

Δελτίο Τύπου

Ημερομηνία:

23 Αυγούστου 2021

Υπεύθυνος επικοινωνίας:

Κάλλια Μυλωνάκη

Τηλ: 210 8114386

e-mail: kallia.mylonaki@pwc.com

PwC Global Culture Survey 2021: Αναγνώριση της εταιρικής κουλτούρας ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα από τους επικεφαλής των οργανισμών

Μεγαλύτερο από ποτέ το χάσμα μεταξύ ανώτερων στελεχών διοίκησης και του υπόλοιπου ανθρώπινου δυναμικού

Σύμφωνα με τη νέα έρευνα «[Global Culture Survey 2021](#)» της PwC, η εταιρική κουλτούρα συνιστά σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για τους οργανισμούς και ως εκ τούτου, κατακτά ολοένα και πιο σημαντική θέση μεταξύ των στρατηγικών προτεραιοτήτων. Ωστόσο, παρατηρείται μεγάλο κενό μεταξύ της ηγετικής ομάδας και του υπόλοιπου ανθρώπινου δυναμικού το οποίο κατατάσσει την κουλτούρα χαμηλά στη λίστα των εταιρικών προτεραιοτήτων. Η μελέτη πραγματοποιήθηκε με τη συμμετοχή 3.200 εργαζόμενων σε όλο τον κόσμο.

69% των συμμετεχόντων αναφέρει ότι η επιχείρηση στην οποία εργάζεται πέτυχε την προσαρμογή στα νέα δεδομένα που διαμορφώθηκαν κατά τον τελευταίο χρόνο, με την εταιρική κουλτούρα να συνιστά ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Επίσης, οι ερωτηθέντες που δηλώνουν ότι η επιχείρησή τους έχει μια διακριτή κουλτούρα, θεωρούν πιο πιθανό να δουν αύξηση των εσόδων και την ικανοποίηση των πελατών. Προς αυτό συναινεί και το 72% των ανώτερων στελεχών τα οποία δηλώνουν ότι η κουλτούρα βοηθάει στην υλοποίηση επιτυχημένων αλλαγών.

Παγκοσμίως, το 73% των ερωτηθέντων που αναφέρουν ότι η κουλτούρα συνιστά ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, δηλώνουν πως η γρήγορη λήψη αποφάσεων έχει καταστεί ευκολότερη ή παρέμεινε ίδια κατά τη διάρκεια της πανδημίας. Το ποσοστό εκείνων που συμφωνούν με τη συγκεκριμένη τοποθέτηση αυξήθηκε στις ΗΠΑ (81%), στο Ηνωμένο Βασίλειο (77%) και στην Κίνα (81%) σε αντίθεση με το μόλις 57% των ερωτηθέντων παγκοσμίως που αναφέρουν το αντίθετο. Στην Κίνα, το ποσοστό έπεσε στο 38% ενώ στην Ινδία ανήλθε στο 68%.

Τα αποτελέσματα της παγκόσμιας έρευνας αποτυπώνουν ένα σαφές χάσμα μεταξύ εκείνων που αναφέρουν την ύπαρξη μιας διακριτής κουλτούρας και εκείνων που δεν κάνουν αντίστοιχη αναφορά. Αντίστοιχες διαφορές παρατηρούνται και στους παρακάτω τομείς με τους συμμετέχοντες να δηλώνουν μεγαλύτερη ευκολία ή στασιμότητα :

- Συμβουλευτική και ανάπτυξη ανθρώπινου δυναμικού (55% έναντι 41%)
- Ανάπτυξη/διατήρηση της αίσθησης της κοινότητας (60% έναντι 43%)
- Ανταπόκριση στις ανάγκες των πελατών (66% έναντι 57%)
- Καινοτομία με νέα προϊόντα και υπηρεσίες (66% έναντι 56%)
- Παραγωγή/παράδοση αναμενόμενων αποτελεσμάτων (63% έναντι 51%)

O Bhushan Sethi, Joint Global Leader, People and Organisation, PwC, σχολιάζει: «Οι επιχειρήσεις που αναγνωρίζουν την κουλτούρα ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, δημιουργούν πιο ισχυρό αίσθημα της κοινότητας, ανταποκρίνονται καλύτερα στις ανάγκες των πελατών, καινοτομούν σε μεγαλύτερο βαθμό και επιτυγχάνουν καλύτερα αποτελέσματα σε επιχειρηματικό επίπεδο. Καθώς πολλοί οργανισμοί προσαρμόζονται για πρώτη φορά σε υβριδικά μοντέλα εργασίας, το βασικό ερώτημα είναι ποια προσέγγιση θα υιοθετήσουν τα ηγετικά στελέχη για τη διατήρηση μιας επιχειρηματικής κουλτούρας που χαρακτηρίζεται από συνοχή».

Η διαφορά απόψεων μεταξύ της ανώτερης διοίκησης και της υπόλοιπης επιχείρησης

Τα δεδομένα δείχνουν ότι η κουλτούρα αποτελεί χαμηλή προτεραιότητα για το ανθρώπινο δυναμικό. Το 2018, το 66% των εργαζομένων πρώτης γραμμής θεωρούσαν την κουλτούρα πιο σημαντική από την στρατηγική ή το επιχειρηματικό μοντέλο έναντι 46% το 2021. Ομοίως, παρουσιάζεται διαφορά στον τρόπο με τον οποίο γίνεται αντιληπτός ο ο εταιρικός σκοπός από το εκάστοτε ιεραρχικό επίπεδο , με το 77% της ανώτερης διοίκησης να αναφέρει την αίσθηση προσωπικής σύνδεσης με τον σκοπό της εταιρείας σε αντίθεση με μόλις το 54% των υπόλοιπων εργαζόμενων.

Η διάθεση ως προς την διαφορετικότητα, την ισότητα και την ένταξη καταδεικνύουν πιο έντονα το χάσμα, με τα δεδομένα να δείχνουν μια μέση διαφορά 20% μεταξύ των απόψεων της διοίκησης και όλων των υπολοίπων εργαζομένων στα συγκεκριμένα ζητήματα. Το χάσμα αυξάνεται σε μια μέση διαφορά 30% στις ΗΠΑ και 35% στην Ιαπωνία. Αντιστοίχως, η μέση διαφορά στην Ινδία είναι μόλις 10%.

Τα τρία τέταρτα της ανώτερης διοίκησης (71%) νιώθουν ότι έχουν την δυνατότητα να είναι ο εαυτός τους στην εργασία, έναντι μόλις 52% των μεσαίων ιεραρχικών επιπέδων και των εργαζομένων πρώτης γραμμής. Στις ΗΠΑ, τα ποσοστά αυτά διαμορφώνονται σε 96% για την ανώτερη διοίκηση και 62% για τους υπόλοιπους αντίστοιχα, ενώ στην Ιαπωνία φτάνουν το 60% και 19% αντίστοιχα.

Ομοίως, το 61% της ανώτερης διοίκησης πιστεύει ότι η επιχείρησή τους ενθαρρύνει τη συζήτηση πάνω σε ευαίσθητα ζητήματα, σε αντίθεση με το 42% των μεσαίων διοικητικών στελεχών και των εργαζομένων πρώτης γραμμής. Επίσης, το 69% της ανώτερης διοίκησης



πιστεύει ότι η επιχείρησή τους υιοθετεί την ευελιξία και ανταποκρίνεται στις ανάγκες διαφορετικών εργαζομένων έναντι του 51% των υπόλοιπων. Στην Ινδία ωστόσο, η διαφορά με τα ανώτερα στελέχη είναι η χαμηλότερη, με το 78% του ανθρώπινου δυναμικού να πιστεύει ότι η εταιρεία τους εντάσσει άτομα με διαφορετικές ανάγκες έναντι του 90% της ανώτερης διοίκησης.

Ο Bhushan Sethi καταλήγει: «Οι διαφορές των στάσεων ως προς την διαφορετικότητα, την ισότητα και την ένταξη αποτελούν το βασικό εύρημα της φετινής μελέτης. Στο πλαίσιο των ταχέως μεταβαλλόμενων κοινωνικών και πολιτισμικών προσδοκιών από τις εταιρείες, είναι επιτακτική ανάγκη οι επικεφαλής να αντιμετωπίσουν κατά μέτωπο τυχόν ενδοιασμούς σχετικά με την διαφορετικότητα, την ισότητα και την ένταξη. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τη συμμετοχή εσωτερικών και εξωτερικών ενδιαφερομένων μερών, για τον ορισμό, τη δέσμευση και την καταγραφή της προόδου αναφορικά με συμπεριφορές ένταξης και τρόπους εργασίας που ενισχύουν την κοινωνική εμπιστοσύνη και δίνουν τη δυνατότητα για βιώσιμα επιχειρησιακά αποτελέσματα».

Ο Κωνσταντίνος Τάκος, Head of People and Change, Consulting, PwC Ελλάδας συμπληρώνει: «Η κουλτούρα σε πολλούς οργανισμούς θεωρείται ως κάτι που είναι δύσκολο να οριστεί, που απλά υφίσταται και δεν είναι δυνατόν να επηρεαστεί. Δεν μπορούμε όμως πλέον να αγνοούμε τον αντίκτυπο της, ειδικά για μεγάλης κλίμακας μετασχηματισμούς που βρίσκονται σε εξέλιξη. Η κάθε οργανωσιακή κουλτούρα εμπεριέχει μια σειρά από καθοριστικές συμπεριφορές που μπορούν να συνδεθούν με απτά αποτελέσματα. Μέσα από την εξειδίκευση και ανάδειξη αυτών των συμπεριφορών ως χαρακτηριστικά γνωρίσματα της κουλτούρας του οργανισμού, μπορούμε να δημιουργήσουμε πιο στενούς δεσμούς μεταξύ των ομάδων μας και να επιταχύνουμε με πιο ουσιαστικό τρόπο τις αλλαγές που θέλουμε να επιφέρουμε».

Για να λάβετε αντίγραφο της έκθεσης, πατήστε [εδώ](#).

Σχετικά με την PwC

Στην PwC, στόχος μας είναι η δημιουργία κλίματος εμπιστοσύνης στην κοινωνία και η επίλυση σημαντικών προβλημάτων. Είμαστε ένα δίκτυο εταιρειών σε 157 χώρες με περισσότερα από 276.000 στελέχη που δεσμεύονται να παραδίδουν ποιοτικό έργο στις ελεγκτικές, φορολογικές και συμβουλευτικές υπηρεσίες που αναλαμβάνουν. Πείτε μας τι έχει αξία για σας και μάθετε ακόμα περισσότερα στην ιστοσελίδα μας www.pwc.com.

Η επωνυμία PwC αναφέρεται στο δίκτυο των εταιρειών μελών και/ή σε μία ή περισσότερες από τις εταιρείες μέλη, κάθε μία από τις οποίες αποτελεί μια ξεχωριστή νομική οντότητα. Για περισσότερες πληροφορίες, παρακαλούμε επισκεφθείτε το www.pwc.com/structure.

© 2021 PwC. Με επιφύλαξη όλων των νόμιμων δικαιωμάτων