

Provocări manageriale și evoluția organizațiilor în 2013

- Sinteza rezultatelor -

Studiul Anual al firmei Danis Consulting, ajuns la a șasea ediție, este o cercetare ce urmărește viața organizațiilor din România. În acest an a beneficiat și de sprijinul Universității Babeș-Bolyai, Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării, Departamentul de Comunicare, Relații Publice și Publicitate. Celor 34 de întrebări ale chestionarului le-au răspuns 279 persoane, dintre care 85% au funcții de conducere de nivel înalt în organizație (71% sunt directori generali, patroni sau administratori, iar 14% sunt directori de departamente sau de zonă), 3% sunt manageri de linie și 9% nu au funcții de conducere. 76% dintre respondenți au o vechime în organizație de peste 5 ani, perioadă în care și-au putut forma o opinie pertinentă despre organizația din care fac parte. Majoritatea respondenților (85%) sunt din sectorul privat.

Principalele arii de interes ale studiului din acest an au fost:

- **Date despre organizație**
- **Mediul economic**
- **Aspecte din viața organizațiilor**
- **Conducere**
- **Utilizarea mijloacelor de comunicare online**
- **Date demografice despre respondenți**

Percepția influenței **mediului economic** asupra organizațiilor a rămas una negativă (67%) și doar 12% sesizează o influență pozitivă, nefiind resimțite prea multe schimbări favorabile ale contextului economic în care organizațiile funcționează. Mediul economic supune organizațiile la o serie de provocări, iar în acest nou an de criză, cele mai mari au fost *creșterea profitului (77%)*, *creșterea competiției (72%)*, *calitatea forței de muncă (71%)*. Chiar dacă provocările centrate puternic pe rezultate au câștigat în importanță față de anul trecut, organizațiile au ales să răspundă acestor provocări într-o manieră similară cu cea din anul trecut: reducerea costurilor (17%), concentrarea pe afacerea de bază (15%), oferirea de noi produse sau servicii (15%).

În ceea ce privește etica în mediul de afaceri din România, răspunsurile primite indică o degradare a acesteia, procentul celor care au apreciat o reducere a valorizării eticii (48%) fiind semnificativ mai mare comparativ cu anul trecut (28%). Anul 2012 a adus cu sine o reducere dramatică a companiilor implicate în acțiuni de responsabilitate socială, doar 36% (față de 65% în 2011) și, în cel mai fericit caz, este un răspuns reactiv la inițiativele altor organizații.

Dacă mediul extern, dificil, este perceput ca fiind negativ, **viața organizațiilor** este descrisă în termeni pozitivi, chiar dacă nu în note atât de optimiste ca și în anul anterior. Doar 59% dintre organizații au obținut rezultate la nivelul așteptărilor sau chiar peste acestea, reintrând în atenția managerilor importanța procesului de stabilire a obiectivelor, adaptate la mediul extern și realizabile-sustenabile de către organizație. Cei mai importanți factori considerați a contribui la aceste performanțe sunt: nivelul ridicat al cunoștințelor și abilităților personalului (69%), flexibilitatea organizației și acceptarea schimbării (61%) și condițiile bune de lucru (56%). Acest din urmă factor urcă în top 3, atrăgând atenția managerilor asupra preocupărilor pe care ar trebui să le aibă pentru crearea sau menținerea unor condiții bune de lucru. Cele mai frecvente schimbări cu care s-au confruntat organizațiile au fost cele strategice

(27%) și reduceri de personal/restructurări (15%), iar cel mai puțin frecventă schimbare a fost cea care a vizat managementul de vârf (anul anterior a fost itemul cu cea mai mare frecvență!). Ca și în anii trecuți, organizațiile își apreciază pozitiv capacitatea de a gestiona procesele de schimbare prin care trec, managerii având în continuare aceeași problemă legată de convingerea angajaților să acționeze în sensul schimbării. Conducerea este evaluată pozitiv în 90% dintre organizațiile respondente, managerii fiind percepuți ca oameni integri, autentici și care își respectă cuvântul dat (sesizăm, din nou, discrepanța între cum este percepută propria conducere față de cea a altora).

În ceea ce privește nevoile de dezvoltare identificate, acestea s-au menținut aproximativ aceleași: *abilități de gândire strategică, de luare a deciziilor manageriale, de a-i inspira pe ceilalți* pentru managerii generali și de departamente, respectiv *dezvoltarea abilităților de relaționare cu oamenii și rezolvarea de probleme* pentru următoarele nivele ierarhice.

Doar 26% dintre respondenți apreciază o îmbunătățire a atmosferei generale din organizație; nivelul motivației angajaților este perceput ca fiind peste medie, iar capacitatea de a lucra în echipă e una bună.

Loialitatea și atașamentul persoanelor din **conducere** pentru organizațiile din care fac parte rămâne un factor de remarcat în urma studiului. Peste 81% dintre respondenți sunt *mândri că fac parte din organizația în care lucrează*, 75% afirmă că sunt *dispuși să lucreze mai mult pentru binele organizației* și peste 80% sunt conștienți de *importanța muncii lor* pentru organizație. La nivelul conducerii, cei mai puternici factori motivatori sunt: *importanța muncii pe care o realizează* (57%), *atingerea țințelor individuale* (53%) și *existența oportunităților de dezvoltare* (44%). Efect demotivator au *birocrația* (60%), *lipsa oportunităților de dezvoltare* (51%), și *veniturile* (48%). Veniturile realizate, ca factor de stres, își continuă trendul ascendent, devenind în anul 2012 principala sursă de stres (16%), urmat de *lipsa informațiilor relevante* sau *întârzierea lor* (13%) și *responsabilitatea ridicată* (13%). În acest an, în ierarhia surselor de stres urcă *nesiguranța postului de muncă* (care a trecut de pe ultimul loc în 2011, pe locul 5 din 13 în 2012).

În ceea ce privește **utilizarea mijloacelor de comunicare online**, rezultatele ne indică faptul că 62% dintre respondenți apreciază ca fiind foarte importantă măsura în care acestea contribuie la atingerea obiectivelor organizației. Mediul online este utilizat cel mai mult pentru *promovare și vizibilitate* (24%), urmate de *informarea permanentă a publicului țintă* (16%) și *accesarea unui public cât mai larg* (13%). Cel mai utilizat mijloc de promovare este *website-ul* (44%), apoi *rețelele de socializare* (30%), *blog-ul* (8%).

Raportul final mai cuprinde o analiză a tendințelor înregistrate în ultimii 6 ani pe anumiți itemi (de exemplu: atingerea obiectivelor, schimbările prin care trec organizațiile și răspunsurile lor la provocările din mediu, factori de stres), precum și un capitol de concluzii și recomandări.