

REZUMAT

Teza propune un Model de Digitalizare Stratificat care pune accent pe priorități de digitalizare bazate pe valoarea adusa companiei de implementarea tehnologiilor digitale adaptată la dimensiunea întreprinderii și la intenția strategică (conservatoare, orientată spre creștere, inovatoare), ca alternativă la abordarea obișnuită de maximizare a utilizării tehnologiilor digitale în cadrul întreprinderilor.

Cercetarea utilizează metodologiile Delphi și Proces Analitic de Rețea (ANP) în dezvoltarea modelului pentru a evalua prioritățile de maturitate digitală, cu contribuții originale care includ introducerea „dimensiunilor tampon” (Date, Analiză, Automatizare și Calitate) ca indicatori pentru niveluri de maturitate clare și generalizabile în industrie, adresând parțial ambiguitatea prezentă în modelele anterioare și stabilind Sustenabilitatea ca o dimensiune majoră suplimentară a maturității digitale.

Analiza ANP relevă diferențe semnificative de valoare între diferitele profiluri de companii: firmele mai mici obțin valoare maximă din tehnologiile de bază, fapt determinat mai mult de strategie, decât de constrângerile de resurse asociate dimensiunii, așa cum s-a presupus în unele lucrări anterioare. Pentru companiile conservatoare, s-a constatat că Structura și Organizarea sunt cele mai importante pentru digitalizare, în timp ce firmele inovatoare trebuie să prioritizeze Tehnologia, iar firmele orientate spre creștere, în special IMM-urile, ar trebui să acorde o atenție sporită Strategiei, confirmând astfel că modelele actuale de maturitate digitală care vizează maximizarea utilizării digitale generale sunt nepotrivite pentru companiile mai mici sau pentru cele cu o toleranță mai scăzută la risc în dezvoltarea lor. Un studiu de caz privind aplicarea practică a modelului demonstrează, de asemenea, utilitatea acestuia pentru evaluări deductive, identificând decalaje specifice în digitalizare într-un format simplificat, în ciuda complexității modelului.

Așadar, principalele concluzii evidențiază lipsurile modelelor existente de maturitate digitală (MMD) pentru IMM-uri, pledând pentru o integrare holistică a dimensiunii întreprinderii și a abordării strategice ca variabile cheie în digitalizarea eficientă. Cercetarea stabilește, de asemenea, că o digitalizare mai avansată nu este în mod inerent superioară, propunând o abordare personalizată bazată pe profilurile companiilor ca soluție. Modelul adresează critici ale modelelor precedente, precum lipsa de rigoare, prin utilizarea ANP dar e de menționat că simplificările de design determinate de complexitate și validarea externă sunt puncte slabe care trebuie acoperite în cercetări viitoare.