

Şase din zece antreprenori din România vor ca afacerea sa rămână în familie (sondaj PwC)

Aproape 60% dintre detinatorii de afaceri de familie din România vor sa se asigure ca business-ul ramâne în familie pe termen lung, comparativ cu 74% în Europa Centrala si de Est (ECE), desi 82% dintre acest tip de afaceri de pe plan local si-au crescut vânzarile în ultimul an financiar, arata un sondaj publicat, luni, de PwC.

Potrivit cercetarii "Global Family Business Survey", doar 63% dintre afacerile de familie în România au planuri pentru viitorul afacerilor, precum conventii între actionari (39%), politici privind dividendele (39%), proceduri de urgenta si situatii neprevazute (15%) sau testament (12%). Prin comparatie, 69% dintre afacerile de familie din ECE, respectiv 81% la nivel global au astfel de aranjamente.

Obiectivele personale-cheie pe termen lung ale proprietarilor de afaceri de familie din România sunt protejarea afacerii ca cel mai important activ al familiei (87%) si generarea de dividende pentru membrii familiei (84%).

Sondajul PwC releva faptul ca nivelul de încredere între membrii familiei este considerat în general ridicat, iar 74% dintre respondenti afirma ca exista o aliniere a familiei cu privire la directia companiei (fata de 59% la nivel global).

Totodata, majoritatea afacerilor de familie din România (82%) a raportat o crestere a vânzarilor, în ultimul an financiar, fata de anul 2021, când ponderea era de 55%. Nivelul raportat pe plan local este similar cu cel înregistrat în ECE (83%) si peste procentul de 71% înregistrat la nivel global.

În acelasi timp, obiectivele de crestere sunt ambitioase si pentru urmatorii doi ani: 27% dintre afacerile de familie din România se asteapta sa creasca rapid si agresiv, fata de 20% la nivel de ECE si 14% la nivel global.

"Majoritatea întreprinderilor de familie din România îsi stabilesc obiective si tinte pentru satisfactia clientilor si crestere, dar doar o minoritate le stabileste pentru diversitate si incluziune si impact social. Principalele prioritati ale afacerilor de familie din România în urmatorii doi ani sunt cresterea loialitatii clientilor si introducerea de noi produse si servicii (ambele prioritati mult mai mari decât în CEE si decât media globala). Principalele grupuri prioritare sunt clientii si actionarii, urmati de angajati", noteaza sursa citata.

În cadrul sondajului "Global Family Business Survey", realizat de PwC, au fost intervievate 2.043 de persoane cu afaceri de familie, din 82 de tari, printre care si România.