

# Polacy o firmach rodzinnych 2016

## Firmy z przyszłością



**FUNDACJA**  
— FIRMY RODZINNE —

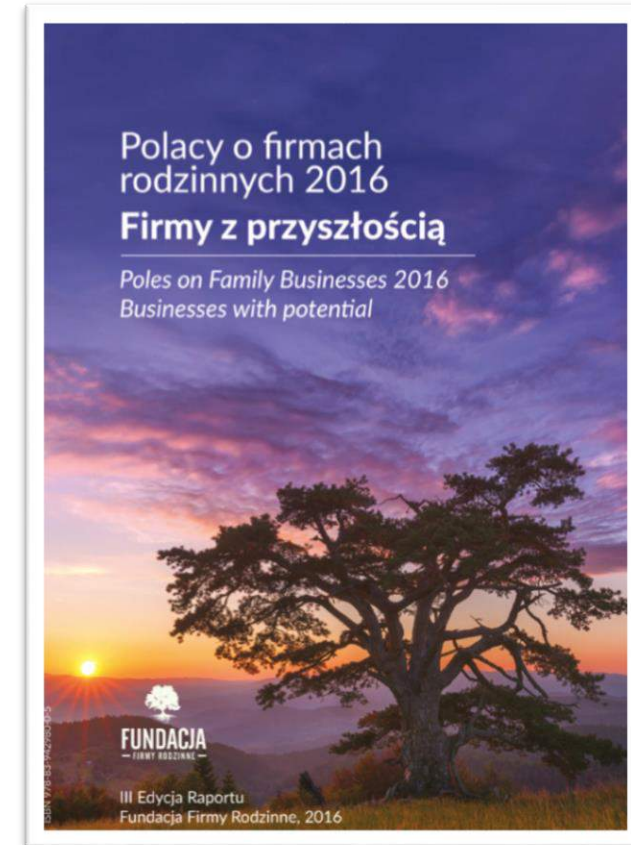
Raport pod patronatem:

**NBP**

Narodowy Bank Polski



# To już trzecia edycja raportu 2014 – 2015 - 2016



# Metodyka

Badanie zlecone na potrzeby opracowania raportu zostało zrealizowane w dniach

**5.08-12.08.2016** przez agencję SW RESEARCH

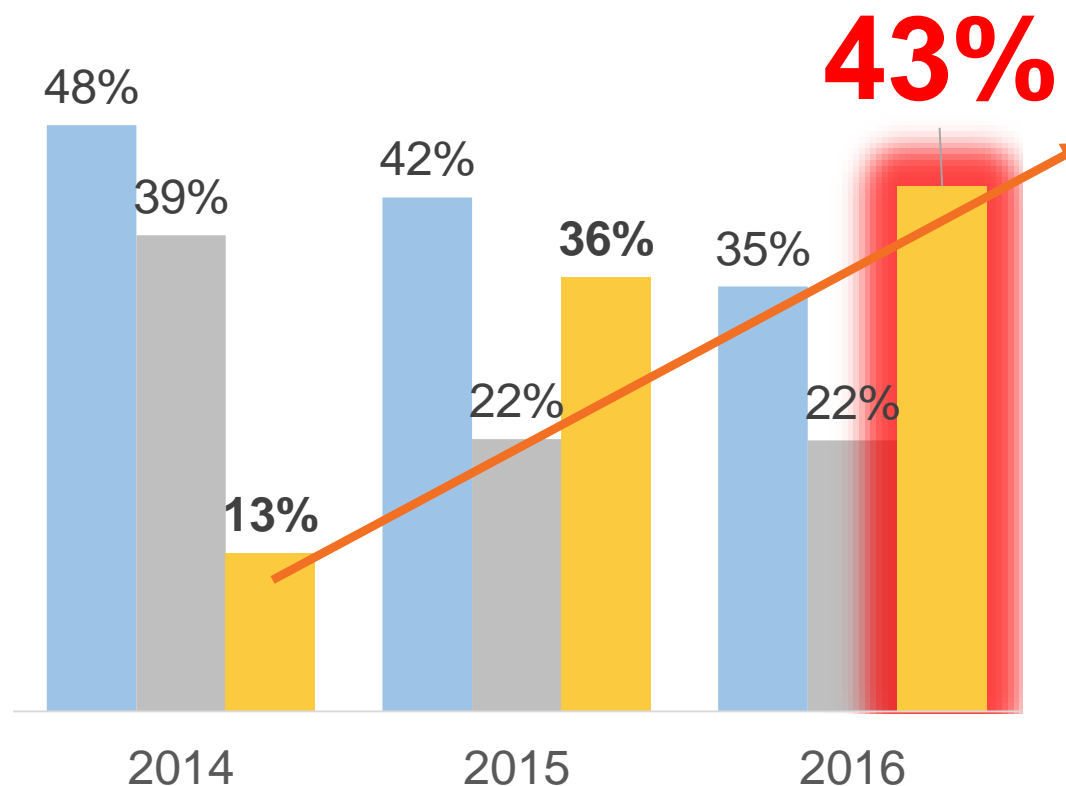
metodą wywiadów on-line (CAWI) na panelu internetowym SW Panel.

W ramach badania przeprowadzono 1013 ankiet.



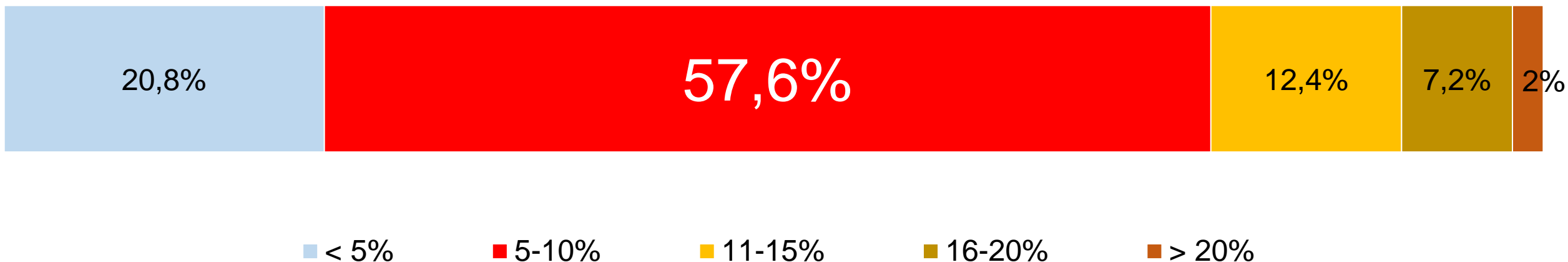
# 43% Polaków jest gotowych do zapłaty wyższej ceny za produkty od firm rodzinnych

Czy byłbyś/byłabyś w stanie zapłacić więcej za produkt firmy rodzinnej niż za porównywalny produkt, ale z firmy, która nie deklaruje swojej rodzinności i tradycji?



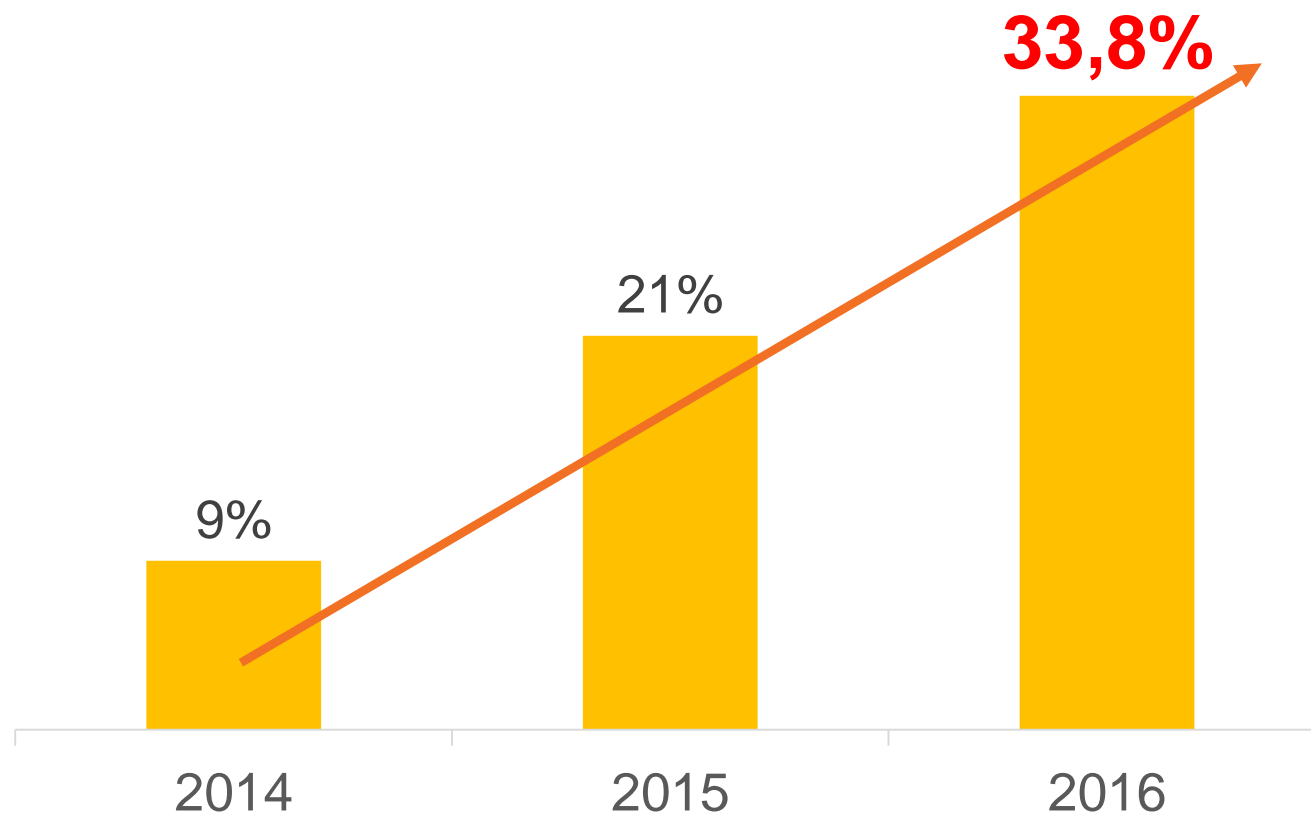
■ nie mam zdania/to zależy od produktu   ■ nie   ■ tak

# Najwięcej Polaków gotowych jest dopłacić 5-10% ceny



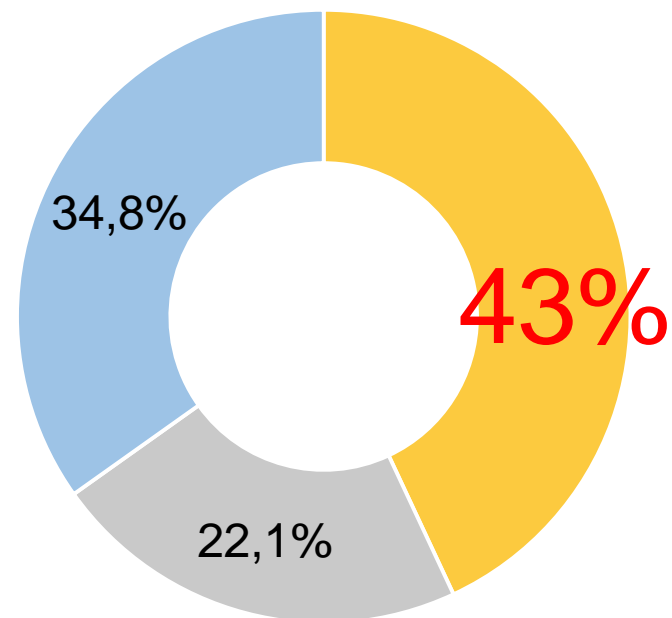
# Nabywcy zauważają coraz więcej firm rodzinnych

Respondenci, którzy widzieli oznaczenie produktu, które informuje, że został on wytworzony w firmie rodzinnej



# Mamy zaufanie do tego, co trwa przez pokolenia

Czy Twoje zaufanie do produktu lub usługi firmy rodzinnej wzrasta wraz ze świadomością, że prowadzi ją już kolejne (drugie lub późniejsze) pokolenie rodziny?



■ tak

■ nie

■ nie mam zdania

# Trzy wyzwania na przyszłość

O co powinni najbardziej zatroszczyć się przedsiębiorcy rodzinni w swoich firmach? (możliwość wyboru wielu odpowiedzi)





# Firmy rodzinne powinny zostać w rodzinie

Wielu przedstawicieli pokolenia pierwszych przedsiębiorców z czasów transformacji wkrótce będzie odchodzić na emeryturę i stanie przed dylematem, komu powinno przekazać swój biznes. Kto według Ciebie powinien być następcą założyciela firmy i kierować biznesem po jego odejściu? (możliwa tylko jedna odpowiedź)

Syn/córka przedsiębiorcy



Profesjonalny menedżer

15,5%

Małżonek/małżonka  
przedsiębiorcy

12,6%

Synowa/zięć przedsiębiorcy

4,5%

Taki biznes należy sprzedać

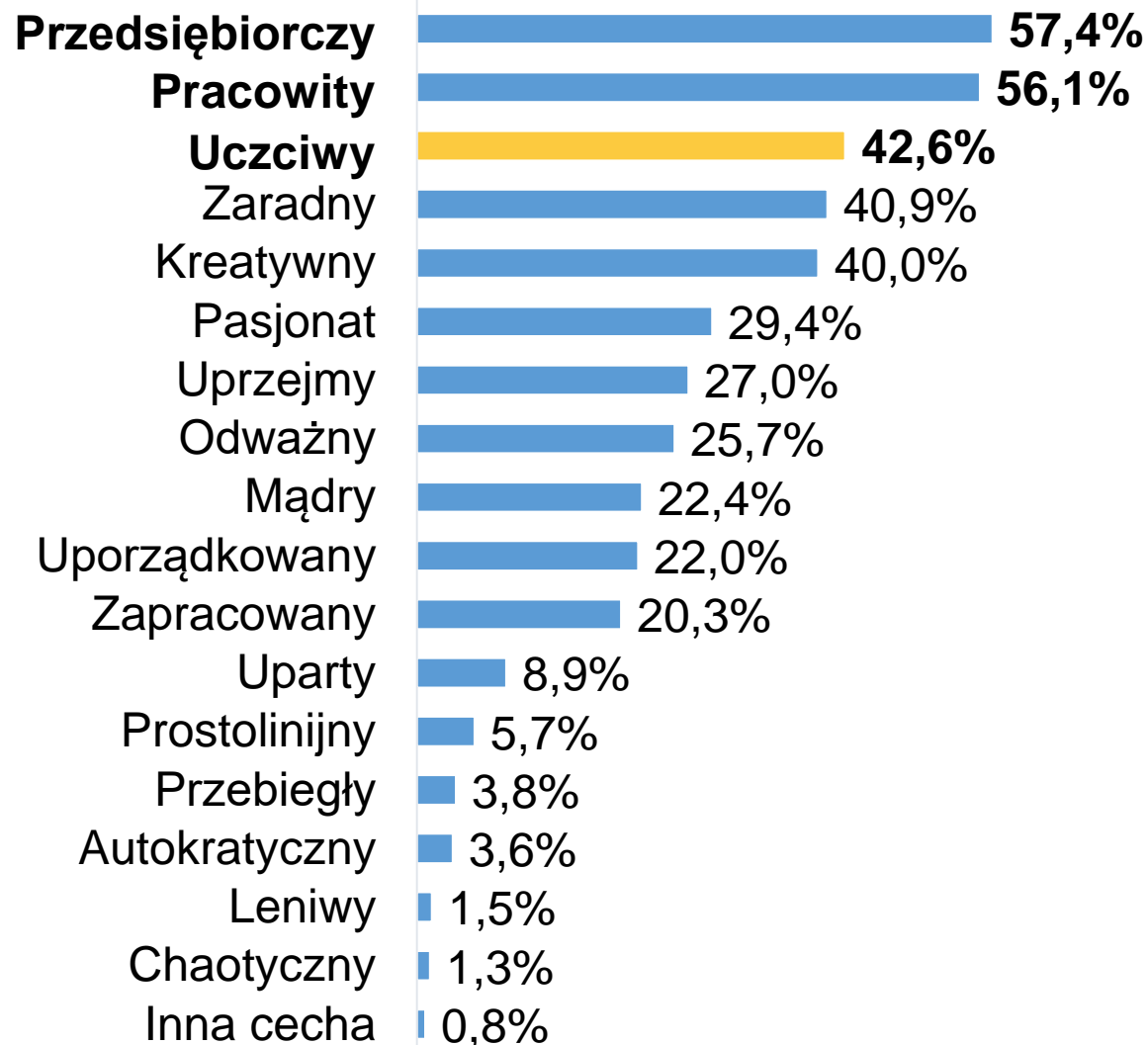
2,2%

Inne propozycje

3,4%

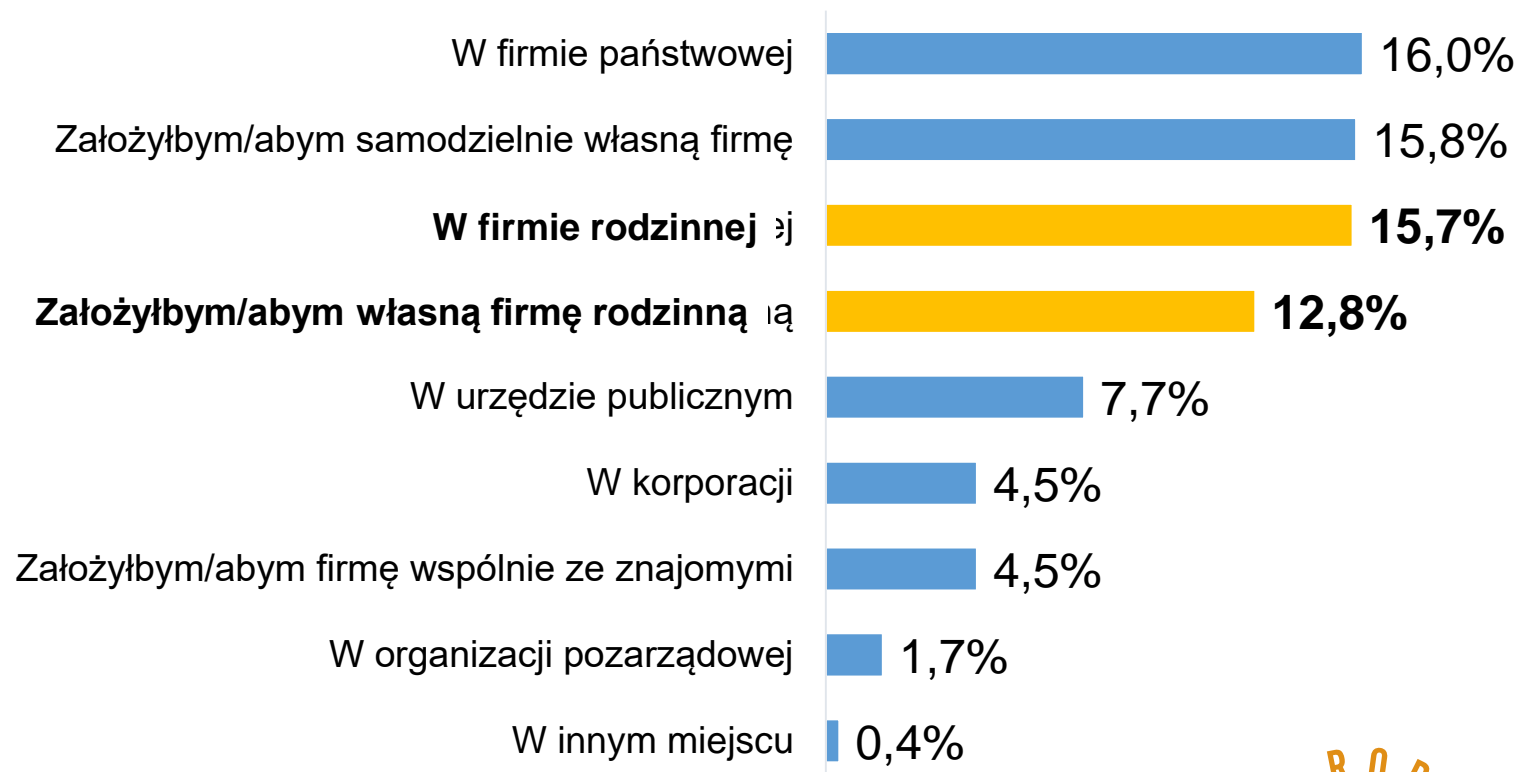
# Pozytywny wizerunek właściciela rodzinnej firmy

Jakie cechy najtrafniej  
charakteryzują właściciela firmy  
rodzinnej?  
(możliwość wyboru wielu  
odpowiedzi))



# Prawie 1/3 Polaków wiąże przyszłość z firmami rodzinnymi

Gdzie najchętniej podjąłbyś/podjęłabyś następną pracę? (możliwość wyboru jednej odpowiedzi)



# Cechy firm rodzinnych według Polaków

Jakie cechy opisują firmy rodzinne?  
(pytanie otwarte)



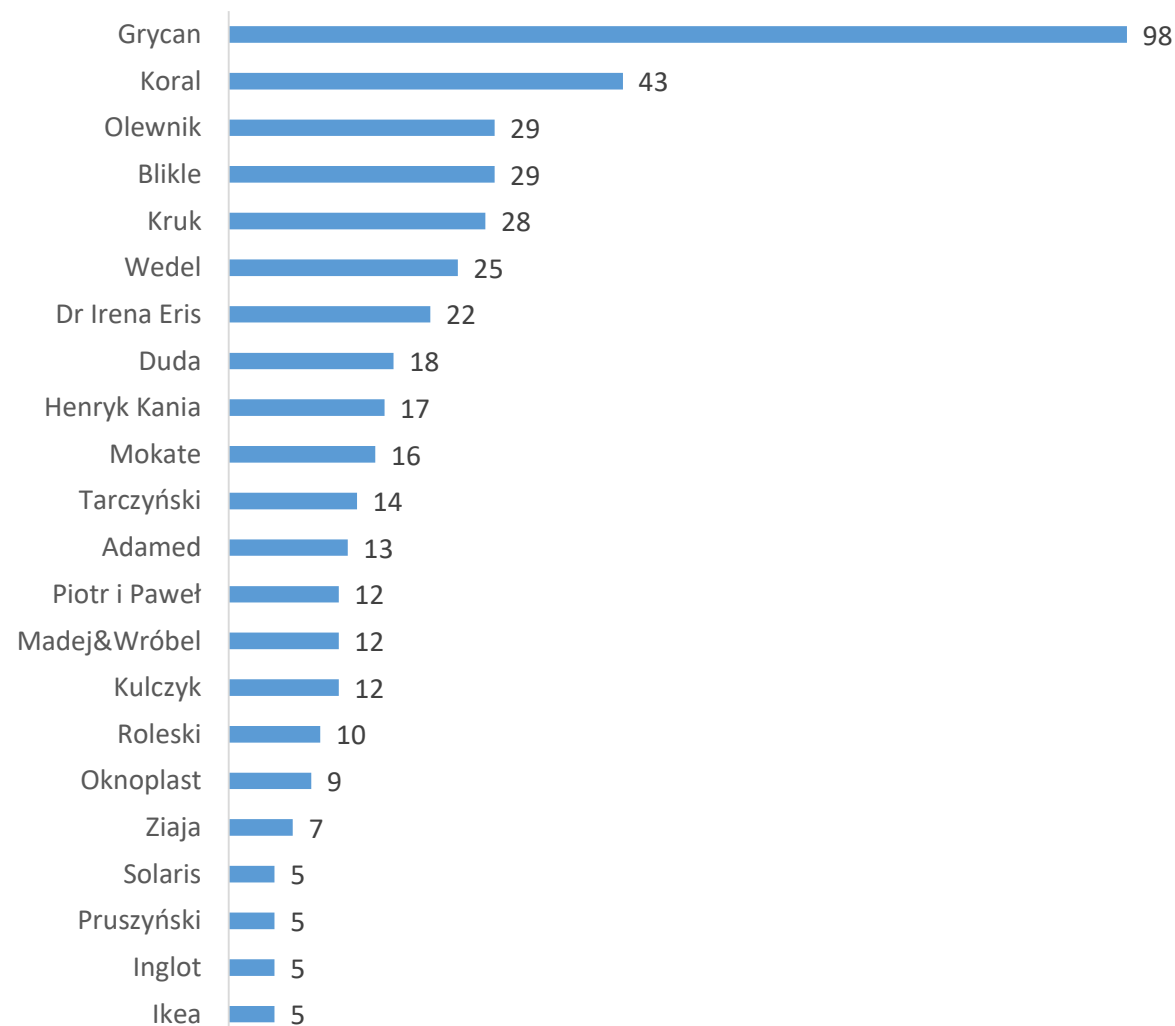
# Jakość i polskość produktów najważniejsze

Co zachęca do zakupu produktów wytworzonych przez firmy rodzinne?  
(wielokrotny wybór; dane w %; N=458, osoby, które kupiły kiedykolwiek produkt od firmy rodzinnej)



# Grycan, Koral, Olewnik

- najbardziej rozpoznawalne firmy rodzinne działające na polskim rynku



Partnerzy raportu:

