PricewaterhouseCoopers: ”Vuonna 2039 maailmassa on 6 miljardia tilintarkastajaa”

PricewaterhouseCoopers (PwC) haluaa kääntää toimialansa katseen menneen vuoden taloustiedoista tulevaisuutta kohti. Yrityksen arvo ei tulevaisuudessa muodostu enää samoista elementeistä kuin nykyisin, joten yritysten kannattaisi käyttää jo nyt aikaa sen pohtimiseen, mikä niiden arvon tulevaisuudessa luo. PwC esitti omia ajatuksiaan keskustelunavaukseksi ”Yrityksen arvo vuonna 2039?” -keskustelutilaisuuksissa 2. ja 3. kesäkuuta.

Onko maailmassa todella kuusi miljardia tilintarkastajaa vuonna 2039? Tämä oli yksi visioista, joita PwC:n työntekijöilleen teettämä kysely toi esille. Samat visiot olivat lähtökohtana PwC:n järjestämille ”Yrityksen arvo vuonna 2039?” -tilaisuuksille. Keskustelukumppaneiksi oli kutsuttu suomalaista yritysjohtoa muun muassa talouden, henkilöstön sekä yritysvastuun alueilta.

PwC:läisten tulevaisuudenkuvassa yritysten on kerrottava entistä läpinäkyvämmin muun muassa eettisyydestä, henkilöstön hyvinvoinnista ja ympäristövaikutuksista. Ihmiset ovat nykyistä kiinnostuneempia näistä asioista ja haluavat itse hakea heitä kiinnostavan tiedon suoraan yritykseltä. Teknologisen kehityksen myötä suurella osalla ihmiskunnasta voisi olla suora pääsy yrityksen tietojärjestelmiin ja mahdollisuus toimia kuten nykyiset tilintarkastajat.

- Nyt emme etsi vastauksia vaan haluamme esittää ja rohkaista muitakin esittämään aivan uusia kysymyksiä, joiden myötä keskustelu yritysten arvon muodostumisesta voi jatkua, PwC:n toimitusjohtaja **Jan Holmberg** avasi tilaisuuden teemaa. Uskomme, että edelläkävijyys taloudellisessa seurannassa ja raportoinnissa syntyy siitä, kuinka hyvin yritys pystyy hahmottamaan, mihin se ja koko maailma on menossa. Ensimmäiset haasteeseen tarttuvat ovat myös niitä, jotka saavat vaikuttaa eniten kehityksen suuntaan.

Tilaisuuksien osallistujat ottivat kantaa PwC:n visioihin keskustelun lisäksi äänestämällä. Enemmistö paikallaolijoista uskoi yritysten viestinnän kiinnostavan ja koskettavan tulevaisuudessa suurempaa osaa ihmisistä. Silloin olisi myös enemmän ja aivan uudenlaisia sidosryhmiä. Raportointijaksojen uskottiin niin ikään tiivistyvän jatkuvan tietovirran seurannaksi, samalla kun yrityksen arvo muuttuisi nykyistä nopeampaan tahtiin.

Tilaisuudessa näkökulmia esittivät myös tulevaisuutta työkseen miettivät **Roope Mokka** Demos Helsingistä sekä **Mika Aaltonen** Teknillisestä korkeakoulusta. Molempien puheenvuorot toivat esille tärkeän seikan, joka yritysten kannattaisi muistaa: tulevaisuuteen voi vaikuttaa, sillä se rakennetaan juuri nyt tehtävillä päätöksillä ja toiminnalla.

Finnairin yhteiskuntasuhde- ja viestintäjohtaja **Christer Haglund** peräänkuulutti yritykseltä vanhojen numeroiden sijaan enemmän tietoa siitä, millä eväillä yritys menestyy jatkossa.

- Finnair julkisti viime vuonna viisi visiota vuodelle 2093. Hanke on saanut erittäin positiivisen vastaanoton kansainvälisesti ja uskon, että se osaltaan inspiroi ja kehittää toimialaa tulevaisuuden hankkeita ajatellen. Ehdotan, että mahdollisimman moni yritys suuntaisi katseensa tulevaisuuteen menneisyyden sijaan, Haglund toteaa.

Lisätietoja:

Jan Holmberg, toimitusjohtaja, PricewaterhouseCoopers, puh. 0500 500 417
Hanna Kauko, Senior Manager, Marketing & Communications,
PricewaterhouseCoopers, puh. 050 376 0437

PricewaterhouseCoopers-ketjuun kuuluvat jäsenyritykset (www.pwc.com) tarjoavat neuvontapalveluja, tilintarkastusta ja verokonsultointia. Ketjun yrityksissä työskentelee yli 155 000 henkilöä 153 maassa. Nimi PricewaterhouseCoopers viittaa PricewaterhouseCoopers International Limited -jäsenyritysten muodostamaan ketjuun, jonka jokainen jäsenyritys on itsenäinen juridinen yhtiö.