finanțelor, pentru a putea contura și ajusta strategiile cu acuratețe.

Al doilea factor major, indicat de 51% dintre participanții la sondaj, este nevoia de a identifica din timp noi oportunități de afaceri și tendințe emergente ale pieței, înaintea concurenței. Aceasta utilizare proactivă a analizei, care presupune identificarea tiparelor și zonelor cu potențial de creștere, permite firmelor să inoveze și să creeze valoare într-un mod în care este aproape imposibil prin decizii reactive.

A treia motivație este dorința de a înțelege mai bine comportamentul consumatorului (50%), reflectând importanța strategiilor centrate pe client în peisajul de afaceri din România. Este de remarcat faptul că marile companii (cu venituri anuale de peste 50 de milioane de euro) pun un accent și mai mare pe înțelegerea consumatorului, 61% dintre acestea declarând că prioritizează analiza datelor cu acest scop. În același timp, firmele mai mici (sub 10 milioane EUR) și cele de dimensiuni medii sunt aproape la fel de preocupate, de utilizarea analizei avansate pentru a descoperi oportunități noi (59%) sau pentru a primi semnale timpurii privind posibile probleme (60%), ceea ce evidențiază o orientare clară spre managementul riscului și identificarea unor direcții de dezvoltare a afacerii.

Companiile din România se afla într-un moment crucial al transformării economice. Infrastructura digitală solidă a țării, împreună cu o forță de muncă în domeniul tehnologiei în continuă expansiune, oferă o bază stabilă pentru următoarea etapă de dezvoltare. Prin adoptarea tehnologiilor de analiză a datelor și a soluțiilor complementare, precum inteligența artificială, cloud-ul și internetul lucrurilor (IoT), organizațiile pot atinge noi niveluri de productivitate, inovație și valoare adăugată pentru clienți. Investițiile inteligente în aceste instrumente vor permite companiilor să fie mai bine pregătite pentru a concura în economia digitală.