4 din 5 directori generali din România declară că se concentrează mai mult pe profitabilitatea pe termen lung, decât pe cea pe termen scurt

72% dintre directorii generali din România declară că scopul companiilor pe care le conduc este să creeze valoare pentru toate părţile interesate, nu doar pentru acţionari, iar 79% spun că se concentrează mai mult pe profitabilitatea pe termen lung decât pe cea imediată, arată cea mai recentă ediţie a raportului pentru România *a PwC Global CEO Survey 2016*. Printre părţile interesate, aşa cum sunt definite de raport, se numără: clienţii, acţionarii, angajaţii, competitorii, comunitatea locală în care companiile acţionează, mass-media, organizaţiile non-guvernamentale, instituţiile guvernamentale şi cele de reglementare.

De asemenea, majoritatea directorilor generali din România cred că angajaţii cu abilităţi cheie preferă să lucreze pentru organizaţii ale căror valori coincid cu ale lor (54%), în vreme ce 44% dintre respondenţi consideră că talentele cheie se orientează mai degrabă către angajatorii care oferă pachetele salariale cele mai competitive.

77% dintre directorii generali anticipează că progresele tehnologice, ca mega-tendință globală, vor transformă semnificativ în următorii 5 ani așteptările pe care părțile interesate le au de la companii. Pe de altă parte, organizațiile folosesc o paletă tot mai largă de tehnologii digitale ca instrument de comunicare, relaționare si creștere

a gradului de implicare a părților interesate – 91% dintre directorii executivi spun că îmbunătățesc modul în care folosesc tehnologia pentru a înțelege şi satisface cerințele părților interesate.

„Aflate sub presiunea schimbărilor tehnologice, care sporesc viteza circulaţiei informaţiei şi expun organizaţiile de afaceri în mod direct presiunilor opiniei publice, companiile sunt într-un punct de inflexiune ce presupune redefinirea modelului de afaceri. Directorii generali ai companiilor din România, în ton cu omologii lor de la nivel global, încep să pună tot mai mult accentul pe crearea de valoare pe termen lung. De altfel, 88% dintre directorii de companii sunt de părere ca în secolul XXI succesul în afaceri va însemna mai mult decât obținerea profitului financiar. Astfel, sistemul economic actual tinde spre o repunere a eticii de afaceri în centrul preocupărilor unei companii.”, a declarat Ionuţ Simion, Country Managing Partener, PwC România.

Pentru a răspunde exigenţelor tot mai diversificate, organizațiile implementează multiple schimbări în modul în care evaluează succesul şi în care comunică. 94% dintre respondenți implementează schimbări în modul în care definesc şi gestionează riscurile ca răspuns la așteptările în continuă transformare ale părților implicate, iar 89% doresc să îmbunătățească activitățile de marketing, comunicare şi dezvoltare a imaginii de brand.

83% dintre cei intervievați afirmă că forţa de muncă educată, calificată şi flexibilă reprezintă unul dintre cele mai importante aspecte pentru societatea actuală, iar 73% o menționează ca fiind un domeniu prioritar în care mediul de afaceri ar trebui sa colaboreze cu autoritățile. 92% dintre ei se concentrează pe respectarea drepturilor angajaților şi asigurarea bunăstării forței de muncă, ca domeniu organizațional în care doresc sa aducă îmbunătățiri.

Directorii generali din România declară că investitorii lor

sunt interesaţi în mai mare măsură de aspectele etice ale investiţiilor (52%), într-o proporţie chiar mai mare decât omologii lor globali care cred că acţionarii şi investitorii sunt interesaţi mai degrabă de venituri şi creşterea capitalului (58%).

Pentru respondenţii din România crearea de valoare pentru părţile interesate şi profitabilitatea sunt elemente interconectate. Astfel, 57% dintre respondenţi cred că crearea de valoare pentru toate părţile interesate ajută companiile lor să fie profitabile, în vreme ce 43% consideră că profitabilitatea ajută la oferirea de valoare pentru toate părţile interesate.

38% dintre directorii generali din România declară că investesc deja într-un program concret de responsabilitate socială corporativă, iar 43% spun că responsabilitatea socială corporativă stă la baza tuturor acţiunilor companiei pe care o conduc. La acest capitol însă se înregistrează o diferenţă semnificativă faţă de răspunsurile directorilor generali de la nivel global care în proporţie de 64% declară că pun responsabilitatea corporativă la baza acţiunilor companiei.

În plus, 74% dintre respondenţi arată că raportările companiei ţin cont de aspectele financiare, cât şi de cele non-financiare. În schimb, respondenţii sunt de părere că, atunci când iau o decizie de cumpărare a unor produse sau servicii, clienţii ţin cont mai degrabă de criterii precum preţul, uşurinţa procurării sau funcţionalitatea acestora (72%), decât de interesele tuturor părţilor interesate (28%).

„În contextul schimbării continue a așteptărilor părților interesate, al dezvoltării tehnologiei informaţiei şi al transformărilor rapide şi disruptive care au loc în mediul economic, organizaţiile întâmpină multiple provocări şi sunt nevoite să se adapteze din mers, mergând uneori pana la redefinirea scopului organizației şi a ariilor de activitate ale acesteia”, arată Ionuţ Simion.

Despre sondaj: Ediţia a 19-a a sondajului anual PwC Global CEO Survey a fost realizată în ultimul trimestru al anului 2015, pe baza răspunsurilor a 1409 directori de companii din 83 de ţări. La nivel regional, au fost luate 476 de interviuri în Asia-Pacific, 314 interviuri în Europa Occidentală, 170 în Europa Centrală şi de Est, 169 în America de Sud, 146 în America de Nord, 87 în Africa şi 47 în Orientul Mijlociu. În Romania, au fost realizate 82 de interviuri cu directorii generali locali.

Studiul complet PwC Romania CEO Survey poate fi descărcat accesând pagina de internet: http://www.pwc.ro/en/publication.html