

Polacy o firmach rodzinnych V. Biznes nie tylko dla pieniędzy.

Premiera raportu Fundacji Firmy Rodzinne

Warszawa/Poznań, 3 października 2018 r.

Tegoroczna, piąta już edycja raportu *Polacy o firmach rodzinnych* ma tytuł *Biznes nie tylko dla pieniędzy* i wynika z niego, iż Polacy coraz bardziej cenią przyjazną atmosferę w pracy, nie zaś warunki finansowe. Wnioskiem z raportu jest także informacja, że znak Drzewko Firma Rodzinna, który promuje Fundacja Firmy Rodzinne oraz oznaczone tym symbolem przedsiębiorstwa prowadzone rodzinnie rozpoznaje już 61% Polaków.

- *Od pięciu lat z pogłębioną ciekawością przyglądamy się nastrojom społecznym związanym z rodzinną przedsiębiorczością, dokonując nowych odkryć, a także porównując stan teraźniejszy z przeszłością. Nieustannie staramy się w ten sposób zrozumieć na czym polegają tradycja, uczciwość i odpowiedzialność na pokolenia, które definiują rodzinną przedsiębiorczość* – mówi **Katarzyna Gierczak Grupińska, prezes zarządu Fundacji Firmy Rodzinne**. – *Z tegorocznego opracowania wynika, że powoli rezygnujemy z nieustannego pędu po pieniądze i dostrzegamy różne rzeczy poza materią – to dla mnie najważniejszy wniosek z tego raportu. Że szukamy w pracy czegoś więcej niż tylko zarobku. Może to zbliży pracowników do rodzinnych przedsiębiorców, którzy zakładają firmy nie tylko dla pieniędzy, ale przede wszystkim z przekonania, że marzenia się spełniają* – dodaje.

Zakładający firmy rodzinne nie robią tego tylko dla pieniędzy

Z raportu wynika, iż chętni do założenia firmy rodzinnej nie motywują tego chęcią zarobienia pieniędzy. Osoby, które deklarują chęć założenia własnej firmy rodzinnej znacznie rzadziej są motywowane do zmiany pracy wyższymi zarobkami (**35,1%**) niż ci, którzy myślą o samodzielnym założeniu firmy (54,3%). A zatem różnica to aż 19,2 pkt. procentowego. Takie podejście łączy właścicieli, także tych potencjalnych, rodzinnego przedsiębiorstwa, jak i osoby, które chciałyby w takim miejscu pracować. Pozytywne nastawienie do firm rodzinnych rośnie z roku na rok. W 2017 roku osób, które wiązały swoją przyszłość zawodową z biznesem rodzinnym było 24%, obecnie jest to **28 %** badanych.

Drzewko zna już prawie 2/3 Polaków

Rośnie nie tylko chęć związania się z firmami rodzinnymi, ale i rozpoznawalność znaku Drzewko Firma Rodzinna, do którego prawa posiada Fundacja Firmy Rodzinne i nieodpłatnie udziela licencji na korzystanie z niego firmom, które chcą otwarcie komunikować swój rodzinny charakter. Pytanie o rozpoznawalność znaków identyfikujących produkty firm rodzinnych pojawia się od początku raportu (w tym od trzech lat – pytanie dotyczy konkretnie

Firmy rodzinne dla firm rodzinnych

znaku Drzewka, sama Fundacja działa od 8 lat) i wzrosła z 9% do **61%**. Regionem Polski, w którym symbol jest najlepiej kojarzony jest Warmia i Mazury (**75,8%**), a kolejne to Lubelszczyzna (**74,4%**), oraz Pomorze Zachodnie (**72,5%**).

Z czym kojarzy się rodzinność?

W tym roku najczęstszym spontanicznym skojarzeniem badanych z firmami rodzinnymi była **przyjazna atmosfera w pracy** (mówi tak **18,3% badanych**). W poprzednich raportach była to zawsze **tradycja**. Widać więc zmianę w stosunku do tego, na czym Polakom najbardziej zależy. Atmosfera w pracy to również drugi z najważniejszych argumentów, które przekonują Polaków do zmiany pracy. Pierwszy to **bliskość miejsca pracy**, a trzeci **elastyczny czas pracy**. W pierwszej trójce nie ma zarobków, co oznacza, że obecnie cenimy swój czas, spokój oraz komfort, i to właśnie firmy rodzinne postrzegamy jako miejsca pracy, w których te warunki będą spełnione.

Czy rodzinność firmy wpływa na decyzje zakupowe konsumentów?

Jednak nie da się zupełnie pominąć aspektu finansowego. W raporcie pojawia się pytanie o gotowość Polaków do zapłacenia więcej za produkt ze świadomością, iż pochodzi on z przedsiębiorstwa rodzinnego. **Deklaruje ją nadal 1/3 Polaków**. Jednak jak twierdzi Dariusz Bednarski, Partner Zarządzający Grant Thornton - *Firmy rodzinne nie powinny i w mojej ocenie nie oczekują, że konsumenci będą gotowi płacić więcej za produkt pochodzący z firmy prowadzonej przez rodzinę niż za produkt o porównywalnych cechach, a pochodzący od producenta nie będącego firmą rodzinną. Ważne jest, że konsumenci wierzą, że za rodzinnością firmy stoi szereg wartości, w tym polskość produktów oraz osobista gwarancja właścicieli odnośnie wysokiej jakości. Po takie produkty konsumenci sięgają częściej. Warto zatem rodzinność firmy prezentować, o czym może świadczyć dynamicznie rosnąca liczba firm używających znaku towarowego Drzewko Firma Rodzinna. Obecnie symbolu drzewko Firma Rodzinna używa ponad 800 firm w całej Polsce. To marka parasolowa dla wszystkich firm rodzinnych, budujących swoją markę na wartościach i historii założycieli.*

###

O Fundacji Firmy Rodzinne:

Fundacja Firmy Rodzinne (FFR) to organizacja Not For Profit. Bezinteresownie wspiera firmy rodzinne poprzez tworzenie przestrzeni do wzajemnej edukacji, integracji oraz wymiany doświadczeń między pokoleniami z firm rodzinnych. Międzynarodowe działanie pomocy mentoringowej Early Warning Europe jest platformą do operacyjnego wykorzystania tej wiedzy. Fundacja nieustannie czerpie doświadczenie rzeczywistości z Firm Rodzinnych opierając się na najnowszej wiedzy o przyszłości.

Raport *Polacy o Firmach Rodzinnych V „Biznes nie tylko dla pieniędzy”* powstał dzięki uprzejmości i hojności Partnerów: Dr Irena Eris, Herbewo, Egon Zehnder, Koral, Mokate, Ochnik Development, Kancelaria Wardyński i Wspólnicy, Grant Thornton.

Wcześniejsze raporty można pobrać ze strony: www.ffr.pl oraz : www.polacyofirmachrodzinnych.pl

Firmy rodzinne dla firm rodzinnych

Mecenasi i Partnerzy są wieloletnimi przyjaciółmi Fundacji, którzy rozumieją w pełni misję społeczną i wpływ na otoczenie jakie tworzy: YES Biżuteria, GELG, ENEL-MED, FAKRO, Renex, Biofarm, Mokate, Majsterpol, KUNKE, Kancelaria Ożóg Tomczykowski, Olivia Business Centre, Pekabex, BeerLab, GoWork, Kotrak, Blachy Pruszyński oraz Grant Thornton.

###

Więcej informacji udzielają:

Katarzyna Gierczak Grupińska 500 297 097 kasia@ffr.pl

Konrad Bugiera 663 850 702 konrad@ffr.pl