Scopul susține mijloacele în afacerile bazate pe valori

Astăzi totul se întâmplă în rețea. Interconexiunile dintre nodurile acesteia cresc exponențial spre beneficiul ficăruia dintre cei care o alcătuiesc. Companiile interesate doar să-și mulțumească acționarii ratează oportunitatea conectării la rețea. Acționarii sunt doar un nod – rețeaua este alcătuită și din angajați, consumatori, furnizori, mediu și întreaga comunitate. Prin urmare compania trebuie să țină cont de aspirațiile tuturor factorilor interesați, dincolo de investitorii direcți.

Principiul că pentru o companie interesele proprii ar trebui să depășească obiectivul imediat al profitului, în beneficiul unui scop mai înalt, este foarte dezbătut. După depășirea etapei de definire a scopului ca aspirație care să inspire și să cheme la acțiune, acum companiile intră în etapa de definire a scopului în funcție de o concepție mai largă.

Aceasta este centrată pe om, iar compania devine social-angajată scopului, care urmărește să creeze valoare pentru mai multe părți interesate. În timp ce multe organizații caută să-și identifice valorile și scopul, pentru limpezirea temei propun pentru definirea acestei noi și mai profunde articulări a intenției următoarele cinci puncte de analiză:

1. **Încrederea** – Recuperarea încrederii în valorile corporative a tuturor factorilor interesați este o misiune destul de dificilă. Propagarea efectelor marilor scadaluri au lovit puternic în această monedă de referință pentru orice interacțiune umană. Tinerele generații cred tot mai puțin în buna intenție și în valorile care stau la baza deciziilor managementului, în orice caz mult mai puțin decât generațiile anterioare. În percepția acestei noi generații, distribuția

bunăstării și egalitatea de șanse sunt afectate de anumite decizii ale celor care sunt tutelarii unei lumi depășite.

2. **Sustenabilitatea** – Schimbările climatice sunt în prezent pe agenda socială și au adus companiile sub controlul public și de reglementare cu privire la impactul lor asupra mediului. Presiunea publică forțează managementul acestora să reevalueze modul în care produc, consumă și furnizează bunuri și servicii în funcție de criterii sociale și ecologice.

3. **Echitatea socială** – Economia globală crește și, o dată cu aceasta, și inegalitatea socială. Peste 50% din averea globală este deținută de 1% din populație. Diferența de plată dintre angajații companiilor din diversele zone ale lumii crește de asemenea. Consecința? Creșterea frecvenței puseurilor naţionaliste la nivelul discursurilor publice, societăți care rezistă tot mai greu tendințelor naționaliste și intoleranță față de cei diferiți.

4. **Gândirea pe termen lung** – Factorii interesați obligă acum companiile să nu se limiteze doar la profitabilitatea pe termen scurt. În opinia multora firmele au obligația de a aborda provocările globale de mediu și sociale pe termen lung. În ciuda multor presiuni pe termen scurt, directorii încearcă să ia în considerare și unele dintre consecințele pe termen lung, conștienți că valoarea reală a unei companii este legată de brand, angajați și capitalul intelectual.

5. **Digitalizarea** – Conectarea instantanee dintre factorii interesați și puterea tot mai mare a analizei de date în timp real dau posibilitatea companiilor să-și cunoască și să-și deservească mai bine consumatorul. Aceste transformări vor reechilibra balanța de putere, datorită noilor modalitați prin care clienții semnalează orice

lacună dintre imaginea unei companii și acțiunile acesteia.

Aceste cinci forțe arată că mulți angajați, clienți, investitori, comunități și alte părți interesate pun întrebări profunde despre rolul companiilor în cadrul comunităților unde funcționează. În timp ce schimbarea este o trăsătură imuabilă a vieții și a afacerilor, tehnologia și stiința accelerează ritmul și amploarea schimbării mai mult ca niciodată. Înțelegerea scopului principal al existenței unei organizații prin corelarea cu evoluția lumii este o modalitate constructivă de a aborda creșterea.

Autor: Florentina Șușnea, Managing Partner, PKF Finconta

* * *

Despre PKF Finconta

De peste 24 de ani, PKF Finconta este una dintre principalele 10 firme de servicii profesionale din România. Ca membri ai PKF International Ltd. suntem parte dintr-o rețea internațională de firme independente din punct de vedere legal, care oferă consultanță și audit oriunde în lume.Grupul PKF Finconta este format din patru societăți cu capital românesc: PKF Finconta, PKF Finconta Consultanță, PKF Finconta HR și Finconta Consulting SPRL, membre ale organismelor profesionale naționale CECCAR, CAFR, CCFR și UNPIR. Prin intermediul acestora oferim servicii de audit financiar, analiză financiară corporativă, consultanță fiscală, întocmirea dosarului prețurilor de transfer, servicii de contabilitate, salarizare, resurse umane, insolvență, auditarea fondurilor nerambursabile și due diligence de achiziții.