

產業焦點評論

是走味變調還是歷久彌新!? 談數位轉型的三大誤區

前言

全球歷經 2020 年上半年的疫情肆虐，封城停航，人流暫歇，經濟活動幾近停擺，具備跨越地理時空限制的網路管道與數位工具，成為疫情籠罩下人類活動交流的最佳管道。當時序步入夏季，疫情稍緩之際，數位轉型便成為企業檢視因應不確定變局的重要指標，亦掀起企業內部一股投入數位轉型的潮流。然在這一波因為疫情掀起的企業數位轉型風潮下，我們觀察企業推動時會有三大誤區值得大家關注。

李震華

誤區一

若現在要讓大家選一個代表 2020 年的關鍵字，新冠肺炎肯定毫無懸念的會榮登狀元，其後誰能接下榜眼的位置呢？我想數位轉型應該當之無愧。

全球歷經 2020 年上半年的疫情肆虐，封城停航，人流暫歇，經濟活動幾近停擺，具備跨越地理時空限制的網路管道與數位工具，成為疫情籠罩下人類活動交流的最佳管道。當時序步入夏季，疫情稍緩之際，數位轉型便成為企業檢視因應不確定變局的重要指標，一時之間成為商業媒體筆下的當紅炸子雞，亦掀起企業內部一股投入數位轉型的潮流。

事實上，數位轉型不是一個新名詞，往前追溯至 2011 年，科技顧問界、商業媒體已見開始交替運用不同名詞，談論新興數位技術帶來的商業破壞性，便隱含數位轉型的意涵。及至 2016 年，世界經濟論壇（WEF）發表「產業的數位轉型」（Digital Transformation of Industries），強調數位轉型對各國競爭力、產業經濟、企業發展的影響，使得數位轉型受到全世界的重視。然數位轉型雖迭見於主流商業或財經媒體，但在觀諸企業的實質投入上，卻總呈現著雷聲大雨點小的情勢；直到 2020 年的疫情席捲，企業數位能力的準備程度高下立判，才真正刺激了企業高層認真審視數位轉型的意義，並認可了數位轉型的價值。

然在這一波因為疫情掀起的企業數位轉型風潮下，於高漲的熱鬧氛圍中，我們觀察企業推動時會有三大誤區值得大家關注：

誤區一：數位化、優化或轉型定位不清

在數位轉型議題正夯之際，談到疫情因應、未來發展，無不論及數位轉型。然細觀諸多媒體間所陳述的內容，或企業的投入態樣，卻存在著錯把馮京當馬涼的現象，即對於數位化、數位優化或是數位轉型認識不清，定位不明。

數位化自是基礎階段，從無到有導入應用數位工具；數位優化是在數位化的基礎上，持續精進數位工具的使用，以達成更好的效能；而數位轉型則是基於數位能力而為企業帶來價值創造模式的改變。

此處並非強調數位化、優化或轉型的優劣與否，而是認為企業在投入資源發展時，應清晰地知道是數位優化或是數位轉型，方能正確的設定目標與成效，不致造成投入作為與期待發展的歧異，進而導致企業在數位應用發展上的失敗。

誤區二：由資訊部門一手主導數位轉型

數位轉型，數位兩字當頭，易誤導諸多企業主將數位轉型視為另一波的數位化工作。故常見企業在展開數位轉型旅程後，僅見資訊部門如無頭蒼蠅，卻不見業務單位參與的怪現象。

觀諸近期許多國際發表調查或報告數據，均透露出一個重點，數位轉型的發動必然是業務單位，唯有業務單位的深度參與，從企業價值創造變革出發，方能確保企業數位轉型之路不走偏，也可避免資訊部門因本位思考，而流於為技術而技術的問題出現。

誤區三：將數位轉型視為一次性任務

外在環境是動態的存在，是故企業面對外在環境的不斷改變下，必須能夠持續自我評估、修正方向，並採漸進式方式，以積小成多的方式推動數位轉型。更重要的是企業必須從管理面重視組織文化、組織結構、人力資源、IT 管理方式等，以能持續地因應環境變動，進而不斷轉變思維以適應轉變的環境，將數位轉型內化為企業基因，避免將數位轉型視為一次性的任務。

結語

數位轉型跟過去二十年任何一次因數位技術驅動的變革均大相逕庭，倘能夠從觀念開始，就正確認識其個中三昧，持續在企業中深化數位轉型的基因，則數位轉型將如陳釀一般，勢必越陳越香；若企業只是一昧的跟風，對於數位轉型的真義認識不清，甚至囫圇吞棗投入資源，則所謂數位轉型，終將只是一罈走味的老醋。



發行所	財團法人資訊工業策進會 產業情報研究所(MIC)
地址	台北市 106 敦化南路二段 216 號 19 樓
電話	(02)2735-6070
傳真	(02)2732-1353
全球資訊網	https://mic.iii.org.tw
會員服務專線	(02)2378-2306
會員傳真專線	(02)2732-8943
E-mail	members@micmail.iii.org.tw
AISP 會員網站	https://mic.iii.org.tw/aisp

以上研究報告經 MIC 整理分析所得，由於產業變動快速，並不保證上述報告於未來仍維持正確與完整，引用時請注意發佈日期，及立論之假設或當時情境。
著作權所有，非經 MIC 書面同意，不得翻印或轉載