



Проучване сред бизнес лидерите в България като част от
23-тото ежегодното проучване на PwC сред бизнес лидерите в света

Готови ли са служителите Ви за бъдещето настоящето?

www.pwc.bg/survey





Предговор



“**За пета поредна година**, като част от ежегодно проучване на PwC сред бизнес лидерите в света, имахме удоволствието да разговаряме с водещи бизнес лидери на българския пазар и да обсъдим с тях важни икономически, социални, политически и бизнес въпроси, които влияят както на корпоративните им стратегии, така и на ежедневната дейност на компаниите им.

Бих искал да благодаря на всички участници, които споделиха мислите, експертизата и притесненията си тази година. Вашият принос и гледна точка са изключително ценни за нас.

Тази година, както на местно, така и на глобално ниво, резултатите от проучването ни потвърждават високите нива на несигурност, пред които са изправени бизнесът и обществото - несигурност, свързана с политическата обстановка и търговските войни, променящите се изисквания към работната сила в контекста на Четвъртата индустриална революция (4IR), влиянието, което COVID-19 ще има върху глобалната икономика. Тазгодишните резултати показват, че участниците в проучването (както в България, така и в световен мащаб) са по-малко оптимисти от преди както по отношение на глобалния икономически растеж, така и за перспективите за растеж на компаниите, които управляват. По време на разговорите ни с бизнес лидерите ние изследвахме причините и проявите на този нарастващ песимизъм, както и какви действия предприемат участниците ни, за да стимулират растежа на компаниите си.

Съвсем естествено е в условията на несигурност ние, като всяко друго човешко същество, да заемем отбранителна позиция – да намалим инвестициите в човешкия капитал, да паркираме въвеждането на нови технологии, да отбягваме големите предизвикателства. Но като бизнес лидери, ние имаме отговорността да действаме. Вместо да ограничаваме фокуса си и да гледаме навътре, трябва да изследваме по-богат и по-креативен набор от възможности за растеж. Вместо да се притесняваме от все по-високите изисквания на новата работна сила и от изискванията на новия високотехнологичен свят, трябва да се фокусираме върху усъвършенстването на служителите си, за да изградим по-гъвкави екипи, готови да се справят с различни и неочаквани ситуации.

Надяваме се, че представеният анализ на резултатите от проучването ще провокира у читателя идеи за това как да бъде успешен в условия на несигурност.

Бождар Нейчев

Старши съдружник, PwC Централна и Източна Европа

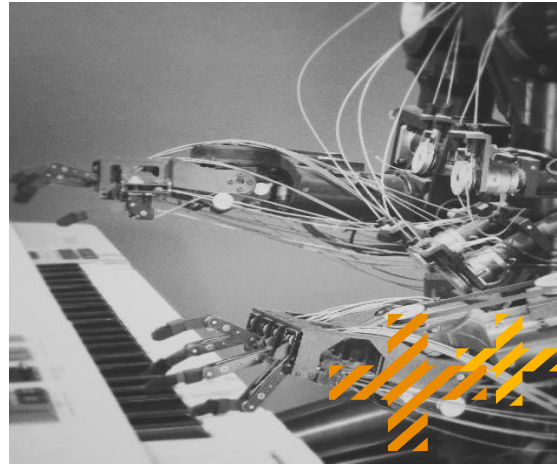


Съдържание



Растеж

04



Таланти

15



Киберпространство

20

„Съмнението, каквото и да е то, може да бъде преодоляно единствено с действие.“

Томас Карлайл

34%

от българските участници в тазгодишното проучване смятат, че темпът на глобалния икономически растеж ще намалее през следващите 12 месеца.



Какво предстои?

В световен мащаб очакванията на бизнес лидерите за икономическия растеж бележат рекордно песимистични нива. Само 22% от участниците в света смятат, че глобалният икономически растеж ще се подобри през следващите 12 месеца, докато 53% смятат, че темпът ще се забави (вж. Приложение 1). В световен мащаб тазгодишните резултати показват най-високите нива на песимизъм, откакто съществува проучването.

Миналата година за първи път видяхме по-ниски нива на оптимизъм от страна на българските бизнес лидери спрямо глобалните им колеги, с рязък спад на тези, вярващи, че глобалният икономически растеж ще се подобри. Тази година делът на оптимистите у нас е още по-нисък – 34%, но пък е по-висок в сравнение с участниците от Централната и Източна Европа (ЦИЕ) и глобално, където оптимистите са 24% и 22%, съответно.

Преглеждайки данните за България от предходни години, виждаме, че нивата на оптимизъм тази година са най-ниските от 2016-та насам, когато проведохме проучването за първи път. Към онзи момент едва 8% от бизнес лидерите са вярвали, че темпът на икономически растеж ще се понижи, докато цели 34% мислят така тази година.

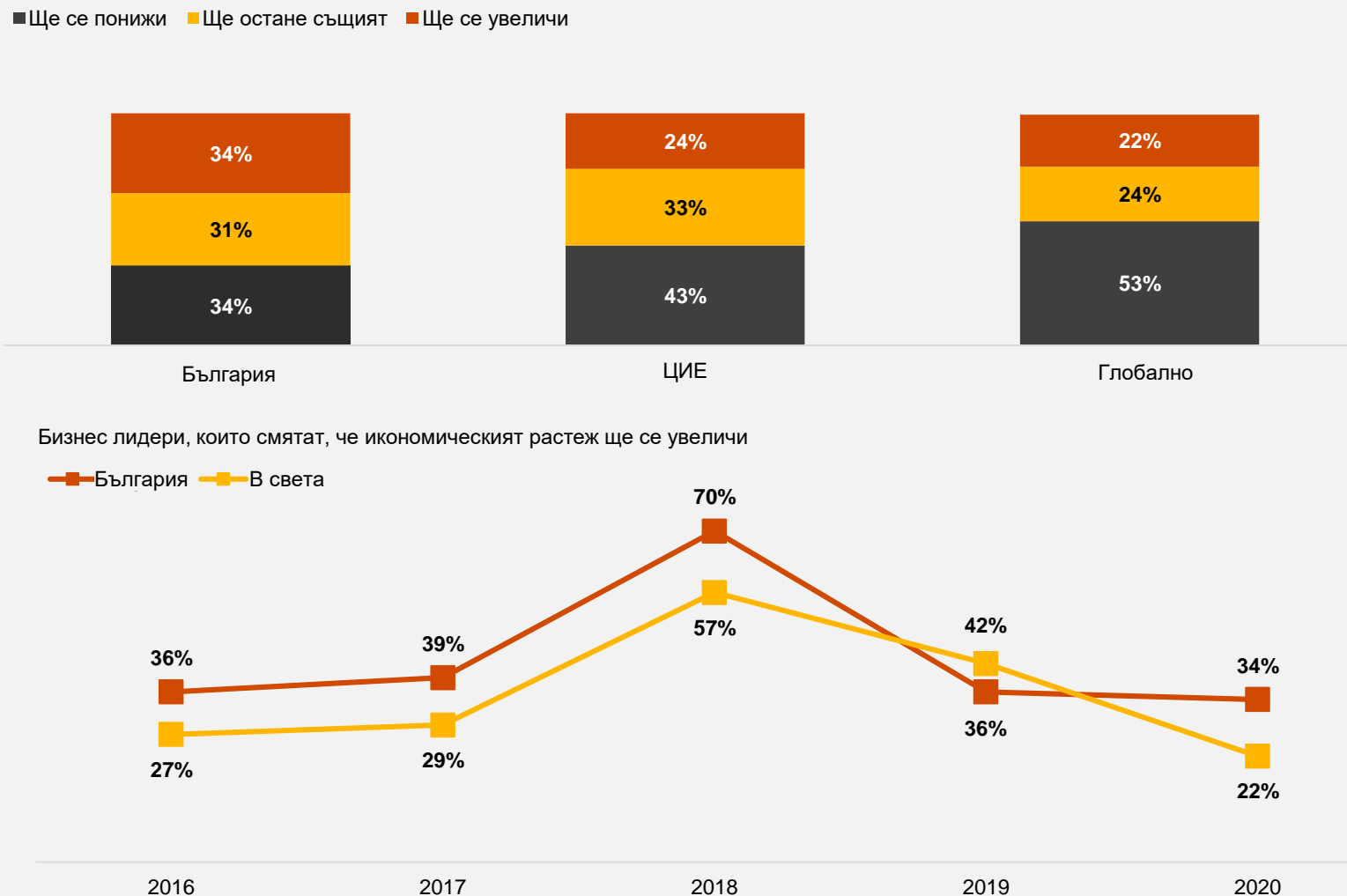
Важно е да разглеждаме тазгодишните резултати в контекста на случващото се днес. Когато отговаряха на въпросите ни, участниците в проучването не предвиждаха влиянието на COVID-19 върху глобалната икономика. Ако проучването беше проведено само няколко месеца по-късно, нивото на песимистичните очаквания вероятно би се повишило. Въпреки че все още няма официални прогнози за въздействието на пандемията COVID-19 върху растежа на глобалния БВП, Организацията за икономическо сътрудничество и развитие (ОИСР) наскоро прогнозира, че ръстът на глобалния БВП ще намалее с половин процентна точка за 2020 г. (от 2.9 % до 2.4%). По-негативни сценарии, при които разпространението на вируса е по-дълго и по-всеобхватно, предвиждат, че отрицателното въздействие върху глобалния икономически растеж вероятно ще бъде по-сериозно.

Приложение 1

Въпреки че тази година българските участници отново са по-оптимистични от колегите си по света, в исторически план рекорден брой бизнес лидери са несигурни в бъдещето.

Въпрос

Смятате ли, че темпът на икономически растеж в световен мащаб ще се увеличи, ще се запази същият или ще се понижи в следващите 12 месеца?



Забележка: Сумата на отговорите не винаги достига 100% в резултат на закръгляне на процентите и изключване на отговорите „нито едното, нито другото“ и „не знам“; „Ще се увеличи“ включва отговори „Ще се увеличи значително“ и „Ще се увеличи умерено“; „Ще се понижи“ включва отговори „Ще се наблюдава умерен спад“ и „Ще се наблюдава значителен спад“.

По отношение на перспективите за растеж на компаниите си, бизнес лидерите в световен мащаб изглеждат по-предпазливи от преди. Тази година 72% от българските участници са уверени или много уверени във възможностите за растеж на своя бизнес през следващите 12 месеца (вж. Приложение 2). В сравнение с миналата година обаче, когато 96% от участниците са били уверени или много уверени, тазгодишните резултати бележат значителен спад.

Повишаващите се нива на несигурност са видни и от броя на бизнес лидерите, които са много уверени в перспективите за растеж на бизнеса си през следващата година. В световен мащаб отново виждаме нива по-ниски от всякога, като едва 27% от участниците посочват, че се чувстват много уверени. Единствено през 2009 г., процентът на много уверените бизнес лидери е бил по-малък - 21%. Увереността на българските участници варира през последните пет години, но се наблюдава ясен спад в процента на много уверени бизнес лидери от 2018 насам.

Относно по-дългосрочния бизнес потенциал, участниците на глобално ниво са по-оптимистични - 85% от бизнес лидерите споделят, че са уверени или много уверени във възможностите за растеж на бизнеса си в следващите 3 години. В ЦИЕ и в България, бизнес лидерите изглеждат по-предпазливи по отношение на средносрочните прогнози като участниците у нас изглеждат най-неуверени в сравнение с колегите си. Спадът в увереността на местно ниво се потвърждава и от намаляващия брой участници, които са много уверени в средносрочните перспективи за растеж – тази година виждаме рекордно нисък процент от 38%, в сравнение с 46% през миналата година и 55% през 2018 г.

Българските участници продължават да бъдат сериозно притеснени от липсата на ключови умения, като 91% от тях са загрижени или много загрижени по този въпрос (спрямо 74% от участниците в световен мащаб). Изглежда, че нашите участници все още не са сигурни как ще преодолеят развиващата се криза на пазара на труда, особено в дългосрочен план. Освен това все още неясното въздействие на Брекзит върху бизнеса в еврозоната може би допринася за по-ниската увереност на бизнес лидерите у нас и в региона, особено в по-дългосрочен план.

Приложение 2

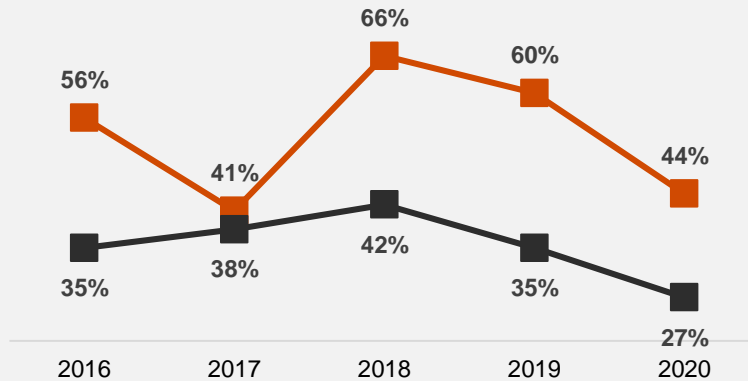
Бизнес лидерите в България и ЦИЕ са малко по-уверени в краткосрочния бизнес успех, докато бизнес лидерите в световен мащаб вярват по-силно в средносрочните перспективи.

■ Не съм уверен/а ■ Уверен/а съм

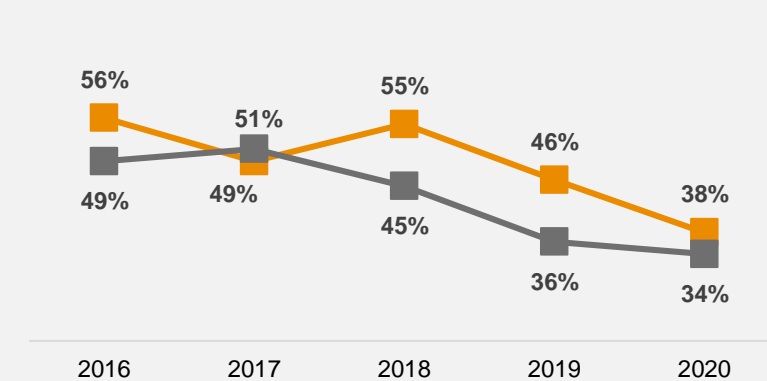


Бизнес лидери, които са напълно уверени в перспективите за ръст в приходите на компаниите си

Следващите 12 месеца: ■ България ■ Глобално



Следващите 3 години: ■ България ■ Глобално



Забележка: Сумата на отговорите не винаги достига 100% в резултат на закръгляне на процентите и изключване на отговорите „нищо едно, нищо друго“ и „не знам“; „Уверен/а съм“ включва „Донякъде съм уверен/а“ и „Напълно съм уверен/а“; „Не съм уверен/а“ включва отговори „Не съм много уверен/а“ и „Изобщо не съм уверен/а“.

Въпрос

Доколко сте уверен/а във възможностите за увеличаване на приходите на Вашата компания през следващите 12 месеца/ 3 години?

Как да се справим с несигурността?

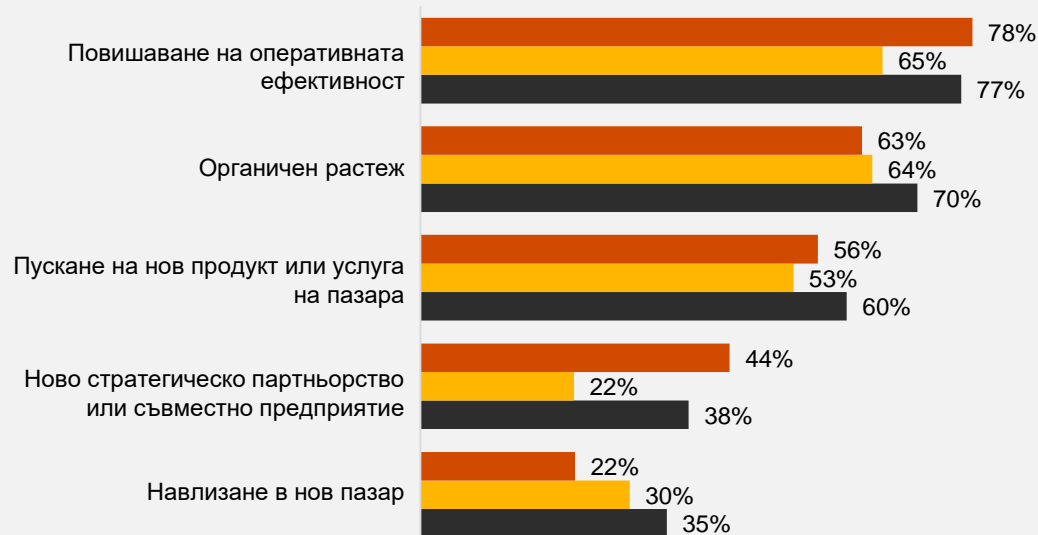
На въпроса за инициативите, насочени към ръст на приходите, които планират през следващите 12 месеца, повечето участници както на местно, така и на глобално ниво, смятат да се съсредоточат върху оперативната ефективност - 78% от българските и 77% от глобалните бизнес лидери (вж. Приложение 3). По-малък процент от анкетираните в България планират по-рисковани действия като навлизане в нови пазари (22%) или нови сделки за сливания и придобивания (M&A). По отношение на топ 5 планираните инициативи, бизнес лидерите в България и в ЦИЕ имат сходни виждания, докато в световен мащаб по-голям брой изпълнителни директори възнамеряват да представят нови продукти (60%), да навлязат в нови пазари (35%) и да предприемат сделки за сливания и придобивания под някаква форма (35%).

Тазгодишните резултати са доста сходни с миналогодишните, когато усещането за несигурност започна да се заражда. И тази година, 3-те най-важни инициативи за растеж са вътрешни за организацията, което показва и че растежът на приходите се очаква да дойде отвътре.

Приложение 3

Бизнес лидерите по целия свят ще разчитат най-вече на оперативната ефективност, за да постигнат растеж.

■ България ■ ЦИЕ ■ Глобално



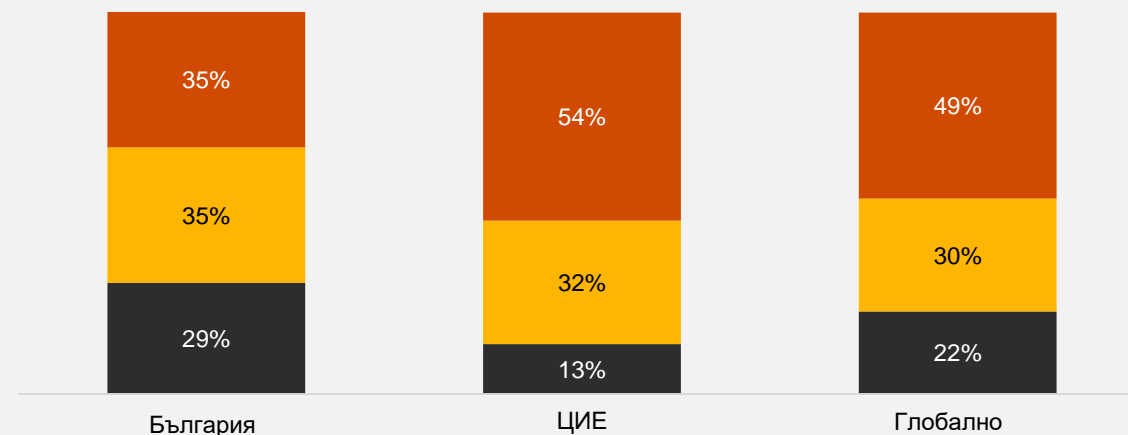
Въпрос

Коя от следните дейности планирате с цел растеж на приходите на Вашата компания през следващите 12 месеца?

Приложение 4

В сравнение с бизнес лидерите в ЦИЕ и по света, повече български участници планират намаляване на работната сила.

■ Ще спадне ■ Ще се запази на същото ниво ■ Ще се покачи



Забележка: Сумата на отговорите не винаги достига 100% в резултат на закръгляне на процентите и изключване на отговорите „нищо едно, нито другото“ и „не знам“

Един от основните аспекти на оперативната ефективност е броят на служителите в организацията. В съответствие с по-ниските нива на сигурност както в световната икономика, така и в перспективите за растеж на собствения си бизнес, 29% от участниците в проучването в България планират намаляване на броя на служителите си през следващата година (вж. Приложение 4). Този процент е по-висок в сравнение с бизнес лидерите в световен мащаб и в ЦИЕ.

Тенденцията за оптимизиране на работната сила се вижда както на местно, така и на глобално ниво. Миналата година 42% от българските участници са планирали увеличение на персонала в сравнение с 35% тази година. В световен мащаб 53% от бизнес лидерите са планирали увеличение на работната сила спрямо 49% тази година. Относно планирани съкращения, миналата година само 18% от българските бизнес лидери са предвиждали такива, докато тази година близо една трета имат такива планове.

Изправени през несигурността, идваща от различни посоки, бизнес лидерите инстинктивно заемат по-предпазлива позиция по отношение на потенциалните рискове, съсредоточавайки се върху познатото и работещото и избягвайки непознати външни заплахи.

Но дали този подход би им помогнал да се справят успешно с несигурната обстановка?

Въпрос

Смятате ли, че броят на служителите във Вашата компания ще се покачи, ще спадне или ще се запази на същото ниво през следващите 12 месеца?

Как да бъдем успешни в несигурни времена?

Откъси от статия на Уил Джаксън-Мур, Хедър Суонстън и Мохамед Канде, "PwC's Strategy + Business", януари 2020 г.


В момента бизнес лидерите по целия свят се сблъскват с редица сигнали, които допринасят за една доста несигурна пазарна среда. Има високи нива на несигурност, свързани с геополитическата обстановка (например, продължаващата сага около Брекзит, търговското напрежение между САЩ и Китай, турбуленциите в Близкия Изток и Източна Европа). Съществуват и структурни несигурности – например, значителните промени в множество бизнес модели в резултат на развиващите се технологии, бързо променящият се характер на работа, измененията в климата, значителните промени в потребителските нужди и вкусове.

За лидерите, като за всички останали хора, е трудно да се справят с тази несигурност. Когато множество и различни източници на несигурност се появяват наведнъж, те засилват влиянието си и нивото на цялостното чувство на несигурност се повишава. Хората са склонни да правят прогнози за бъдещето като екстраполират настоящите си преживявания и усещания. И в момента, в който почувстват несигурност, че очакваният икономически ръст може и да не се осъществи, те лесно могат да се почувстват объркани и обезнадеждени.

Как трябва да управляват лидерите тогава, в тези условия на нарастваща несигурност?

Вместо инстинктивно да реагират на информационния шум, засечен от инструментариума им за анализи, лидерите могат да действат бързо и проактивно, да адаптират посоката си и да си проправят нов път, възползвайки се от промените на пазара. Взаимосвързаните елементи, които са необходими за успех в контекста на несигурна среда, са ясни. Независимо дали става дума за стратегия или работна сила, операции или сделки, данъци, регулации или финанси, посланието е едно и също - **организациите трябва да имат склонността да действат**. Като основа, организациите трябва да са структурирани, така че да са готови за растеж – да са оптимизирали разходите си в съответствие с приоритети и стратегията си, да инвестират в разнообразни умения и способности и да използват както традиционни, така и дигитални лостове в дейността си. Вместо да следват един единствен установен път, те трябва активно да изследват различни сценарии, оценявайки широк спектър от възможности за успех. Организациите трябва да изградят способността на бъдат гъвкави – да могат бързо да изместват фокуса, приоритетите и ресурсите си в отговор на променящата се среда. Организациите трябва да станат и по-издръжливи - да устояват на външни удари, бързо да преодоляват неуспехи и да са постоянно в позиция, която им позволява да се възползват от нови възможности.

Важно е да се каже, че никое действие само по себе си не е достатъчно да разсее несигурността, пред която са изправени компаниите днес. Но ако организациите съумеят да заемат по-агресивна позиция, шансът им **сами да дефинират бъдещето си** е по-голям.



В трудна обстановка лидерите трябва да устоят на инстинкта да заемат отбранителна позиция. Вместо това те трябва да действат, за да позиционират компанията си за успех.



Инвестиране в работната сила

Във времена на несигурност организациите често прибегват към намаляване на персонала, преустановяване на наемането на нови служители и оставяне на вакантни позиции. Въпреки че в тези действия може би има смисъл, както и е изключително важно броят на служителите да отговаря на оперативните и стратегически нужди на бизнеса, замразяването на дейността може да доведе до невъзможността на организацията да покрие критични дейности и нужди. Изправени пред широк спектър от възможности и сценарии, компаниите трябва да осигурят, че човешкият капитал, с който разполагат, притежава новите умения, които са му необходими в новия дигитален свят. Инвестирането в дейности и програми, които правят служителите по-гъвкави и устойчиви на промени, може да повиши капацитета на организацията да бъде успешна във времена на несигурност.

Важно е компаниите да разпознават потенциала на дългогодишните си служители. В много случаи работата, която те вършат, може да бъде поета от машини, но техният опит и способността им да учат са ценно предимство. Когато бюджетите не позволяват наемането на нови служители, е още по-важно компанията да инвестира в развитието на служителите си, така че да могат да се адаптират и да отговорят на променящите се нужди на организацията. Много често е по-ефективно и по-изгодно служителите да бъдат пренасочвани от една дейност към друга, отколкото да бъдат съкращавани в една част на организацията, а в друга да бъдат наемани нови. Например, като част от програмата си „Развитие на уменията 2025“, Amazon инвестира \$700 милиона в продължение на шест години, за да подпомогне настоящите си служители да придобият умения, които да им позволят да заемат технически роли в области като машинно обучение, софтуерно инженерство и ИТ поддръжка.

Организациите трябва да бъдат проактивни и да изследват различни възможности в контекста на стратегията си за управление на хора. Например, могат да се възползват от движенията на пазара на труда, за да привличат хора с необходимите умения. И независимо дали разчитат на новоназначени или текущи служители, компаниите могат да са по-устойчиви, като помагат на работната си сила да бъде по-гъвкава. Предвид напредъка в технологиите, променящите се очаквания и разрастването на инфраструктурата, която подпомага самостоятелната работа, все по-голяма част от населението предпочита да работи на свободна практика.

Бизнес лидерите трябва да отчетат и факта, че периодите на повишена несигурност могат да се отразят негативно на културата на работното място. Когато екипът се притеснява за бъдещето на организацията, някои служители могат да напуснат, за да търсят други възможности, а други могат да станат по-малко продуктивни или ангажирани. Докато правят усилия в посока развитие на уменията на служителите си, бизнес лидерите трябва да отделят и специално внимание на ясна и редовна комуникация за стъпките, които организацията предприема, за да бъде по-гъвкава и устойчива.

Подпомагане на работната сила с гъвкави и ефективни операции

Не е достатъчно единствено да се изследват различни сценарии и да се инвестира в развитието на работна сила, която може да устои на несигурността. Организациите могат да се възползват от възможностите, които идентифицират, само ако вътрешните им процеси работят оптимално. Във времена на несигурност е наложително организациите да се съсредоточат върху оперативната си ефективност и гъвкавост. Това помага на хората бързо да се ориентират и да действат, което може да е ключът към оцеляването и успеха.

До известна степен днес е по-трудно да се преосмисли оперативната стратегия, отколкото търговската. Преди дигиталната ера промените в оперативния модел вследствие на стратегическо реструктуриране (напр. преместване на производството и веригата за доставки, които захранват американския пазар от Китай към Мексико), понякога отнемаха години. Предизвикателството (и възможността) пред оперативните процеси днес е използването на технологии като дигитализация, изкуствен интелект (AI) или роботизирана автоматизация на процесите (RPA) за бързо прекрояване на операциите, така че да съответстват на постоянно променящия се търговски пейзаж. В основата си, този подход означава, че компанията трябва много ясно и точно да идентифицира кои дейности и способности ѝ дават конкурентно предимство и да гарантира, че ги притежава и инвестира в тяхното усъвършенстване.

Важно е оптимизирането на разходите да се случва внимателно и с нужното ниво на контрол. Производителите и доставчиците на услуги трябва да идентифицират кои са „добрите“ и важните разходи – технологиите, които дават решения, отличават бизнеса и са трудни за копиране – и да инвестират в тях. Изнасянето на дейности към външни доставчици (outsourcing) е ключов инструмент за изграждането на гъвкави операции. Но във времена на несигурност компаниите, разчитащи на това, трябва да полагат специални грижи както за „улавянето“ на стойността, така и за запазването ѝ в рамките на организацията. Компаниите не трябва да изнасят функции, които все още самите те не са оптимизирали.



От кого зависим?

Въпреки че миналата година видяхме засилващото се значение на по-близките пазари за българските бизнес лидери, тази година глобалните икономики като САЩ и Китай се връщат в топ 5 на най-важните територии за растежа на компаниите у нас (вж. Приложение 5).

През последните пет години Германия е неизменно на чело в класацията на страните, имащи най-голямо влияние върху бизнес растежа у нас (отбелязана от 28% от българските участници спрямо 13% в световен мащаб). Сърбия и САЩ са на второ място по важност като пазари с по 19% от участниците, избирайки тези територии. Позицията на Румъния спада леко до 4-тото място, като 16% от българските бизнес лидери смятат този пазар за важен. За първи път Китай влиза в челната петица на българските участници (с 13%).

В ЦИЕ Германия и САЩ са на първо и второ място със съответно 21% и 13% от бизнес лидерите, посочвайки всяка от тези територии. Китай също влиза в топ 5 за бизнес лидерите в ЦИЕ, като 9% я посочват като важен за растежа на техните компании пазар.

В световен мащаб няма големи промени по отношение на водещите сили. Ясно е обаче, че разликата в бизнес значението на САЩ и Китай намалява през последните три години и тази година много близък процент от участници посочват двете страни като ключови територии за растежа на бизнеса. Германия продължава да е икономика номер три. Индия, Великобритания и Австралия са следващите три територии с най-голямо влияние в световен мащаб, като значението на Великобритания намалява - 9% от бизнес лидерите са я посочили тази година спрямо 15% през 2018 г., когато развоят на Брекзит все още беше неясен.

Приложение 5

Българските бизнес лидери продължават да смятат Германия за най-важната територия за техния бизнес успех. Тази година Китай влиза за пръв път в нашия топ 5.

Въпрос

Кои три територии, с изключение на тази, в която сте базиран/а, определяте като най-важни за възможностите за растеж на компанията Ви през следващите 12 месеца?

Отговори на българските участници



В световен мащаб САЩ продължава да е водещата държава, която бизнес лидери смятат, че има най-голямо влияние върху бизнеса им. Ролята на Китай се засилва за почти 1/3 от участниците.

Отговори на глобалните участници



Забележка: Сумата на отговорите не винаги достига 100% в резултат на закръгляне на процентите и изключване на отговорите „нищо едното, нито другото“ и „не знам“

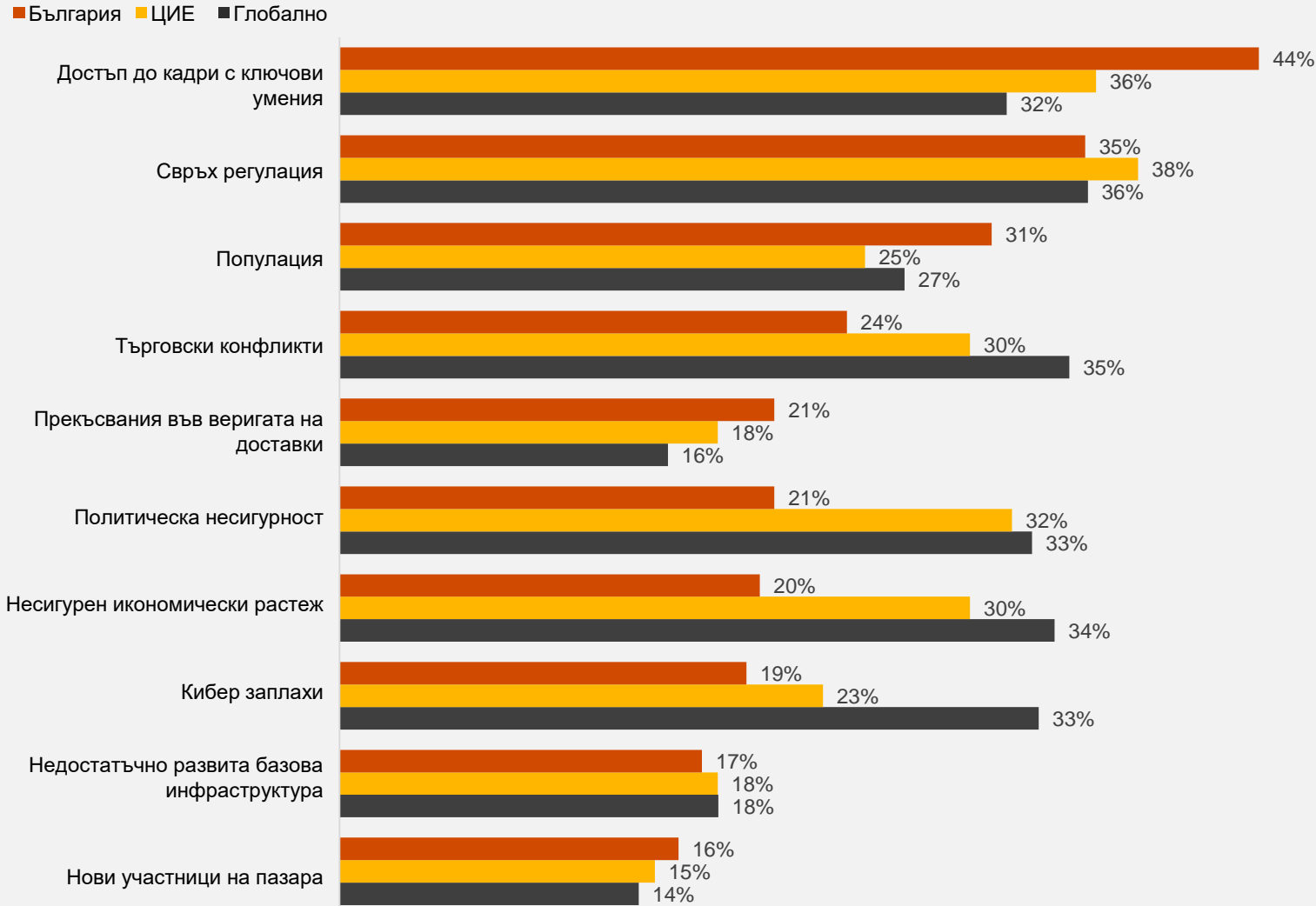
Приложение 6

Липсата на ключови умения продължава да бъде основната заплаха за българските участници в проучването.

Въпрос

Доколко Ви притеснява всяка от изброените потенциални икономически, политически, социални, екологични и бизнес заплахи, които биха могли да възпрепятстват разрастването на Вашата компания?

Участници, които са много притеснени за всяка от следните потенциални заплахи



За какво се тревожат бизнес лидерите?

Тазгодишните резултати показват ясно изразени разлики между това, за което се притесняват българските участници спрямо бизнес лидерите в световен мащаб и в ЦИЕ.

Наличието на ключови умения продължава да бъде основна заплаха за растежа на бизнеса според анкетираните в България (44% са много загрижени за това). Недостигът на кадри с подходящи умения е заплаха номер две според бизнес лидерите в ЦИЕ (36% отбелязват, че са много загрижени по тази тема), докато тази потенциална заплаха не намира място в топ 5 за бизнес лидерите в световен мащаб (32% от тях са много притеснени). Възможно е на глобално ниво бизнес лидерите вече да предприемат ефективни мерки за повишаване на квалификацията и ускоряване на развитието на служителите си, както и за достигане до по-разнообразни групи от таланти, вместо да разчитат само на това, което е налично на собствения им пазар на труда.

Свръхрегулацията е основна грижа за бизнес лидерите в световен мащаб и в ЦИЕ, както и втората най-голяма потенциална заплаха за българските участници. У нас бизнес лидерите са най-притеснени от регулациите, свързани с поверителността на данните и киберсигурността, както и регулациите, свързани с пазара на труда.

Както видяхме миналата година, политическата несигурност е основна заплаха в световен мащаб, като 32% от бизнес лидерите в ЦИЕ и 33% от глобалните бизнес лидери са много притеснени по този въпрос. За българските участници обаче наблюдаваме значителен спад спрямо миналата година - от 36% на 21%.

В световен мащаб търговските конфликти, несигурният икономически растеж и киберзаплахите са много притеснителни за повече от 1/3 от бизнес лидерите. За разлика от това, само около 20% от българските участници са силно загрижени за тези потенциални заплахи. Бързината на технологичните промени и данъчната несигурност са повод за притеснение за бизнес лидерите в ЦИЕ, но притесняват едва 7% от участниците у нас.

В какво инвестират компаниите?

Както вече видяхме в тазгодишните резултати, 78% от българските участници планират инициативи, свързани с повишаване на оперативната ефективност, а само около една трета планират увеличение на броя на персонала. За да могат да се справят с неефективността и в същото време да постигат устойчив растеж на бизнеса със същия или по-малък брой хора, компаниите трябва да инвестират в технологии за подобряване на вътрешните процеси и за обновяване на портфолиото си от продукти и услуги. В контекста на големите промени, идващи с четвъртата индустриална революция (4IR) и множеството нови технологии като анализи на големи бази данни, изкуствен интелект (AI) и машинно обучение, компаниите нямат друг избор, освен да инвестират в тези технологии, за да „отключат“ допълнителна добавена стойност.

Тази година попитахме участниците в проучването за технологиите, в които са инвестирали през последните 12 месеца и в които планират да инвестират през следващата година. Изкуственият интелект (AI) е водещата технология, в която много от бизнес лидерите вече са инвестирали и в която по-голямата част от бизнес лидерите планират да инвестират през следващите 12 месеца. Изкуственият интелект е приложим във всички сектори – от генериране на точни прогнози за търсенето и установяване на слабите звена във веригата за доставки в отговор на специфични рискове, през съставяне на оптимален работен график в зависимост от потока на клиенти, до подобряване на взаимодействието и връзката с потребителите. Инвестирането в изкуствен интелект е свързано и с притеснението на бизнес лидерите относно наличността на кадри с ключови умения. Колкото по-автоматизирани и самоусъвършенстващи се са вътрешните процеси в една организация, толкова повече от наличния талант ще може да бъде ангажиран в развитието на продуктите и подобряването на обслужването на клиентите - дейности, които носят добавена бизнес стойност и конкурентно предимство.

Освен в изкуствен интелект, много от нашите участници инвестират и в подобряването на клиентското изживяване. В тази връзка, в световен мащаб много от участниците в проучването планират да инвестират в облачни технологии (включително програмиране на приложения, интерфейси и интеграция с външни доставчици). Вече виждаме, че компаниите все по-често предлагат облачни мобилни услуги, а не продукти. Това позволява на клиентите вече да не купуват софтуер, а вместо това да се възползват от абонаментни пакети (software-as-a-service). Повечето от участниците у нас и по-конкретно от секторите „Търговия на дребно“ и „Финансови услуги“ вече са инвестирали в подобряването на преживяването на клиента през миналата година и почти всички планират да продължат да инвестират в тази посока и през следващата година. Освен това българските бизнес лидери планират да инвестират в изграждането на своите брандове, използвайки повече социалните медии, отколкото традиционните канали за реклама.

В съответствие с притесненията, свързани със свръхрегулацията, особено в контекста на поверителността на данните и киберсигурността, голяма част от бизнес лидерите както в световен мащаб, така и в България, са започнали да инвестират в киберсигурност. Освен това почти всички участници на местно ниво, независимо от индустрията, планират да продължат да инвестират в такива решения и през следващата година.

Приложение 7

Изкуственият интелект е технологията, в която най-много участници планират да инвестират през следващата година.

Въпрос

В коя от следите технологии сте инвестирали през последните 12 месеца / ще инвестирате в следващите 12 месеца?

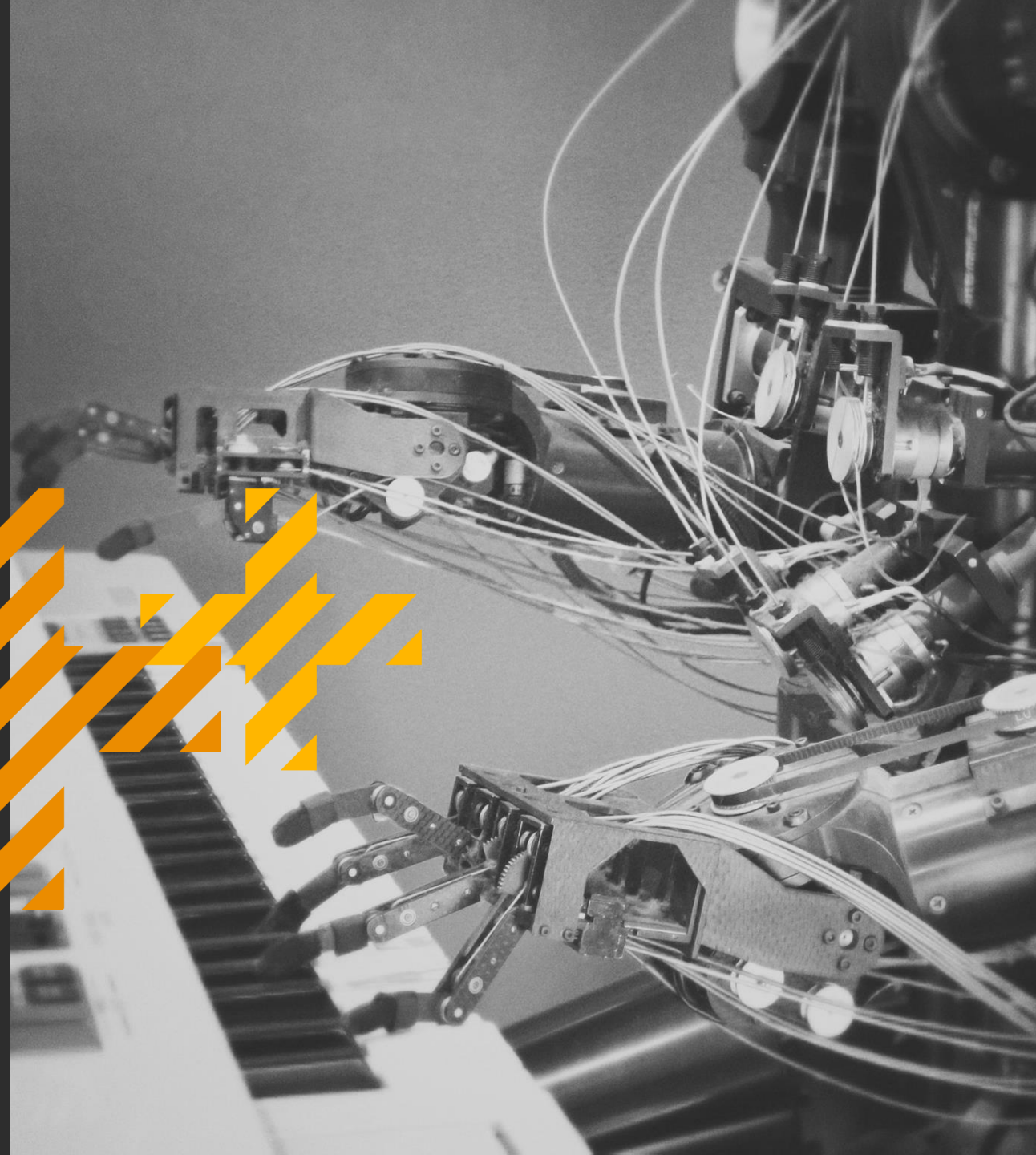


“Ние сме аналогови
същества, живеещи в
дигитален свят, изправени
пред квантово бъдеще.”

Нийл Турок

34%

от българските бизнес лидери споделят,
че се затрудняват да мотивират служителите си
да учат и прилагат знанията си



Колко е сериозен недостигът на умения?

Миналата година цели 85% от българските бизнес лидери споделиха, че наемането на служители става все по-трудно. Тазгодишните резултати продължават да показват, че кризата с недостига на умения се задълбочава, тъй като наличието на ключови умения е май-голямата заплаха за растежа на бизнеса за българските участници. 91% от тях считат, че са донякъде или много загрижени по този въпрос.

В световен мащаб стотици милиони млади хора се оказват безработни и неподготвени за изискванията на пазара на труда, докато много от по-възрастните, отдавна доказали се служители, откриват, че квалификацията и уменията им вече не се търсят. Анализ на PwC за влиянието на автоматизацията върху пазара на труда показва, че до края на 2020 г. 19% от позициите, изискващи ниско ниво на образование, и 23% от тези, изискващи средно ниво на образование, ще бъдат автоматизирани. До средата на 2030 г. тези цифри почти ще се удвоят (вж. Приложение 8).

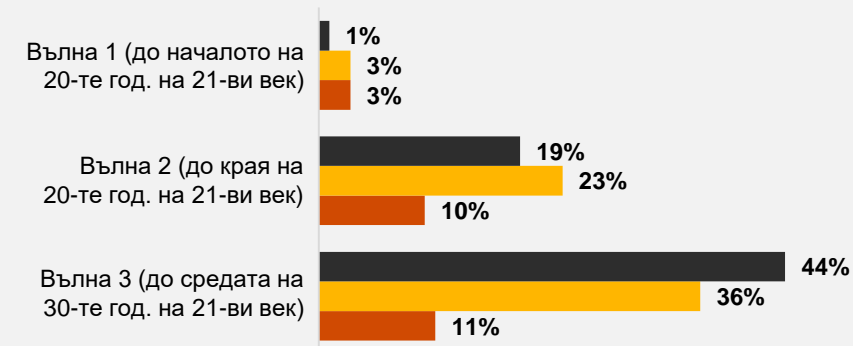
Икономическите и демографските показатели за пазара на труда в България подкрепят притесненията на нашите участници. Данни на Националния статистически институт (НСИ) показват, че нивото на безработица в България през 2019 г. е било 4.3% - най-ниското, наблюдавано през последните 15 години. Освен това работещото население в страната намалява с по 1.5% от 2010 г. насам, като броят на младите хора (възрастови групи 15-24 и 25-34 г.) намалява с най-високи темпове – съответно с 3.9% и 2.2%.

Прогнози, публикувани от Министерството на труда и социалната политика, показват, че намаляването на работната сила ще продължи през следващото десетилетие с прогнозен спад от 3.7% до 2024 г. и общ спад от 11.3% до 2034 г. Прогнозите също показват, че в дългосрочен план ще има недостиг на квалифицирана работна ръка с висше образование и излишък от работници с по-ниска степен на образование. В контекста на нарастващата автоматизация на работата, тези прогнози подчертават значителния дисбаланс, с който ще се сблъскаме - голям брой нискоквалифицирани хора в свят, където 44% от работните места, изискващи по-ниско образование, ще бъдат автоматизирани.

Приложение 8

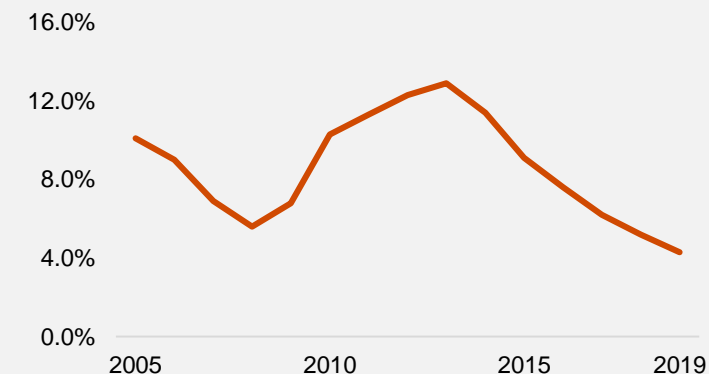
Автоматизацията на работата ще се увеличи значително през следващите десетилетия.

■ Ниско образование ■ Средно образование ■ Висше образование



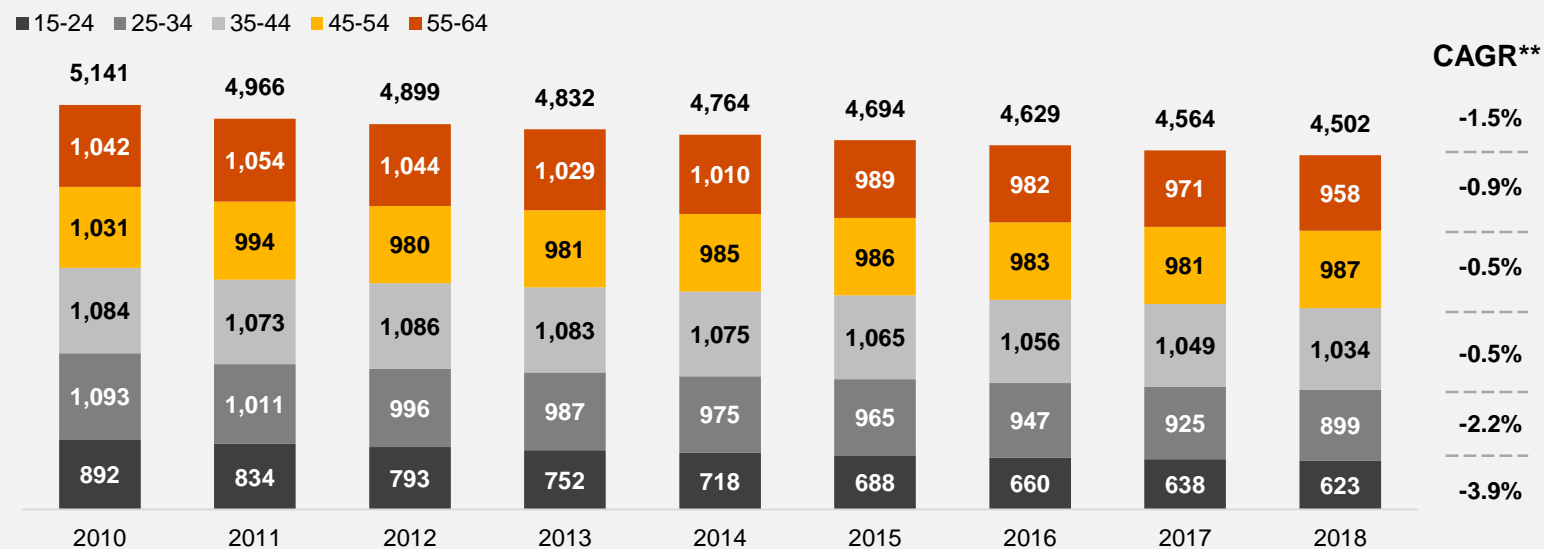
Източник: PwC. Наистина ли роботите ще „откраднат“ работата ни? Международен анализ на потенциалното дългосрочно влияние на автоматизацията.

Безработицата в България е рекордно ниска - 4,3% за 2019 г.



Източник: НСИ

През последните 8 години българското работещо население намалява средно с 1,5% на година*



*В хиляди; ** Compound annual growth rate – общ годишен темп на растеж

Източник: НСИ

Готова ли е работната сила за новия свят?

Вече е ясно, че в новата реалност талантите са водещото конкурентно предимство за организациите и че единственият начин за справяне с недостига на служители с правилните умения и квалификации е фокус върху изграждането на такива отвътре. Миналата година цели 72% от нашите участници заявиха, че значителната преквалификация и повишаването на уменията на служителите са най-важни за преодоляване на недостига на умения в тяхната организация. – процент доста по-висок от този в ЦИЕ и в глобален мащаб (съответно 40% и 46%).

Тази година попитахме бизнес лидерите за напредъка, който са постигнали по отношение на повишаването на квалификацията на служителите си. Над 50% от участниците в проучването отчитат умерен или значителен напредък по отношение на всички видове инициативи, с изключение на сътрудничеството с академичните среди и държавата (вж. Приложение 9). По-конкретно, бизнес лидерите са постигнали най-голям напредък в прилагането на стратегии за разнообразие и приобщаване, като така са увеличили множеството от потенциалните таланти, които биха могли да привлекат. Участниците ни са постигнали напредък и в откритата комуникация със служителите по отношение на уменията, необходими за бъдещето. Подобни разговори демонстрират отговорността на компанията към нейните служители и по този начин увеличават ангажираността им.

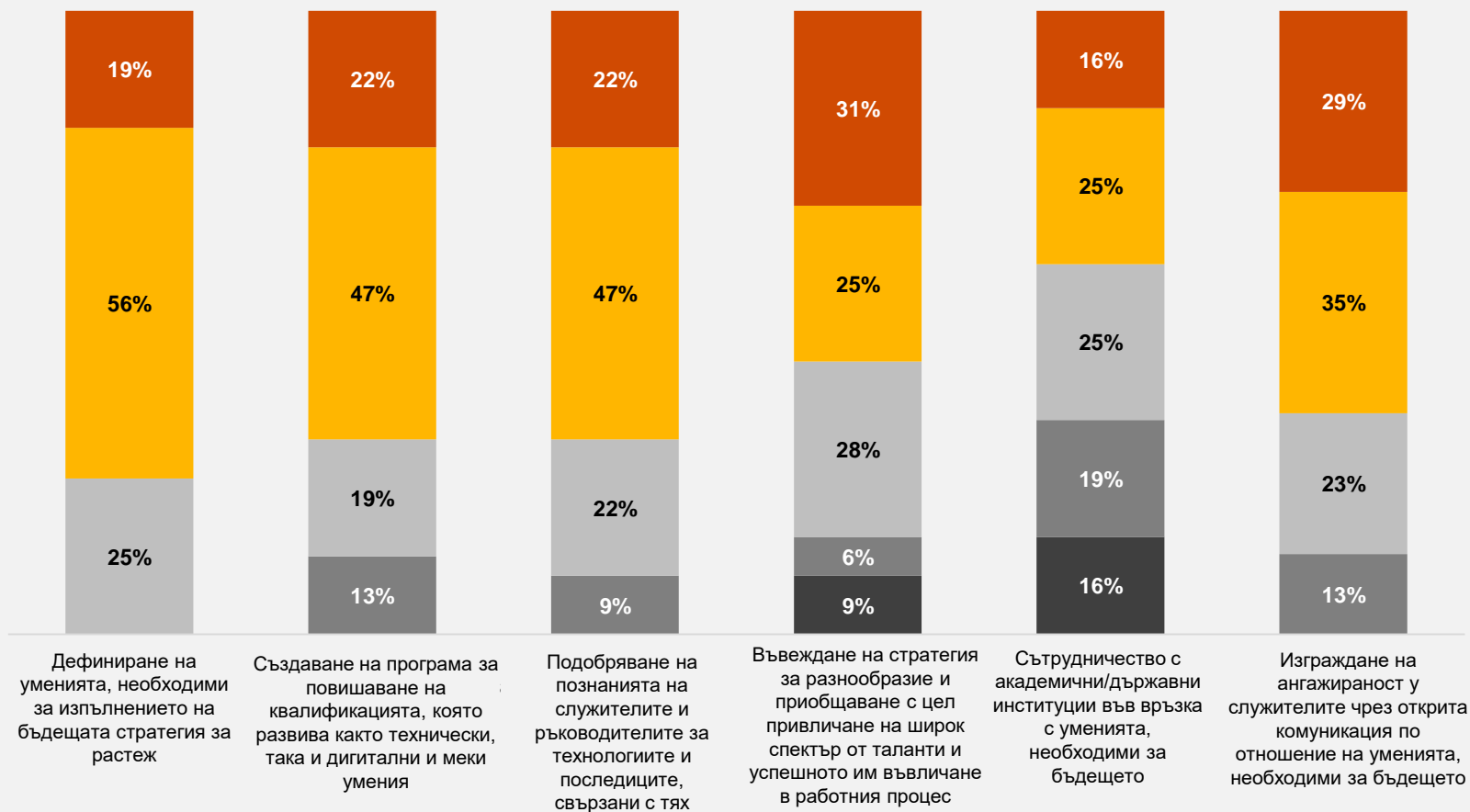
Интересно е, че само 16% от участниците споделят, че са постигнали значителен напредък в усилията си, свързани със сътрудничество с академични и държавни институции. Бизнес лидерите се съсредоточават повече върху усилията и резултатите, които биват постигнати в тяхната организация, отколкото върху инициативи, които имат потенциал за по-широко обществено въздействие.

Приложение 9

В опит да се справят с недостига на служители с подходящи умения, бизнес лидерите в България отчитат най-голям напредък в прилагането на програми за разнообразие и приобщаване, както и във въвличането на служителите в открити разговори за уменията, необходими за бъдещето.

Отговори на българските участници

■ Не се обмисля ■ Няма напредък ■ Започва да има напредък ■ Умерен напредък ■ Значителен напредък



Въпрос

Какъв напредък е постигнала Вашата организация в следните области, свързани с повишаване на квалификацията на служителите?

Забележка: Сумата на отговорите не винаги достига 100% в резултат на закръгляне на процентите и изключване на отговорите „нищо едното, нито другото“ и „не знам“

Когато говорят за повишаване на квалификацията, организациите имат предвид даването на възможност на служителите да получат знанията, инструментите и уменията, от които се нуждаят, за да използват и разбират съвременните, постоянно променящи се, технологии както на работното място, така и в ежедневието си. Въпреки че повечето служители няма да трябва да се научат да кодират, голяма част тях ще трябва да разбират и управляват изкуствен интелект, анализ на големи бази данни, автономните превозни средства и други технологии, които дори не могат да бъдат предсказани - тези, които се появяват сега и тези, които ще бъдат създадени в бъдещето.

Повишаването на квалификацията обаче не е свързана само с обучение за използване на дадено ново устройство - това устройство може да е излязло от употреба още на следващата година. Става въпрос за научаване как да мислим, да действаме и да бъдем успешни в дигиталния свят по начин, който е устойчив във времето. Повишаването на квалификацията не е и преквалификацията - термин, по-скоро свързан с краткосрочни усилия, предприети за конкретни групи служители.

Усилията за повишаване на квалификацията са всеобхватни инициативи за преобразуване на знанията в конкретни резултати – целта не е служителите да преминат през редица обучения в рамките на класната стая, а да бъдат подготвени за заемане на нови позиции, на които да бъдат успешни. Повишаването на квалификацията включва идентифициране на уменията, които ще бъдат най-ценни в бъдеще, бизнес сферите, които се нуждаят от тях, хората, които биха могли да придобият тези умения, както и подпомагащите технологии – и накрая, сглобяване на всички тези елементи в една програма.

Попитахме бизнес лидерите за най-големите им предизвикателства, свързани с повишаване на квалификацията на служителите. За българските участници това са мотивирането и стимулирането на служителите да учат и прилагат своите знания (34% от участниците у нас оценяват това като основно предизвикателство спрямо 16% в ЦИЕ 13% глобално, вж. Приложение 10). Второто най-голямо предизвикателство е способността на служителите да усвояват новите умения, необходими за бъдещето – за 28% от участниците у нас това представлява трудност (спрямо 8% в ЦИЕ и 14% глобално). И разбира се, бизнес лидерите у нас са притеснени за задържането на служители, в които вече е инвестирано.

За бизнес лидерите в ЦИЕ предизвикателствата са свързани по-скоро с липсата на ресурси за провеждане на необходимите програми за повишаване на квалификацията, както и със задържането на служителите, преминали през такива програми.

Приложение 10

Мотивирането на служителите да учат и прилагат знанията си е ключово предизвикателство, с което българските бизнес лидери се сблъскват в усилията си за повишаване на квалификацията на служителите

■ България ■ ЦИЕ ■ Глобално



Question

Кое е най-голямото предизвикателство, с което Вашата компания се сблъсква в процеса на усъвършенстване на уменията на служителите?

Тъй като бизнесът вече е стартирал инициативи за повишаване на квалификацията на служителите, попитахме бизнес лидерите доколко ефективни са тези инициативи в постигането на конкретни бизнес резултати. Българските участници отбелязват, че подобни инициативи са ефективни най-вече за подобряване на корпоративната култура и ангажираността на служителите (според 88% от участниците, вж. Приложение 11). Повишаването на квалификацията е свързано и с повишаване на продуктивността. Най-малък брой бизнес лидери виждат ефекта на този тип инициативи върху растежа на бизнеса, като почти една четвърт от участниците ги смятат за не особено ефективни в тази посока. Демонстрирането на ясна причинно-следствена връзка между програмите за обучение и развитие и растежа на бизнеса е предизвикателство за експертите в тази област от години. От друга страна, обаче, връзката между работна сила, в чието развитие не се инвестира и незадоволителен бизнес растеж, е осезаема.

На ниво компания повишаването на квалификацията не може да се счита за еднократно усилие. Във времена на бързи технологични промени всеки служител, от работниците до управителния съвет, трябва непрекъснато да разширява и задълбочава уменията си. Успешните компании, които искат да поддържат интереса и ангажираността на своите служители, трябва да излязат извън рамките на традиционните обучителни методи тип „класна стая“ или обучение, докато работим (on-the-job training) и да заложат на креативни методи като например геймифицираните приложения, които изграждат умения и същевременно водят до създаване на нови софтуерни инструменти за организацията.

Програмите за повишаване на квалификацията, които успяват да доведат до видими бизнес резултати, изглеждат са изключително сложни. Това е така, защото те адресират изключително сложен проблем. Голяма част от работна сила днес е получила образованието си между 1970 и 2000 г., когато днешните технологии не са съществували. Висшето образование беше достатъчно за започването на една що-годе добра кариера. Предполагаше се, че хората ще могат лесно да придобият нови умения чрез професионално обучение или обучение на работното място. Всички тези предположения обаче вече не са валидни. С продължението на дигиталната трансформация на глобалната икономика, високо-технологичните умения стават билета за сигурна работа.

Мащабът на темата и последиците за икономическия растеж също допринасят за неотложността на въпроса. Ако бизнесът изчака, докато стане невъзможно да намира служители, които умеят да работят с нужната технология, вече ще бъде твърде късно.*

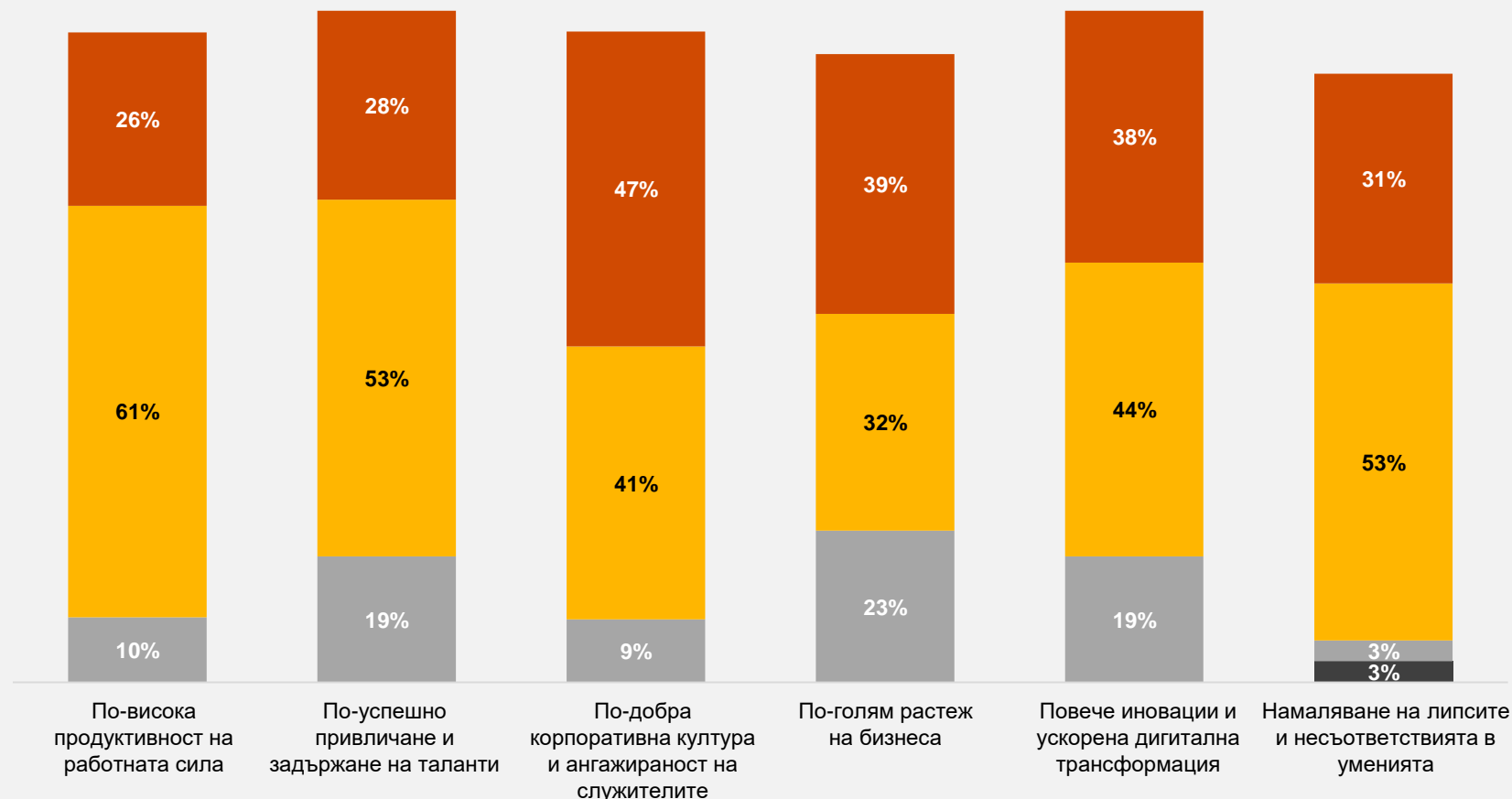
Приложение 11

Бизнес лидерите в България споделят, че усилията на компаниите им за повишаване на квалификацията на служителите са най-ефективни за създаване на по-добра корпоративна култура и засилване на ангажираността на служителите.

Въпрос

Доколко са ефективни Вашите програми за повишаване на квалификацията за постигане на следните резултати?

■ Изобщо не са ефективни ■ Не са много ефективни ■ Средно ефективни са ■ Много са ефективни



Забележка: Сумата на отговорите не винаги достига 100% в резултат на закръгляне на процентите и изключване на отговорите „нищо едното, нито другото“ и „не знам“

* Стратегическо ръководство за повишаване на квалификацията на служителите, "PwC's Strategy + Business"

“Истинска киберсигурност
означава ГОТОВНОСТ за
това, което предстои, не за
това, което вече се е
случило.”

Нийл Перун

53%

от българските участници смятат, че интернет
(вкл. социалните медии) ще става все по-
фрагментиран



Приложение 12

Повечето бизнес лидери смятат, че правителствата все повече ще използват данните, събрани от гражданите, за определяне на достъпа им до различни социални услуги

Отговори на българските участници

Правителствата все по-често ще използват данните, събрани от гражданите, за да решат достъпа им до социални услуги, заеми и други аспекти от живота (чрез т.нар. Социален кредитен рейтинг)



Правителствата няма да използват използват данните, събрани от гражданите, за да решат достъпа им до социални услуги, заеми и други аспекти от живота (чрез т.нар. Социален кредитен рейтинг)

Правителствата все по-често ще въвеждат антиотръстови мерки и законодателство, засягащо конкуренцията, за да ограничат доминиращите технологични компании



Правителствата ще продължават да позволяват на доминиращите технологични компании да растат, без да бъдат обезпокоявани от антиотръстови мерки и законодателство, засягащо конкуренцията

Правителствата все по-често ще въвеждат законодателство, за да принудят частния сектор да компенсират финансово лицата, чиито лични данни събира



Правителствата ще продължат да позволяват на частния сектор да определя самостоятелно как ще компенсират лицата, чиито лични данни събира

Правителствата все по-често ще въвеждат законодателство, за да принудят частния сектор да регулира съдържанието в интернет (вкл. социалните мрежи)



Правителствата в голяма степен ще продължат да позволяват на частния сектор да саморегулира съдържанието в интернет (вкл. социалните мрежи)

Интернет (вкл. социалните медии) ще става все по-фрагментиран с прилагането на собствено законодателство относно съдържанието, търговията и поверителността от страна на правителствата



Интернет (вкл. социалните медии) ще става все по-малко фрагментиран с приемането на глобално законодателство относно съдържанието, търговията и поверителността от страна на правителствата

Интернет (вкл. социалните медии) ще се възприема все повече като платформа, която разделя хората, разпространява неверни твърдения и улеснява политическата манипулация



Интернет (вкл. социалните медии) ще се възприема все повече като платформа, която обединява хората, разпространява факти и улеснява възможностите за влияние върху политиката

Въпрос

За всяка двойка твърдения, моля, изберете твърдението, което смятате, че е по-вероятно да се случи.

Как киберпространството оформя нашия свят?

Тази година искахме да изследваме как бизнес лидерите си представят бъдещето, оформено от непрекъснато променящите се технологии, достъпа до неограничено количество данни и новото законодателство и разпоредби от страна на правителството, свързани с поверителността на данните и киберсигурността.

Помолихме бизнес лидерите да изберат измежду набор от двойки различни алтернативи, илюстриращи противоположни възможности за бъдещето. По-голямата част от участниците вярват, че правителствата ще имат все по-голям контрол върху живота ни и използването на интернет: 81% от българските участници смятат, че правителствата все повече ще използват данните, събрани от гражданите, за да определят достъпа им до различни социални услуги; 66% вярват, че правителствата все по-често ще въвеждат антиотръстови мерки и законодателство, засягащо конкуренцията, за да ограничат доминиращите технологични компании; 69% смятат, че правителствата все по-често ще въвеждат законодателство, за да принудят частния сектор да регулира съдържанието в интернет (вкл. социалните медии, вж. Приложение 12).

В същото време бизнес лидерите са малко по-разединени в това как виждат бъдещето на интернет и неговото въздействие върху обществото. Малко повече от половината от българските участници в проучването вярват, че интернет (вкл. социалните медии) ще става все по-фрагментиран, тъй като правителствата ще приложат собствено законодателство относно съдържанието, търговията и поверителността. 50% от участниците смятат, че интернет (вкл. социалните медии) все повече ще се възприема като платформа, която разделя хората, разпространява неверни твърдения и улеснява политическата манипулация.

Поляризация на възгледите и подобна цялостна структура на отговорите на тези въпроси се наблюдава и в ЦИЕ, и в световен мащаб. Иницираните от правителството действия и законодателни промени в държавите ще бъдат внимателно проследявани от бизнеса и вероятно скоро ще имаме много по-ясна представа за бъдещата регулаторна рамка по отношение на киберпространството.

Нивото на притеснение на българските бизнес лидери по отношение на киберзаплахите изглежда остава непроменено от миналата година (19% от участниците в проучването са „много притеснени“ – доста по-нисък процент, в сравнение с участниците в световен мащаб - 33%). Все пак представителите на бизнеса у нас са загрижени за друг важен аспект от технологиите – свръхрегулацията е определена като заплаха №2, особено в контекста на поверителността на данните и киберсигурността.

Бизнес лидерите по целия свят в момента са фокусирани върху формирането на своите стратегии за киберсигурност. Както за участниците в световен мащаб, така и за тези на местно ниво, нарастващата сложност на киберзаплахите има най-голямо влияние върху определянето на бъдещата стратегия. Регулациите, свързани с киберсигурността и поверителността на данните са следващия по важност фактор, като близо 60% от бизнес лидерите по света отбелязват именно него (вж. Приложение 13).

Изненадващо, участниците в проучване в България изглежда са най-малко притеснени от недостига на таланти в областта на киберсигурността в сравнение с колегите си по света. Този резултат е в контраст и със силните притеснения по отношение на цялостния недостиг на ключови умения на нашия пазар.

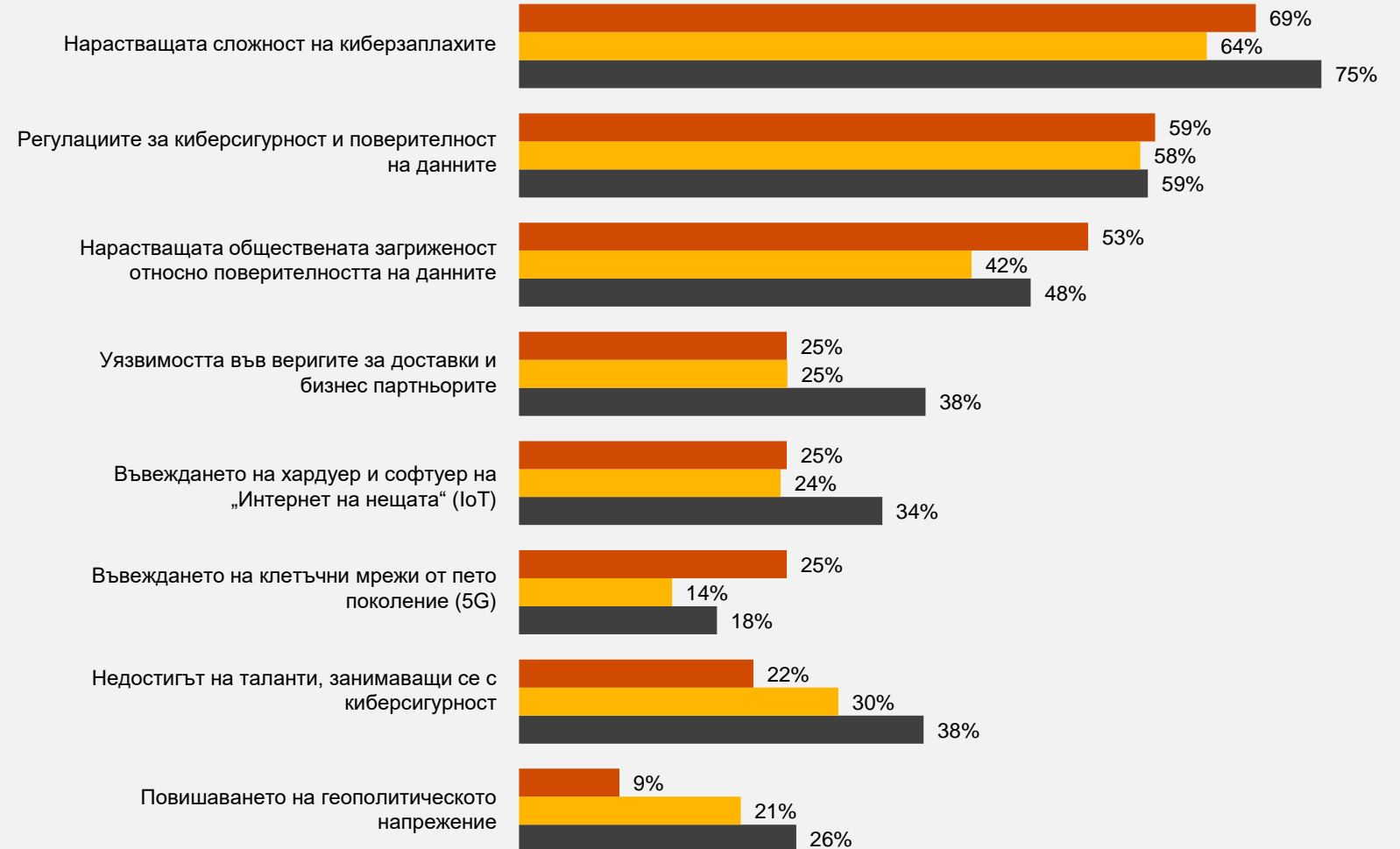
Киберсигурността е областта, в която българските бизнес лидери изглежда отреджат важна роля на правителството (50% от участниците определят това като област, в която правителството и бизнесът трябва да си сътрудничат максимално, за да изградят доверие в обществото). Други важни области за сътрудничество са разпространението на невярна информация и дигиталната поверителност на информация. Резултатите за България са сходни с тези за ЦИЕ и по света, но с едно забележително изключение - изкуствения интелект. Той е посочен като важна област за сътрудничество от 16% от участниците в глобалното проучване и 14% - в ЦИЕ, за разлика от едва 6% от участниците у нас.



Приложение 13

При формирането на стратегиите си за киберсигурност, бизнес лидерите отделят най-много внимание на нарастващата сложност на кибератаките и новите регулации за киберсигурност и поверителност на данните

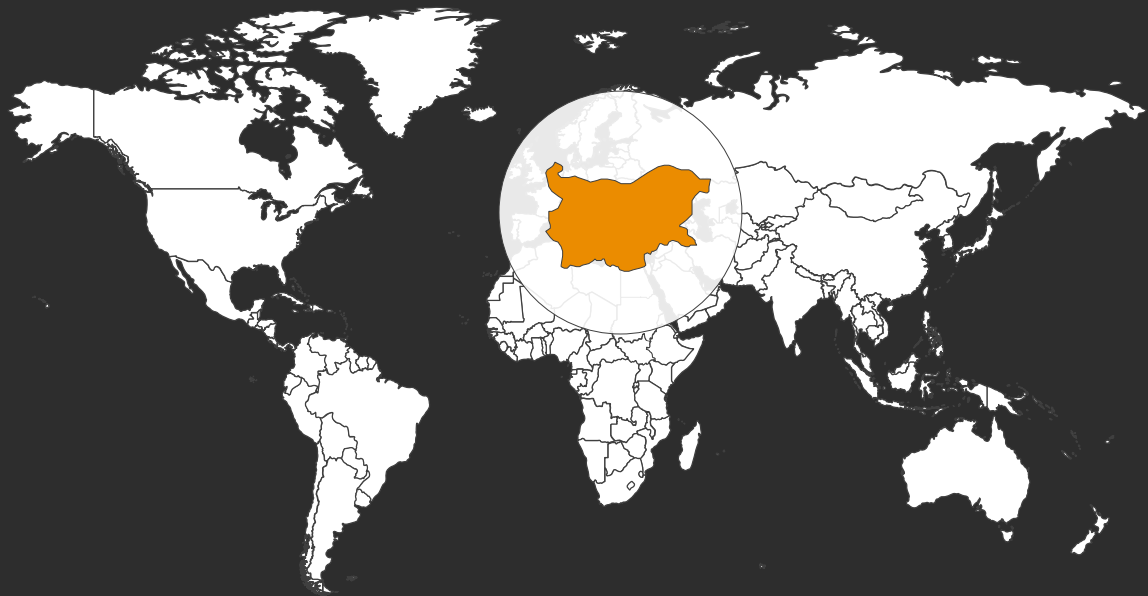
■ България ■ ЦИЕ ■ Глобално



Въпрос

Кои ключови фактори оказват най-голямо влияние при формирането на Вашата стратегия за киберсигурност?

Участници



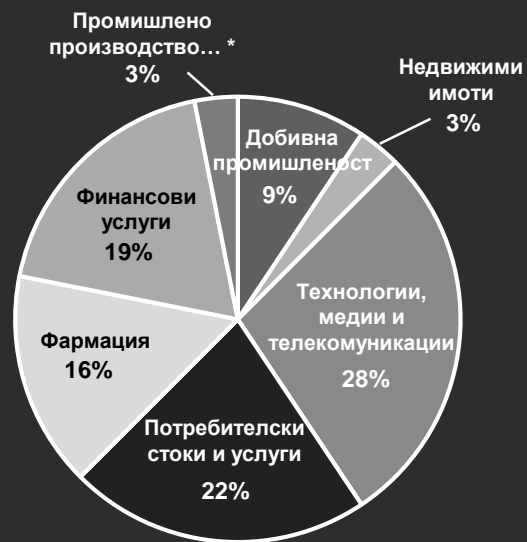
32 български бизнес лидери попълниха проучването



78% от анкетираните са мъже



3510 интервюирани изпълнителни директори от 83 държави



* Промислено производство и автомобилостроене





Благодарности

Проучване и проектен екип

Живка Петкова
Албена Маркова

Маркетинг и оформление

Велина Йосифова
Лиляна Динкова
Албена Маркова

Анализ на данни

Анализът на данните е
координиран от PwC
Великобритания, с локация
Белфаст, Северна Ирландия

Научете повече за това какво са споделили бизнес лидерите в света,
като посетите www.pwc.com/ceosurvey, където можете да прочетете повече и
да разберете за тенденциите, споделени с нас от участниците тази година.

Искате ли да участвате в дискусията следващата година?

Ако сте изпълнителен директор и искате да участвате в проучването
следващата година, моля свържете се с Велина Йосифова
(velina.yosifova@pwc.com). Ще се радваме да споделим мнението си с нас.



PwC България

гр. София 1000, България

Бул. Мария Луиза 9-11

 +359 2 9355 200

www.pwc.bg

© 2020 ПрайсуотърхаусКупърс България ЕООД. Всички права запазени.
PwC се отнася за PwC мрежата и/или една или повече от фирмите в нея,
като всяка от тях е самостоятелно юридическо лице.

Основна цел на PwC е изграждане на доверие в обществото и разрешаване на важни проблеми. PwC е мрежа от дружества в 157 държави с над 276 000 служители, ангажирани в предоставянето на качествени одиторски, данъчни и консултантски услуги. За повече информация, посетете: <https://www.pwc.com/>