

R A P O R T

Status giełdowy jako dźwignia wartości spółki i siły marki

*REPUTACJA, ZAUFANIE
I PRZEWAGA RYNKOWA*

raport z badania 2026

Realizacja badania i współpraca merytoryczna
Agencja badawczo - analityczna Zymetria Sp. z o.o.

Nadzór merytoryczny i koordynacja projektu
Dr Izabela Kiwak
Anna Więckowska
Katarzyna Kominek

Opracowanie raportu
Bonnier Business Polska
ul. Kijowska 1
03-738 Warszawa

Opracowanie graficzne
Monika Wasiuk
Patrycja Kurek

Warunki licencji

Bonnier Business Polska jest wyłącznym właścicielem praw majątkowych do raportu „Status giełdowy spółki jako dźwignia wartości spółki i siły marki - reputacja, zaufanie i przewaga rynkowa. Wizerunek spółek oczami Polek i Polaków”.

Z chwilą otrzymania raportu zamawiający uzyskuje prawo do jego wykorzystania wyłącznie na wewnętrzne potrzeby zamawiającego, z wyłączeniem udostępniania raportu w całości lub w częściach bądź w jakimkolwiek fragmencie podmiotom trzecim. Cytowanie fragmentów raportu nie może zmieniać sensu ich treści i jest dopuszczalne wyłącznie w materiałach sporządzonych przez zamawiającego na własne potrzeby, pod warunkiem opatrzenia cytowanych fragmentów informacją o Bonnier Business Polska jako autorze raportu oraz tytule raportu.

Warszawa, marzec 2026

Publikacja została wydrukowana na papierze ekologicznym Nautilus classic pochodzącym w 100% z recyklingu,

R A P O R T

Status giełdowy jako dźwignia wartości spółki i siły marki

*REPUTACJA, ZAUFANIE
I PRZEWAGA RYNKOWA*

raport z badania 2026



PARTNERZY STRATEGICZNI



PARTNER RAPORTU



PARTNER BADANIA

Spis treści

O badaniu

Metodologia i cel badania

10

Zaskakujące fakty i obserwacje z badania

12

Wyniki badania

14

rozdział 1

**Polacy jako inwestorzy na
Giełdzie Papierów Wartościowych**

14

rozdział 2

**Status giełdowy jako
„znak jakości” w oczach rynku**

20

rozdział 3

**Reputacja i zaufanie jako kapitał spółki
giełdowej w porównaniu do firm prywatnych**

29

rozdział 4

Status giełdowy a decyzje zakupowe

39

Giełda to coś więcej niż kapitał

Przyzwyczajiliśmy się patrzeć na giełdę papierów wartościowych przez pryzmat wykresów, dywidend i arkuszy zleceń – zysków lub strat inwestorów oraz roli parkietu jako źródła pozyskiwania kapitału. To perspektywa finansowa i choć jest kluczowa, z pewnością nie wyczerpuje tematu. W badaniu „Status giełdowy jako dźwignia wartości spółki i siła marki” zajęliśmy się drugim aspektem bycia spółką publiczną: niepodważalną siłą reputacji, jaką daje obecność na regulowanym rynku.

Dla redakcji „Pulsu Biznesu” od zawsze jest jasne, że wejście na parkiet to przejście do innej ligi biznesu. W czasach szumu informacyjnego i rynkowej niepewności, status spółki giełdowej powinien być swoistą pieczęcią wiarygodności, gwarantującą stabilność i wysokie standardy zarządzania.

Oczywiście to ideały. Na łamach „PB” opisywaliśmy niezliczone przypadki firm, które postanowiły tę metrykę jakości wykorzystać do złych celów. Nie brakowało tekstów o inwestorach, którzy nieuczciwymi praktykami drenowali rynek dla własnych korzyści, kosztem innych. Niezależnie od rządzącej ekipy, standardy ładu korporacyjnego bywają wciąż obce wielu politykom, którzy decyzjami lub słowami udowadniają, że za nic mają transparentność.

Głęboko jednak wierzymy, że projekt Giełdowa Spółka Roku, nasza wieloletnia inicjatywa, w której eksperci wskazują najlepszych – wsparta w tym roku specjalnym raportem, realnie wpłynie na rynek. Chcemy, by status spółki publicznej był impulsem do budowania marek silnych i przejrzystych, a o „czarnych stronach” giełdy byśmy na naszych łamach musieli pisać coraz rzadziej.

Marcin Goralewski

REDAKTOR NACZELNY „PULS BIZNESU”



Giełda ułatwia emitentom pozyskiwanie kapitału

na działalność i inwestycje po optymalnym koszcie, a strategiczne podejście do finansowania pozwala na utrzymanie wysokiej płynności i kontynuację inwestycji nawet w dynamicznym otoczeniu rynkowym. Dla podmiotów o skali KGHM Polska Miedź S.A. status spółki giełdowej realnie wzmacnia reputację w międzynarodowym otoczeniu biznesowym. W branżach strategicznych tacy emitenci współtworzą wiarygodność całego polskiego rynku kapitałowego. Dowodem na to, jak transparentność i status publiczny budują wartość, jest fakt, że polskie podmioty o najwyższej kapitalizacji (m.in. z indeksu WIG20) są dziś trwale obecne w prestiżowych, światowych zestawieniach branżowych (np. wśród najwyższej wycenianych spółek wydobywczych na świecie).

Fundamentem tych sukcesów pozostaje partnerski dialog z rynkiem oraz pełna przejrzystość działań. Wierzymy, że konsekwentna realizacja polityki informacyjnej oraz inicjatywy budujące relacje z akcjonariuszami są kluczem do trwałego zaufania inwestorów.

Korzyści płynące ze statusu spółki giełdowej

Rola statusu giełdowego: Status spółki giełdowej zdecydowanie wzmacnia wiarygodność w oczach rynku – rynek kapitałowy buduje zaufanie poprzez wyznaczanie standardów raportowania i ładu korporacyjnego. Efektem jest to, że spółki publiczne funkcjonują w środowisku nieprzerwanej weryfikacji, pozostając w stałym i ustrukturuowanym dialogu z rynkiem.

Wpływ na reputację i markę: notowanie na giełdzie zwiększa rozpoznawalność i nadaje marce prestiż. Z kolei wymóg transparentności sprzyja budowaniu długoterminowej reputacji firmy, a to z kolei wzmacnia lojalność zarówno klientów, jak i partnerów biznesowych.

Perspektywa biznesowa: giełda to oczywiście sposób na pozyskiwanie kapitału na inwestycje i realizację planów, ale również platforma budowania wartości. Jedną z nich jest transparentność, która staje się kluczowym elementem przewagi konkurencyjnej.

Perspektywa rynku i gospodarki: szansa na udział spółki giełdowej we współtworzeniu standardów odpowiedzialnego biznesu, solidny rynek kapitałowy sprzyja rozwojowi gospodarki i budowaniu wartości przedsiębiorstw, obecność dużych firm na giełdzie wzmacnia atrakcyjność rynku dla inwestorów.

Piotr Krzyżewski

WICEPREZES ZARZĄDU DS. FINANSOWYCH
KGHM POLSKA MIEDŹ S.A.



Notowanie spółki na rynku

giełdowym coraz rzadziej postrzegane jest wyłącznie jako mechanizm pozyskiwania kapitału. Z perspektywy wizerunkowej staje się ono istotnym elementem budowania wiarygodności, transparentności i dojrzałości organizacyjnej, a co za tym idzie – konkurencyjności.

Dla wielu interesariuszy – od konsumentów, przez partnerów biznesowych, po potencjalnych pracowników – obecność spółki na rynku publicznym jest sygnałem, że firma działa w regulowanym środowisku i podlega stałemu nadzorowi oraz ocenie rynku.

Spółki publiczne są transparentne: regularnie raportują wyniki, komunikują strategię i podlegają standardom ładu korporacyjnego. W czasach rosnącego znaczenia zaufania i wiarygodności marek taki poziom otwartości może wzmacniać postrzeganie firmy jako stabilnej i odpowiedzialnej. Dla konsumentów oznacza to często większe poczucie bezpieczeństwa

przy wyborze produktów lub usług; dla partnerów biznesowych – przewidywalność i profesjonalizm; dla pracowników – sygnał, że organizacja działa w długofalowej perspektywie.

Status spółki giełdowej bywa postrzegany jako etap rozwoju organizacji – dowód skalowalności modelu biznesowego i zdolności do konkurowania w szerszym ekosystemie gospodarczym. W dobie gospodarki opartej na reputacji i kapitale społecznym taka narracja może wzmacniać markę pracodawcy.

Giełdowy statusu przedsiębiorstwa nabiera coraz większego znaczenia również w kontekście trendów takich jak ESG, odpowiedzialność społeczna czy zarządzanie danymi. Rynki kapitałowe coraz silniej premiuje organizacje, które potrafią łączyć wyniki finansowe z odpowiedzialnym zarządzaniem.

Maciej Trybuchowski
PREZES ZARZĄDU KDPW I KDPW_CCP

Transparentność jako nowa waluta: Status giełdowy w dobie gospodarki zaufania

W dynamicznie zmieniających się warunkach, wartość spółek nie mierzy się już wyłącznie wskaźnikami EBITDA czy marżą operacyjną. Choć fundamenty finansowe pozostają niezmiennie, coraz większego znaczenia nabierają wartości niematerialne: zaufanie, reputacja oraz zdolność do budowania trwałych relacji z otoczeniem. Wyniki badania „Status giełdowy jako

dźwignia wartości spółki i siła marki”, podobnie jak codzienna praktyka ekspertów EY, potwierdzają tezę, że giełda to nie tylko mechanizm pozyskiwania kapitału, ale przede wszystkim potężne narzędzie budowania wiarygodności w oczach wszystkich interesariuszy.

Pieczęć jakości w niepewnych czasach

Żyjemy w erze tzw. polikryzysu i informacyjnego szumu. W takim otoczeniu konsumenci, klienci i partnerzy biznesowi instynktownie szukają punktów odniesienia, które dają im poczucie bezpieczeństwa. Status spółki publicznej staje się w tym kontekście swoistą „pieczęcią wiarygodności”. Dlaczego jest to tak istotne z perspektywy biznesowej? Ponieważ transparentność wymuszona przez rygory giełdowe przestała być postrzegana przez zarządy jako obciążenie regulacyjne, a stała się strategicznym atutem.

Spółka obecna na Giełdzie Papierów Wartościowych wysłała rynkowi jasny sygnał: „nie mamy nic do ukrycia, gramy według najwyższych standardów, jesteśmy stabilni”. Dla Polaków obecność firmy na GPW to czytelny komunikat o wysokiej jakości zarządzania. To z kolei bezpośrednio przekłada się na przewagę konkurencyjną nad podmiotami prywatnymi, które – choć często równie sprawne operacyjnie – nie poddają się tak surowej, publicznej weryfikacji.

Kapitał zaufania, a lojalność marki

Z perspektywy doradczej obserwujemy fascynujące zjawisko, jakim jest przenikanie się świata finansów ze światem marketingu i HR. Status giełdowy buduje lojalność wobec marki nie tylko wśród inwestorów, ale przede wszystkim wśród konsumentów. Klient, wybierając produkt lub usługę firmy notowanej na giełdzie, podświadomie czuje, że stoi za nią instytucjonalna kontrola i ładu korporacyjny.

Budowanie lepszego świata pracy zaczyna się właśnie od takiej przejrzystości. Spółka giełdowa jest bardziej atrakcyjna dla talentów – potencjalni pracownicy szukają stabilnych pracodawców, którzy oferują jasną wizję rozwoju i profesjonalną kulturę organizacyjną. W dobie walki o najlepszych specjalistów „premia wizerunkowa”, jaką zapewnia status spółki publicznej, może być czynnikiem decydującym o sukcesie rynkowym.

Kolejny krok - raportowanie ESG

Rola giełdy w budowaniu zaufania będzie ewoluować. Jesteśmy świadkami rewolucji w raportowaniu niefinansowym. Spółki giełdowe, jako pionierzy w tym obszarze, już teraz wyznaczają standardy w kwestiach środowiskowych, społecznych i ładu korporacyjnego. To kolejny poziom transparentności, który będzie jeszcze silniej różnicować firmy na rynku.



Wartość rynkowa to dziś suma twardych danych i miękkiego postrzegania. Inicjatywa realizowana przez „Puls Biznesu” jest więc niezwykle cenna, ponieważ pozwala zarządom spojrzeć na status spółki publicznej nie przez pryzmat kosztów audytu czy raportowania okresowego, ale przez pryzmat realnej dźwigni wartości marki.

Obecność na GPW to zobowiązanie, które procentuje. To budowanie kapitału, którego nie da się łatwo kupić – kapitału zaufania. Dla EY wspieranie rynku kapitałowego to misja polegająca na promowaniu transparentności i wysokich standardów zarządzania,

które ostatecznie służą nam wszystkim: inwestorom, pracownikom i konsumentom.

Anna Zaremba
PARTNERKA EY, LIDERKA ZESPOŁU CFO
CONSULTING, FINANCIAL ACCOUNTING
ADVISORY SERVICES W EY POLSKA



poczucie bezpieczeństwa i zaufanie. Zaufanie do marki to często fundament jej rozważania, coś co buduje się latami i tylko niewielu się to udaje.

To nie tylko wizerunek, ale też realne argumenty za wyborem firmy giełdowej, kiedy konkurujemy z firmą prywatną. „Notowana na GPW” ponad trzykrotnie zwiększa szansę na wybór spółki jako dostawcy energii czy banku.

Niestety, nie dzieje się to automatycznie, gdyż Polacy zwykle nie sprawdzają statusu dostawcy usług czy producenta. Konieczne jest komunikowanie obecności na GPW, warto robić to przy każdej okazji.

Stałe poszerzanie grupy inwestorów giełdowych jest szczególnie ważne nie tylko z perspektywy dopływu kapitału, ale też budowania udziałów rynkowych. Jest to zaangażowana, bardzo atrakcyjna grupa konsumentów o dużym potencjale nabywczym, dla której status spółki giełdowej ma szczególne znaczenie. Obecnie aż 30% Polaków inwestuje lub inwestowało na GPW, a coraz większa dostępność narzędzi inwestycyjnych stwarza szansę na poszerzenie tej grupy.

Dr Barbara Krug

PREZESKA I WSPÓŁZAŁOŻYCIELKA ZYMETRII

Na obecność firmy na giełdzie,

zwykle patrzy się z perspektywy pozyskiwania finansowania, czy też wartość przedsiębiorstwa. Rzadziej zastanawiamy się nad potencjalnymi korzyściami marketingowymi, czy też wpływem statusu spółki giełdowej na wybory konsumentów.

Badania wyraźnie pokazują, że hasło „notowana na GPW” to dodatkowy kapitał, znak prestiżu, wiarygodności i stabilności firmy, buduje zaufanie i pozytywny wizerunek marki, który może być argumentem za wyborem produktu, usługodawcy, czy pracodawcy.

Obecność spółki na Giełdzie Papierów Wartościowych świadczy o jej stabilności, jakości, innowacyjności, dbałości o standardy i procesy biznesowe, co buduje

Badanie „Status giełdowy jako dźwignia wartości spółki i siły marki”

rzuca nowe światło na niedoceniany wymiar obecności spółek na parkiecie giełdowym, przenosząc środek ciężkości z działów relacji inwestorskich do działów marketingu, PR i budowania marki pracodawcy.

Raport wyraźnie pokazuje, że rygorystyczne wymogi sprawozdawcze i regulacyjne, którym podlegają spółki publiczne, są przez rynek intuicyjnie dekodowane jako gwarancja wiarygodności. Konsument jest w stanie obdarzyć taką firmę „premią za zaufanie”, wybierając jej ofertę zamiast oferty firmy prywatnej, nawet przy tożsamych warunkach cenowych. Giełda przestaje więc być jedynie rynkiem kapitału, a staje się rynkiem zaufania.

Najbardziej zaskakujący wniosek z badania dotyczy jednak czegoś innego – niewykorzystanego potencjału komunikacyjnego. Wiele spółek giełdowych traktuje swój status przede wszystkim jako obowiązek korporacyjny i komunikuje go językiem zrozumiałym jedynie dla wąskiego grona rynku finansowego. Tymczasem informacja „jesteśmy notowani na GPW” powinna być eksponowana również w komunikacji skierowanej do klientów i partnerów biznesowych. To ważny element propozycji wartości firmy – sygnał stabilności, transparentności i skali działania. Brak aktywnego komunikowania tego faktu oznacza w praktyce niewykorzystanie istotnej przewagi konkurencyjnej.

Dlatego dziś bycie spółką publiczną to nie tylko dostęp do kapitału, ale również realny kapitał reputacyjny. W długim horyzoncie wygrają te spółki, które potrafią przełożyć giełdowy prestiż na prosty i zrozumiały komunikat: dlaczego fakt, że jesteśmy spółką publiczną, ma znaczenie dla naszych klientów.

Dr Izabela Kiwak

**DEPUTY CMO FOR RESEARCH & INSIGHTS
BONNIER BUSINESS POLSKA**



O badaniu

Metodologia i cel badania

Cel badania

Określenie na ile notowanie spółki na Giełdzie Papierów Wartościowych może wpływać na jej wizerunek i atrakcyjność **dla konsumenta, klienta oraz potencjalnego pracownika.**



data realizacji
luty 2026



metoda

Badanie zostało przeprowadzone metodą ankiety internetowej online na panelu badawczym. Badanie realizowała agencja badawcza Zymetria Sp. z o.o.



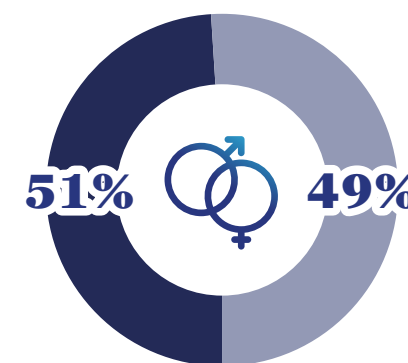
próba

Wielkość próby N=1000

Próba ogólnopolska, reprezentatywna ze względu na podstawowe zmienne demograficzne

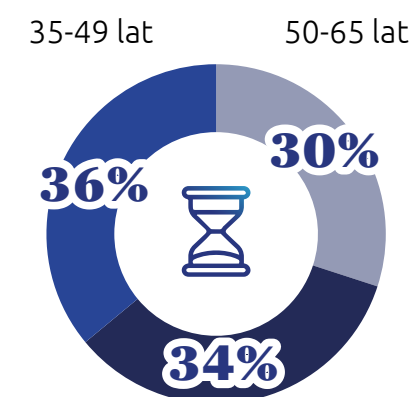
Kobiety i mężczyźni w wieku **18-65**

Płeć



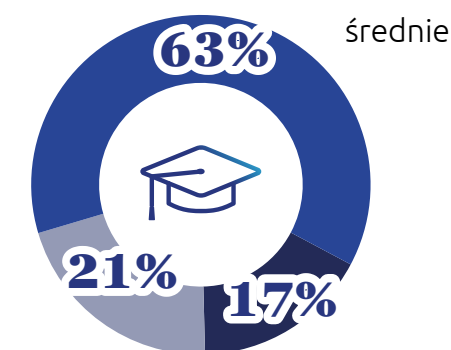
mężczyźni kobiety

Wiek



18-34 lat

Wykształcenie



wyższe podstawowe+zawodowe

Zaskakujące fakty

i obserwacje z badania

1

Obecność firmy na giełdzie buduje przewagę konkurencyjną wobec firm prywatnych.

Spółki giełdowe są wskazywane jako rozpoznawalne i prestiżowe ponad **4 razy częściej** niż spółki prywatne, a także **ok. 3 razy częściej** jako transparentne, stabilne i wiarygodne.

2

Notowanie na GPW wzmacnia postrzeganie spółki jako lidera w branży oraz jako firmy innowacyjnej.

Spółki giełdowe są wskazywane w tych rolach **ok. 3 razy częściej** niż firmy prywatne

3

Obecność na GPW daje realną przewagę konkurencyjną

Spółki giełdowe wygrywają z prywatnymi w realnych wyborach usług (m.in. energia, bank, ubezpieczenia, telecom) oraz jako pracodawca. Firmy notowane są wybierane **2-3 razy częściej** niż prywatne

4

Konieczna jest silna komunikacja na temat statusu giełdowego spółki.

Obecność na GPW nie jest elementem, na który konsumenci zwracają uwagę automatycznie – **jedynie 17% Polaków** deklaruje, że zwraca uwagę na status giełdowy firmy – aby w pełni wykorzystać jego potencjał wizerunkowy i konkurencyjny, musi być wyraźnie i konsekwentnie komunikowany.

5

Giełda realnie buduje zaufanie, prestiż i wiarygodność firmy.

Dla **ponad 70%** Polaków obecność firmy na GPW to sygnał stabilności finansowej i wysokich standardów zarządzania. Status giełdowy działa jak „pieczęć wiarygodności”.

6

Giełda zwiększa poczucie bezpieczeństwa klientów.

Status giełdowy to nie tylko prestiż – dla **66%** Polek i Polaków przekłada się on na większe poczucie bezpieczeństwa przy wyborze usług czy produktów. To mocny, emocjonalny efekt wizerunkowy.

Wyniki Badania

rozdział 1

Polacy jako inwestorzy na Giełdzie Papierów Wartościowych

Aż 30% Polaków inwestuje lub inwestowało na GPW, liczba ta ma potencjał wzrostowy.

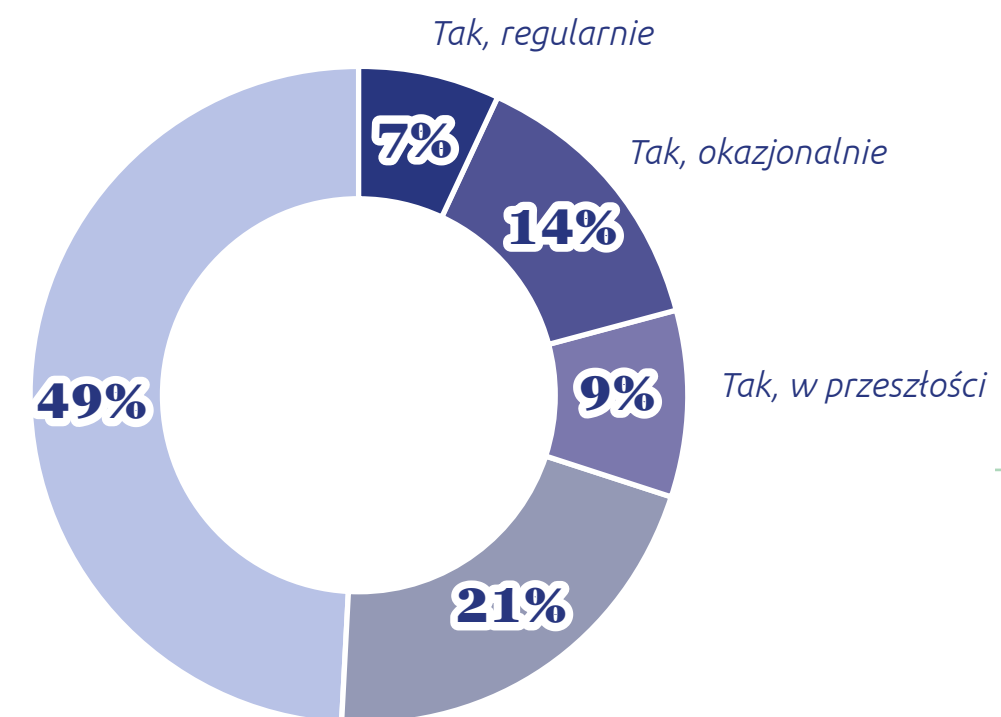
7% Polaków inwestuje regularnie, 14% okazjonalnie. Spora grupa Polaków (21%) nie ma jeszcze doświadczeń jako inwestor, ale interesuje się rynkiem. Rosnąca dostępność i przystępność platform inwestycyjnych może sprzyjać poszerzaniu bazy inwestorów.

PROFIL INWESTYCYJNY RESPONDENTÓW



N=1000, wszyscy respondenci

? Czy inwestujesz lub inwestowałeś/aś na giełdzie?



INWESTORZY



NIEZAINTERESOWANI



ASPIRUJĄCY

Inwestorzy to bardzo atrakcyjna grupa potencjalnych konsumentów o dużym potencjale nabywczym.

Giełda przyciąga osoby o wyższym wykształceniu, wysokiej pozycji zawodowej i statusie materialnym.

Już nawet młodzi mężczyźni chętnie kupują akcje firm, kobiety są bardziej ostrożne, niemniej jednak te dobrze wykształcone, w szczycie kariery zawodowej (**35-49 lat**) interesują się giełdą i mogą dołączyć do grona inwestorów.

PROFIL INWESTYCYJNY RESPONDENTÓW – OPIS GRUP



N=1000, wszyscy respondenci

*Opisy na podstawie różnic istotnych statystycznie (na poziomie 90%) vs. TOTAL



INWESTORZY

- mężczyźni w wieku **18-49**
- z wykształceniem wyższym,
- zamieszkujący duże miasta,
- pracujący jako specjaliści, kierownicy, pracownicy umysłowi,
- mający dobrą sytuację finansową.

inwestorzy

- regularni: **24%**
- okazjonalni: **46%**
- w przeszłości: **30%**

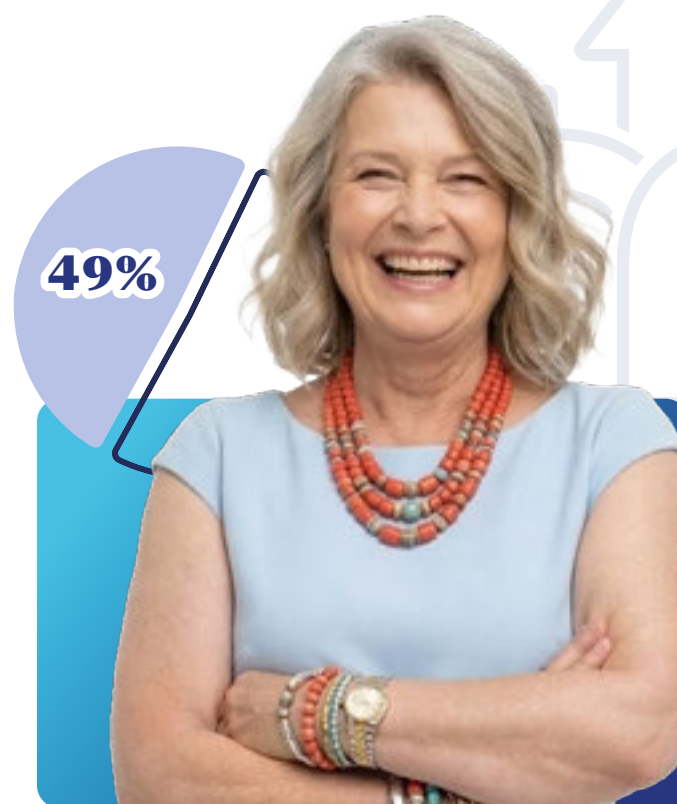


ASPIRUJĄCY

- kobiety w wieku **35-49**,
- z wykształceniem wyższym,
- pracujące w administracji lub obsłudze klienta,



49%



NIEZAINTERESOWANI

- kobiety w wieku **50-65**,
- z wykształceniem podstawowym lub zawodowym,
- mieszkające na wsiach lub w małych miastach,
- przebywające na emeryturze, rencie, nie pracujące zawodowo, zajmujące się domem

Zestawienie spontanicznie wymienianych firm tworzy wyraźny miks marek o bardzo różnym stażu giełdowym. Obok dużych i długo obecnych na rynku spółek, takich jak **Orlen, PKO czy KGHM**, pojawiają się także podmioty notowane stosunkowo krótko, np. InPost czy Żabka. Część Polaków wymienia też „**Mag7**”, ikony Nasdaq: **Apple, Amazon, Nvidia, Tesla czy Microsoft**.

 *N=1000, wszyscy respondenci*

? Wymień proszę wszystkie firmy notowane na Giełdzie Papierów Wartościowych, które przychodzą Ci do głowy?



N = 301

1. Örgen

2. PKO

3. KGHM


ASPIRUJĄCY

N = 211

1. Orlen

2. PKO

3. PZU



 **NIEZAINTERESOWANI**

N = 488

1. Orlen

2. InPost

3. PKO

Podsumowanie

30% Polaków ma doświadczenie inwestycyjne,

21% to aktywni inwestorzy.

Rynek kapitałowy nie jest niszą. Inwestorzy to częściej mężczyźni w wieku **18-49 lat**. To atrakcyjna, dobrze wykształcona i zamożna grupa konsumentów, która szczególnie docenia spółki giełdowe i chętniej korzysta z ich oferty. Może pełnić ona rolę ambasadorów konkretnych firm, ale też samej wartości notowania firmy na GPW.

Aspirujący to 21% Polaków - nie mają doświadczeń inwestycyjnych, ale myślą o zakupie akcji. Częściej są to kobiety w wieku **35-49 lat**, lepiej wykształcone o stabilnej sytuacji zawodowej. Obecność kobiet na rynku kapitałowym staje się coraz bardziej widoczna. Rozwój platform inwestycyjnych może sprzyjać pozyskaniu tej nowej, ważnej grupy konsumentów.

Orlen, PZU, PKO, KGHM, czy PGE to ikony GPW, Polacy kojarzą jednak inne firmy o krótszym stażu jak Allegro, Inpost, Dino, czy CD Project.



rozdział 2

Status giełdowy jako „znak jakości” w oczach rynku

Aż 75% 

**Polaków uważa, że
obecność na GPW
świadczy o stabilności
finansowej spółki.**

**77% wierzy
w większą dbałość
o standardy
i procesy biznesowe.**

Status giełdowy firmy świadczy o stabilności, dbałości o standardy i transparentność, co przekłada się na zaufanie, poczucie bezpieczeństwa i wiarygodność.



SKOJARZENIA Z OBECNOŚCIĄ NA GIEŁDZIE PAPIERÓW WARTOŚCIOWYCH

? Zaznacz w jakim stopniu zgadzasz się lub nie zgadzasz z danym stwierdzeniem.

N=1000, wszyscy respondenci

Obecność firmy na GPW wzmacnia jej wiarygodność



Obecność firmy na GPW sugeruje dbałość o standardy i procesy biznesowe



Obecność spółki na giełdzie świadczy o stabilności finansowej firmy



Firmy notowane na GPW są bardziej wiarygodne w oczach konsumentów



Firmy notowane na GPW budzą większe zaufanie niż te, które nie są notowane



Spółki giełdowe są bardziej transparentne w swoich działaniach i komunikacji z klientami



GPW wpływa na moje poczucie bezpieczeństwa przy współpracy lub zakupie usług/produktów danej firmy



zdecydowanie się zgadzam raczej się zgadzam raczej się nie zgadzam zdecydowanie raczej się nie zgadzam

Inwestorzy znacznie wyraźniej dostrzegają wartość statusu giełdowego.

Prawie każdy inwestor uważa, że obecność firmy na Giełdzie Papierów Wartościowych wzmacnia jej wiarygodność, bezpieczeństwo przy współpracy lub zakupie oraz zaufanie. Inwestorzy mają zaufanie do standardów firm giełdowych i wierzą w ich stabilność.

SKOJARZENIA Z OBECNOŚCIĄ NA GIEŁDZIE PAPIERÓW WARTOŚCIOWYCH – TOTAL VS INWESTORZY

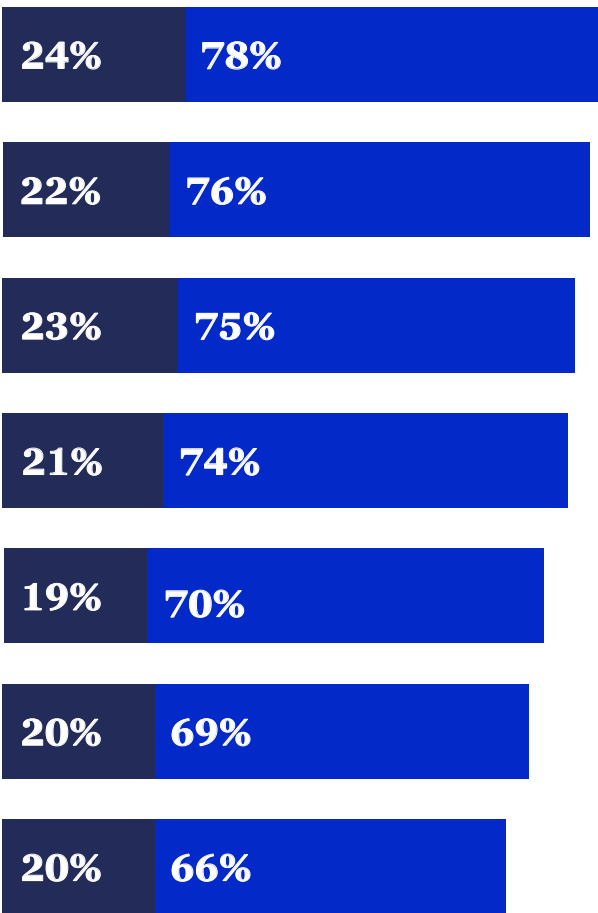


N=1000, wszyscy respondenci / N=301, inwestorzy

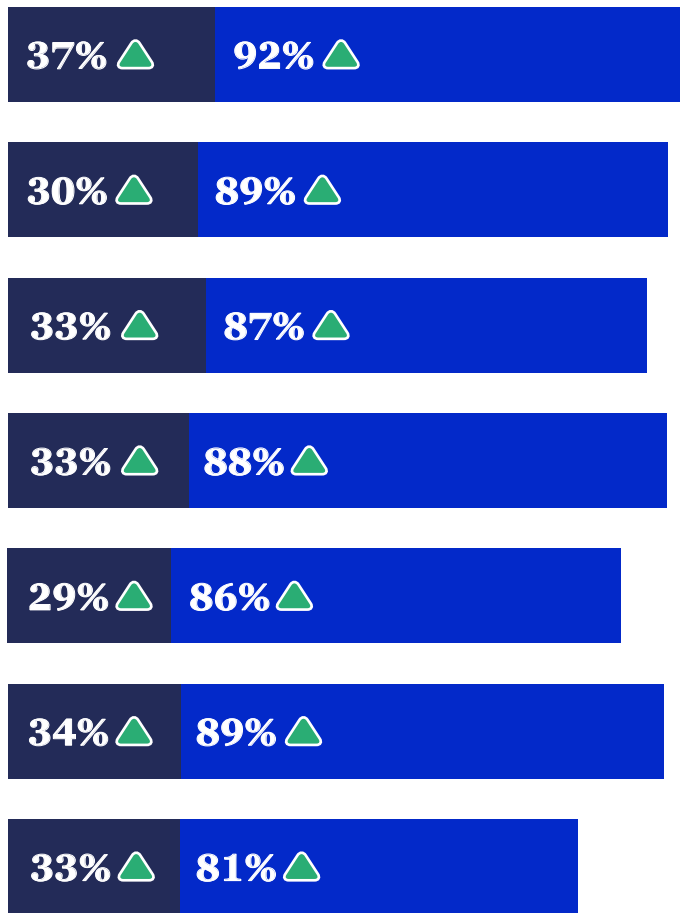
? Zaznacz w jakim stopniu zgadzasz się lub nie zgadzasz z danym stwierdzeniem.

- Obecność firmy na GPW wzmacnia jej wiarygodność
- Obecność firmy na GPW sugeruje dbałość o standardy i procesy biznesowe
- Obecność spółki na giełdzie świadczy o stabilności finansowej firmy
- Firmy notowane na GPW są bardziej wiarygodne w oczach konsumentów
- Firmy notowane na GPW budzą większe zaufanie niż te, które nie są notowane
- Spółki giełdowe są bardziej transparentne w swoich rozdziałaniach i komunikacji z klientami
- GPW wpływa na moje poczucie bezpieczeństwa przy współpracy lub zakupie usług/produktów danej firmy

TOTAL



INWESTORZY



■ zdecydowanie się zgadzam ■ top 2 box - zdecydowanie + raczej się zgadzam

▲ ▼ Różnica istotna statystycznie (na poziomie 95%) vs. TOTAL

Status giełdowy buduje wartość i lojalność wobec marki.

Prestiż, wiarygodność, zaufanie to kluczowe czynniki budujące wartości przewagi firmy giełdowych.

Aż **78%** badanych uważa, że obecność spółki na GPW pozytywnie wpływa na wizerunek marki, a **67%** **czuje się** bardziej lojalna wobec firm od dawna notowanych na giełdzie.

SKOJARZENIA Z OBECNOŚCIĄ NA GIEŁDZIE PAPIERÓW WARTOŚCIOWYCH



N=1000, wszyscy respondenci

? Zaznacz w jakim stopniu zgadzasz się lub nie zgadzasz z danym stwierdzeniem.



Obecność spółki na giełdzie pozytywnie wpływa na jej wizerunek marki



Obecność firmy na GPW zwiększa jej prestiż i postrzeganą wartość



Długoterminowa obecność na giełdzie zwiększa moją lojalność wobec marki

■ zdecydowanie się zgadzam ■ raczej się zgadzam ■ raczej się nie zgadzam ■ zdecydowanie raczej się nie zgadzam

Efekt wzmacniania wizerunku, prestiżu i lojalności dzięki statusowi giełdowemu jest szczególnie silny wśród inwestorów.

Prawie wszyscy z nich widzą wpływ obecności spółki na Giełdzie Papierów Wartościowych zarówno na prestiż jak i wartość marki oraz firmy. Czują się też bardziej lojalni wobec spółek giełdowych.

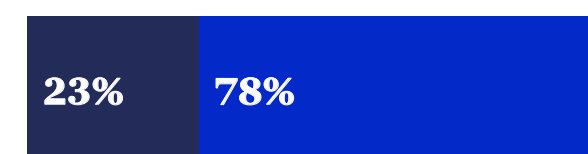
SKOJARZENIA Z OBECNOŚCIĄ NA GIEŁDZIE PAPIERÓW WARTOŚCIOWYCH – TOTAL VS INWESTORZY



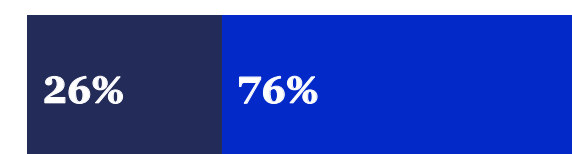
N=1000, wszyscy respondenci | N=301, inwestorzy

? Zaznacz w jakim stopniu zgadzasz się lub nie zgadzasz z danym stwierdzeniem.

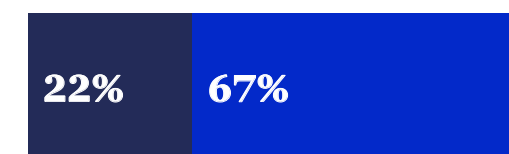
TOTAL



Obecność spółki na giełdzie pozytywnie wpływa na jej wizerunek marki.

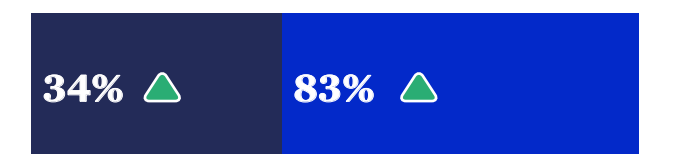
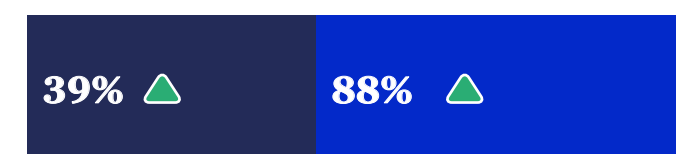
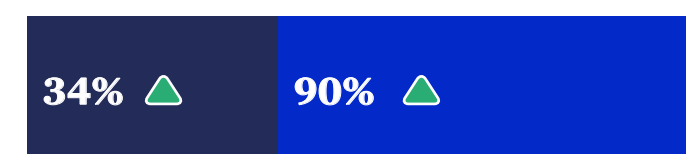


Obecność firmy na Giełdzie Papierów Wartościowych zwiększa jej prestiż i postrzeganą wartość.



Długoterminowa obecność na giełdzie zwiększa moją lojalność wobec marki.

INWESTORZY



■ zdecydowanie się zgadzam ■ top 2 box - zdecydowanie + raczej się zgadzam

▲ Różnica istotna statystycznie (na poziomie 95%) vs. TOTAL

Podsumowanie



Obecność firmy na giełdzie buduje wartość marki i lojalność wobec firmy

To nie tylko prestiż, ale też stabilność firmy, dbałość o standardy i transparentność, co zwiększa jej wiarygodność, a w efekcie zaufanie Polaków

Inwestorzy szczególnie doceniają spółki giełdowe.

Jest to szczególnie ważne zważywszy na ich potencjał jako konsumentów i klientów.

rozdział 3

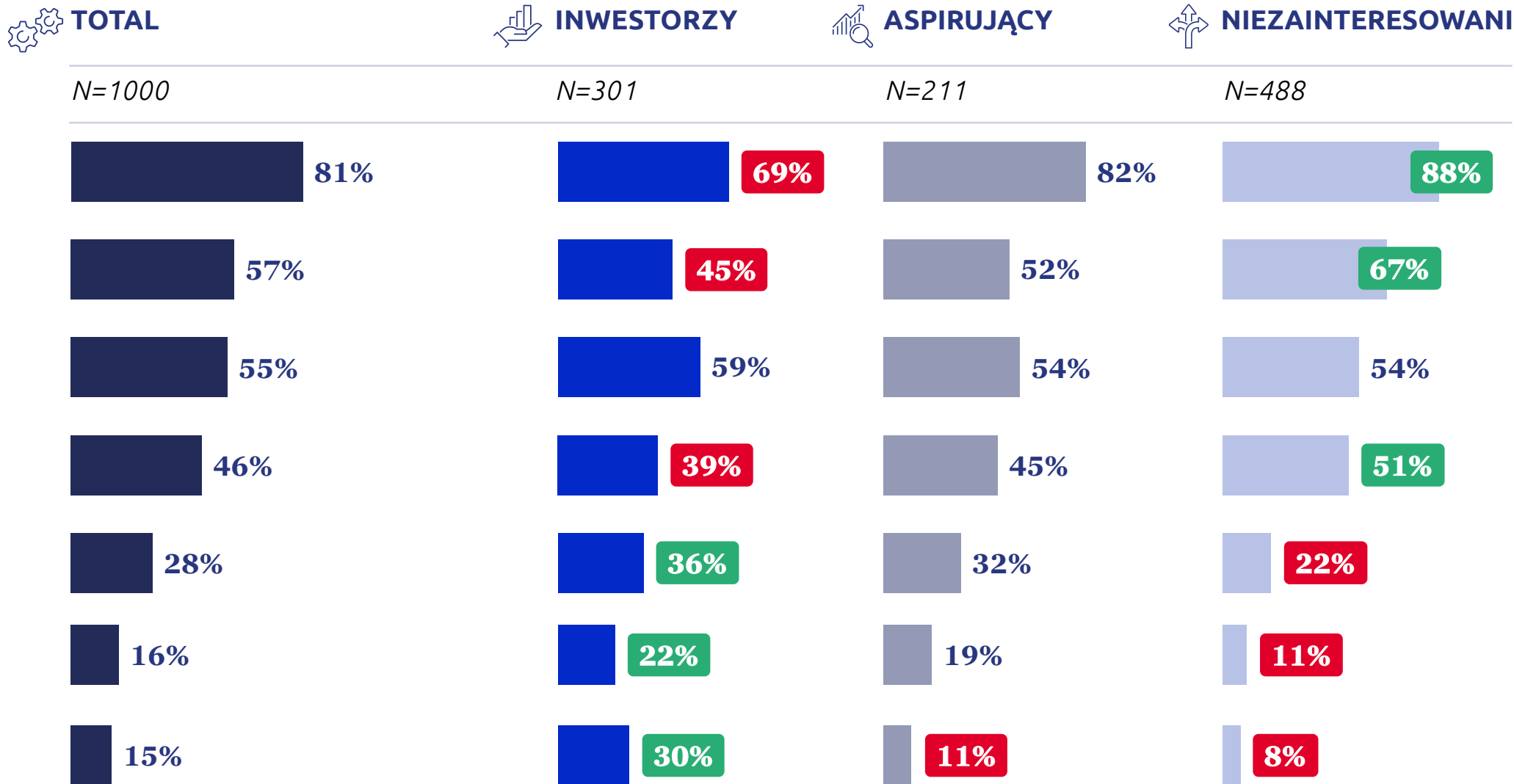
Reputacja i zaufanie jako kapitał spółki giełdowej w porównaniu do firm prywatnych

Reputacja firmy jest przede wszystkim budowana przez jakość produktów i usług, opinie konsumentów oraz stabilność finansową.

Status giełdowy buduje reputację pośrednio, poprzez większą stabilność, wiarygodność, czy siłę marki. Jedynie inwestorzy traktują obecność firmy na giełdzie jako synonim reputacji: dla 30% jest to czynnik najmocniej ją budujący.



- Jakość produktów/usług
- Opinie innych konsumentów
- Stabilność finansowa
- Cena
- Transparentność rozdziałów
- Rozdziałania na rzecz ochrony środowiska, zrównoważonego rozwoju, równości
- Notowanie na giełdzie



WYŻEJ NIŻEJ Różnica istotna statystycznie (na poziomie 95%) vs. TOTAL

CZYNNIKI WPŁYWAJĄCE NA REPUTACJĘ FIRM

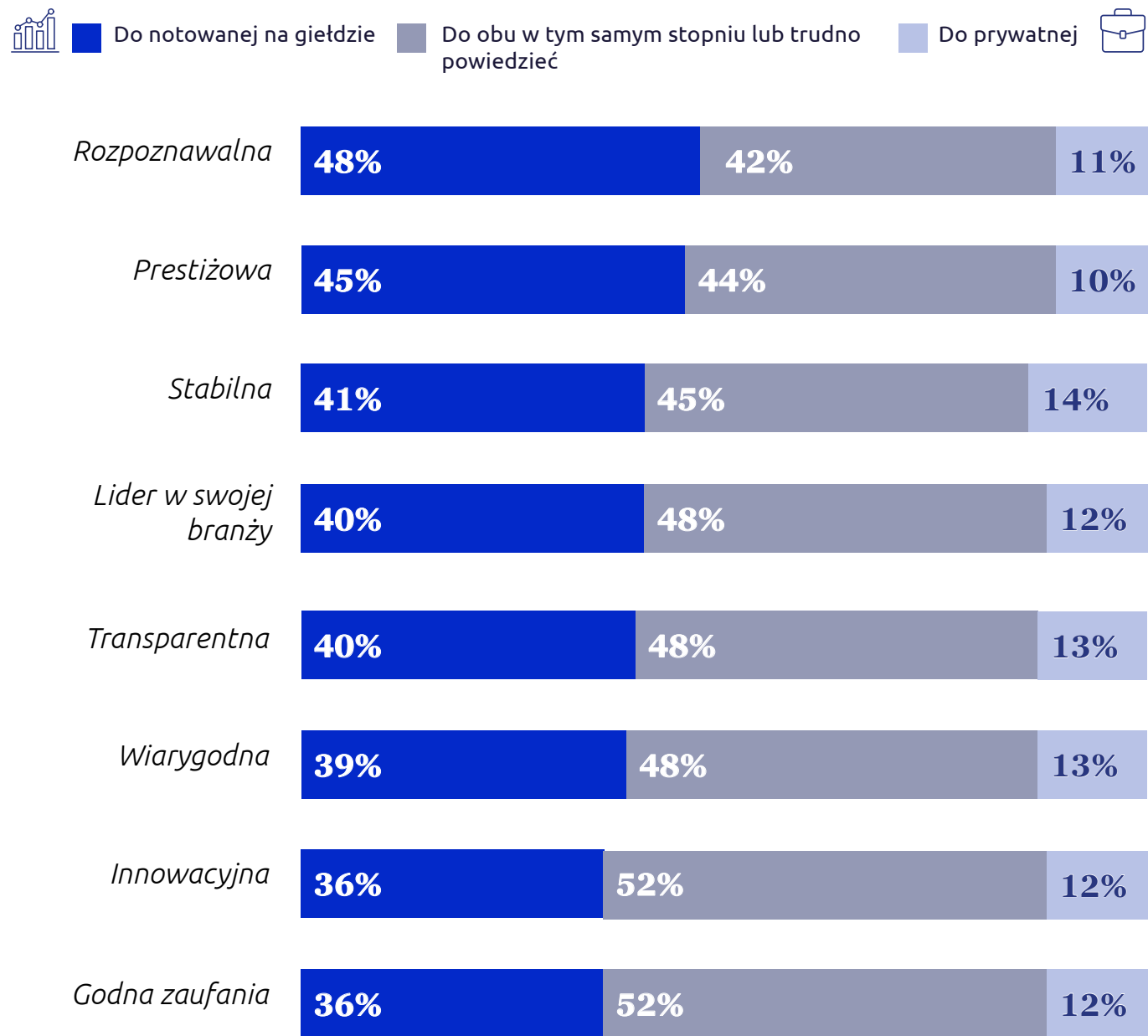
N=według informacji na wykresach

? Wybierz 3 czynniki, które Twoim zdaniem najmocniej wpływają na reputację firmy.

Status giełdowy jest silnym sygnałem rynkowym, odróżniającym spółki giełdowe od firm prywatnych.

Firmy notowane na giełdzie są postrzegane jako bardziej **rozpoznawalne, prestiżowe, stabilne, transparentne, godne zaufania**.

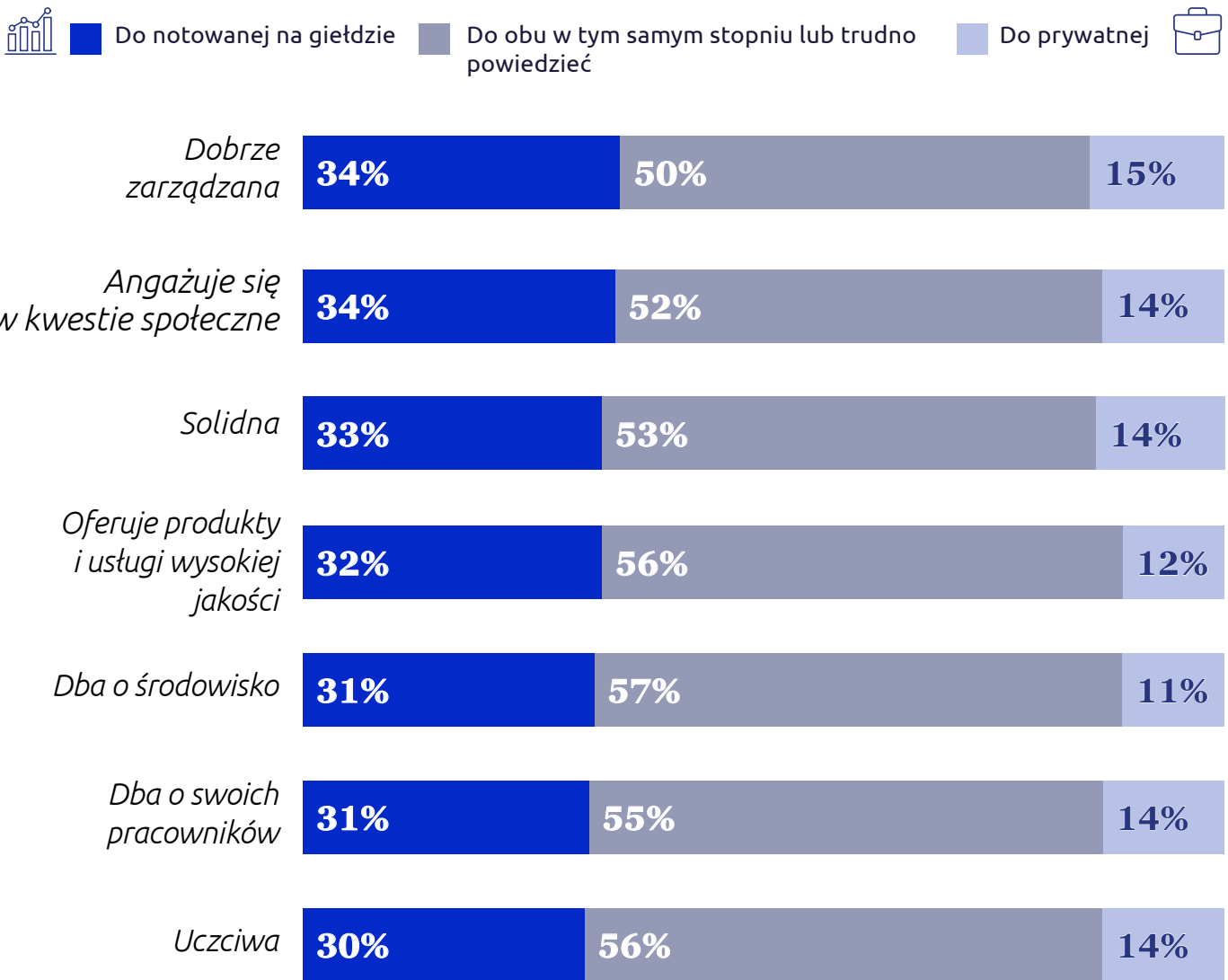
Częściej kojarzone są jako liderzy w branży i firmy innowacyjne. Jednak aż **połowa Polaków** ma trudność z jednoznaczną oceną wizerunku - dla części z nich firmy notowane na giełdzie i prywatne mają zbliżony wizerunek



WIZERUNEK FIRM NOTOWANYCH NA GPW I FIRM PRYWATNYCH – TOTAL

N=1000, wszyscy respondenci

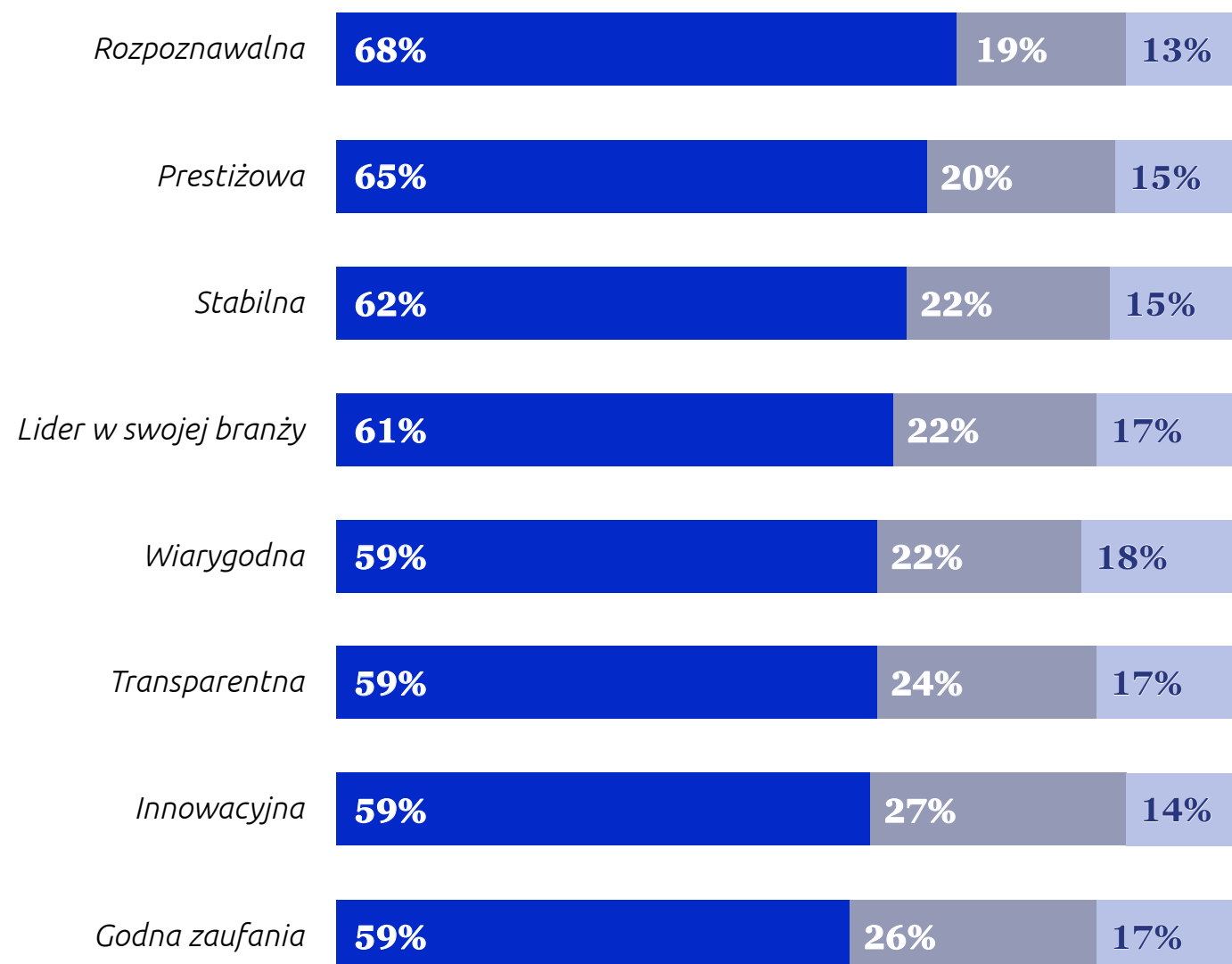
? Dla każdego z określić wskaż do jakiego rodzaju firmy pasuje?



W oczach inwestorów różnice firmy giełdowe zdecydowanie przewyższają prywatne w każdym aspekcie.

Wśród inwestorów zdecydowanie mocniej rezonuje silny wizerunek marek notowanych na giełdzie. Rozpoznawalność, prestiż, stabilność i bycie liderem w swojej branży to kluczowe składowe budujące siłę marek giełdowych.

 ■ Do notowanej na giełdzie ■ Do obu w tym samym stopniu lub trudno powiedzieć ■ Do prywatnej 



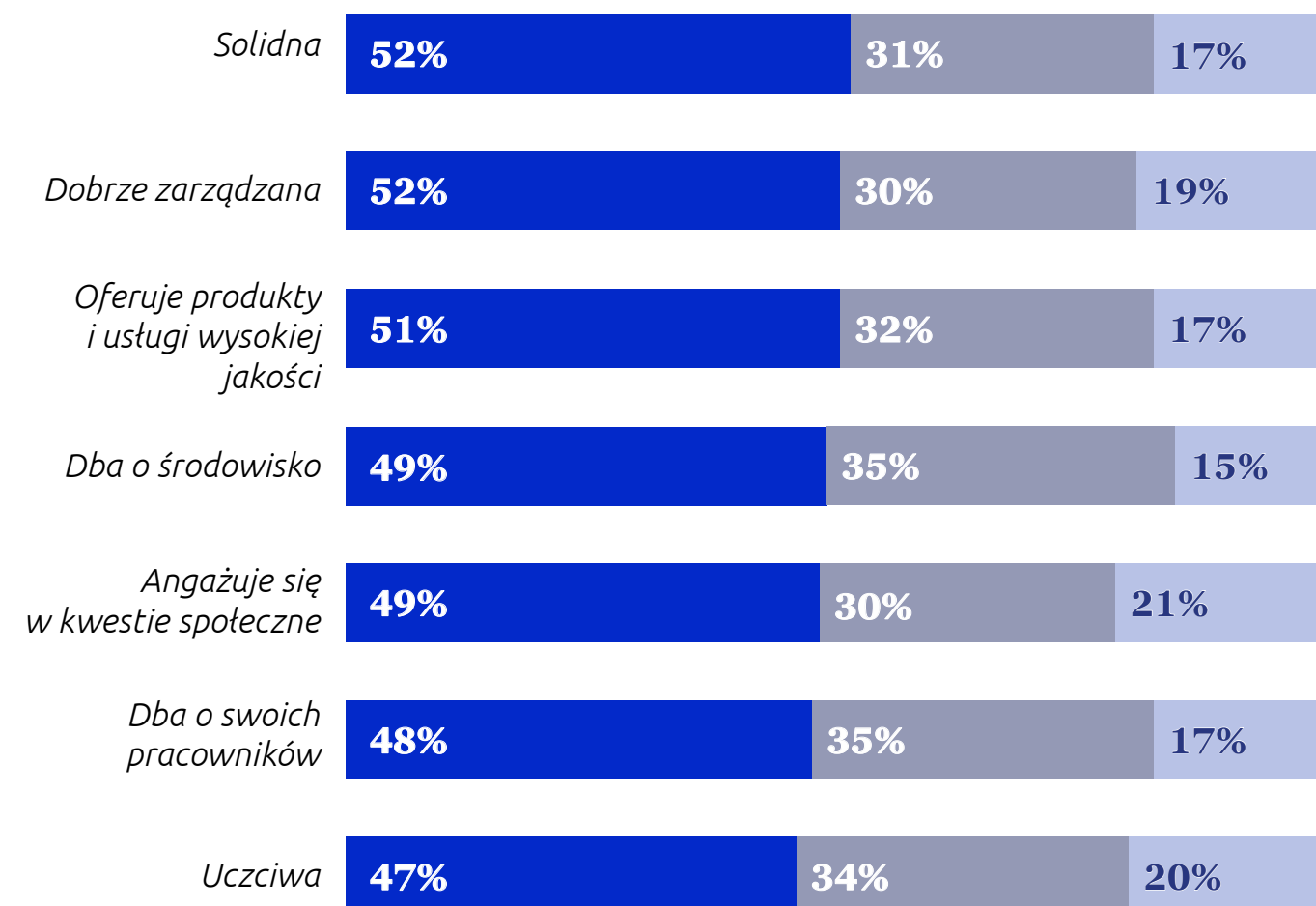
WIZERUNEK FIRM NOTOWANYCH NA GPW I FIRM PRYWATNYCH – INWESTORZY



N=301, inwestorzy

? Dla każdego z określić wskaż do jakiego rodzaju firmy pasuje?

 ■ Do notowanej na giełdzie ■ Do obu w tym samym stopniu lub trudno powiedzieć ■ Do prywatnej 



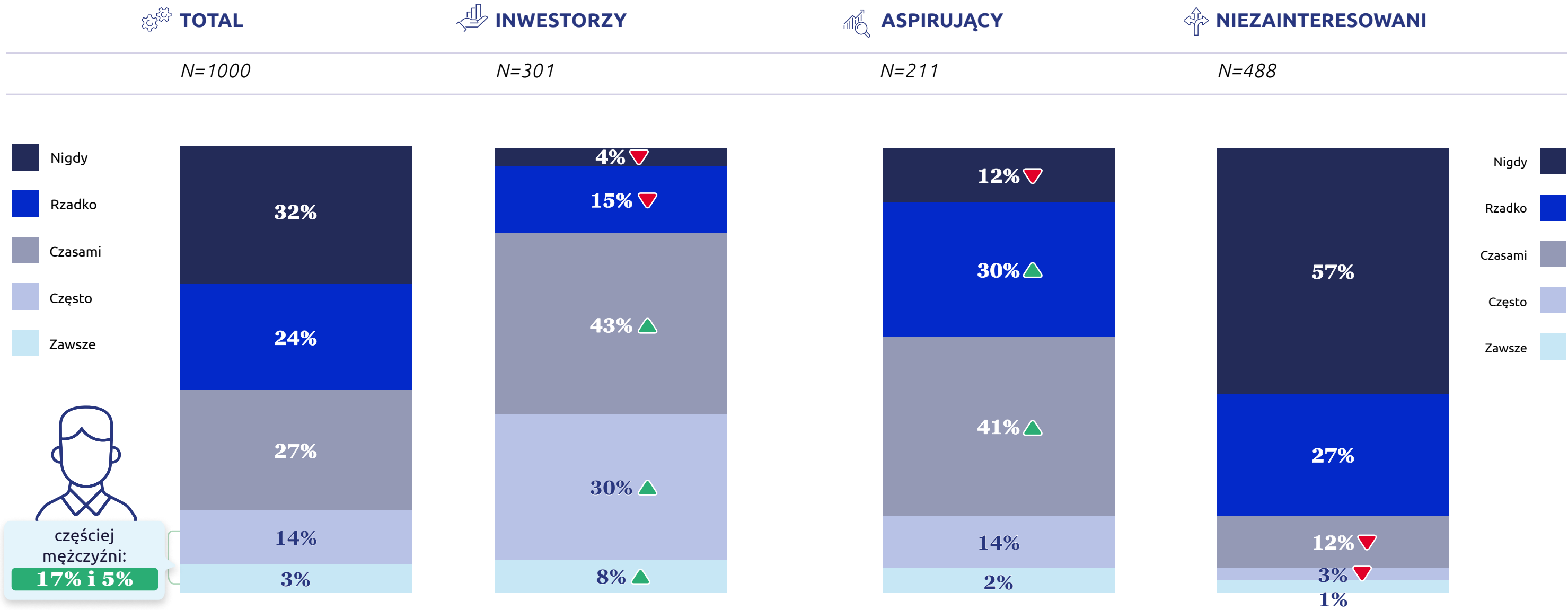
Bez wyraźnej komunikacji obecności na giełdzie, assety spółki giełdowej mogą nie być wykorzystane.

Polacy nie mają zwyczaju sprawdzać statusu spółki. Wyjątek stanowią inwestorzy, 38% z nich zwraca na to uwagę. Ważna jest zatem komunikacja statusu spółki giełdowej, tym bardziej, że buduje on wartość oraz przewagi firmy.

CZY ZWRACASZ UWAGĘ NA OBECNOŚĆ FIRMY NA GPW?

N = według informacji na wykresach

? Czy zwracasz uwagę na to, czy jakaś firma/marka jest notowana na giełdzie?



Różnica istotna statystycznie (na poziomie 95%) vs. TOTAL

Podsumowanie



Obecność firmy na giełdzie buduje przewagę konkurencyjną vs. firmy prywatne.

Rozpoznawalność firmy, prestiż, stabilność, transparentność sprawia, że jest ona bardziej wiarygodna i godna zaufania niż firma prywatna.

Notowanie na GPW wpływa na postrzeganie spółki jako lidera rynku i zwiększa jej percepcję jako firmy innowacyjnej – szczególnie wśród osób już inwestujących.

Fakt obecności na giełdzie wymaga jednak komunikacji, tylko inwestorzy sami z siebie sprawdzają status firmy.

rozdział 4

Status giełdowy a decyzje zakupowe

Komentarz do poniższych wyników



W badaniu poprosiliśmy Polaków, aby wyobrazili sobie sytuację, w której muszą dokonać wyboru między firmą notowaną na Giełdzie Papierów Wartościowych, a firmą prywatną (nienotowaną na GPW).

W każdej sytuacji do wyboru były dwie firmy, które oferowały takie same warunki i ceny. Zapytaliśmy o główne branże zw kontekście najczęstszych sytuacji życiowych, były to:



WYBÓR DOSTAWCY
ENERGII: PRĄDU LUB
GAZU



WYBÓR BANKU



WYBÓR FIRMY
UBEZPIECZENIOWEJ



WYBÓR
DOSTAWCY USŁUG
TELEKOMUNIKACYJNYCH



WYBÓR
PRACODAWCY

Pytanie:

Wyobraź sobie sytuację, kiedy chcesz wybrać [dostawcę energii: prądu lub gazu / bank / firmę ubezpieczeniową / dostawcę usług telekomunikacyjnych / pracodawcę]. Masz do wyboru dwie firmy, które oferują Ci te same warunki.

Jedna firma jest notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych, a druga to firma prywatna. Którą firmę byś wybrał(a)?

Status giełdowy zwiększa szansę na skorzystanie z usług firmy oraz jej wyboru jako pracodawcy.

Największą skłonność do wyboru spółki giełdowej widać w kategoriach dostawcy energii oraz banku, natomiast najslabiej efekt ten zaznacza się przy wyborze pracodawcy.

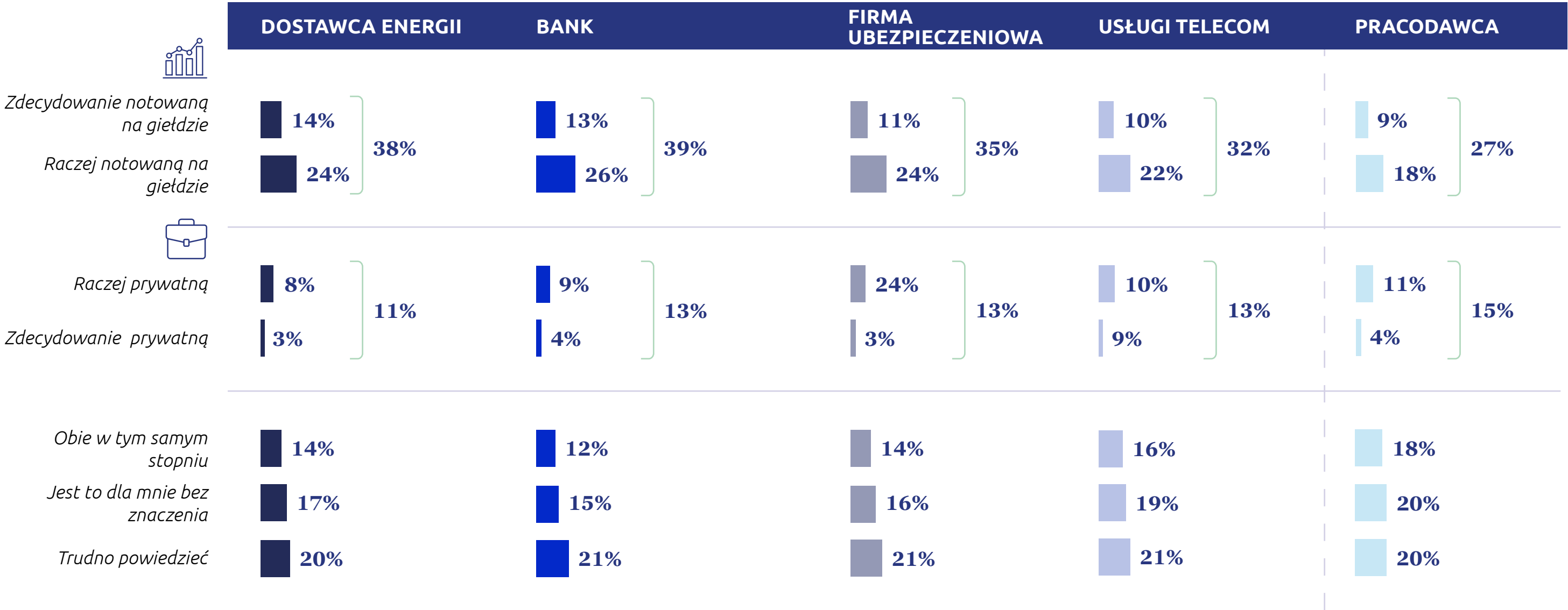
SPÓŁKA NOTOWANA NA GIEŁDZIE VS PRYWATNA



N=1000, wszyscy respondenci



Wyobraź sobie sytuację, kiedy masz [...]. Masz do wyboru [...], którzy oferują Ci te same warunki. Jedna firma jest notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych, a druga to firma prywatna. Którą firmę byś wybrał(a)?



Inwestorzy i Aspirujący zdecydowanie chętnie wybraliby spółkę giełdową jako dostawcę energii.

Więcej niż połowa inwestorów zdecydowałaby się na spółkę notowaną na giełdzie przy wyborze dostawcy energii, podczas gdy wśród osób niezainteresowanych tylko jedna czwarta wskazała spółkę giełdową jako swój wybór. Nie oznacza to, że preferują oni firmę prywatną, po prostu nie jest to dla nich czynnik decyzyjny.

SPÓŁKA NOTOWANA NA GIEŁDZIE VS PRYWATNA: DOSTAWCA ENERGII



N = według informacji na wykresach

Wyobraź sobie sytuację, kiedy masz [...]. Masz do wyboru [...], którzy oferują Ci te same warunki. Jedna firma jest notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych, a druga to firma prywatna. Którą firmę byś wybrał(a)?



TOTAL

N=1000



INWESTORZY

N=301



ASPIRUJĄCY

N=211



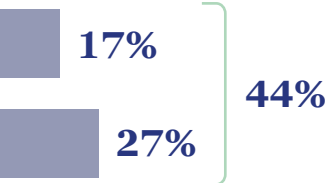
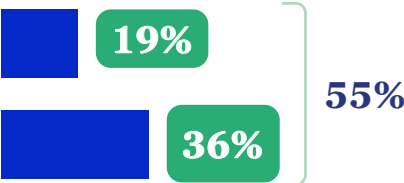
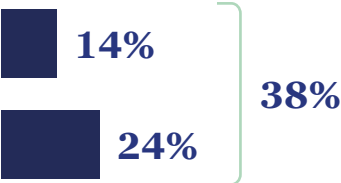
NIEZAINTERESOWANI

N=488



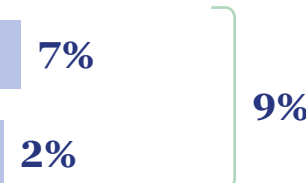
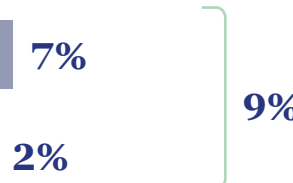
Zdecydowanie notowaną na giełdzie

Raczej notowaną na giełdzie



Raczej prywatną

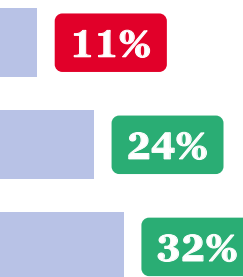
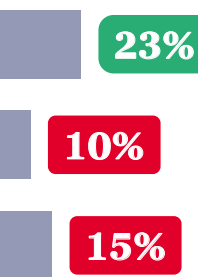
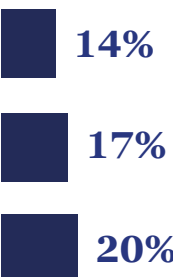
Zdecydowanie prywatną



Obie w tym samym stopniu

Jest to dla mnie bez znaczenia

Trudno powiedzieć



WYŻEJ

NIŻEJ

Różnica istotna statystycznie
(na poziomie 95%) vs. TOTAL

Bank notowany na giełdzie jest chętniej wybierany niż prywatny, szczególnie przez Inwestorów i Aspirujących.

Grupa aspirujących silnie preferuje banki notowane na giełdzie, co może wynika z większej potrzeby bezpieczeństwa i stabilności, która jest budowana przez obecność na GPW. Co ciekawe niektórzy Inwestorzy wybierają banki prywatne, prawdopodobnie kierując się innymi czynnikami niż bezpieczeństwo.

SPÓŁKA NOTOWANA NA GIEŁDZIE VS PRYWATNA: BANK



N = według informacji na wykresach

? Wyobraź sobie sytuację, kiedy masz [...]. Masz do wyboru [...], którzy oferują Ci te same warunki. Jedna firma jest notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych, a druga to firma prywatna. Którą firmę byś wybrał(a)?



TOTAL

N=1000



INWESTORZY

N=301



ASPIRUJĄCY

N=211



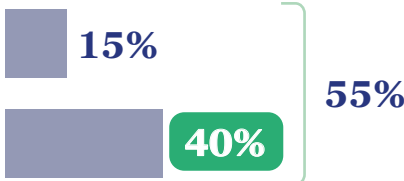
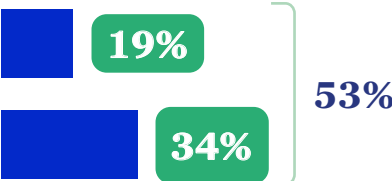
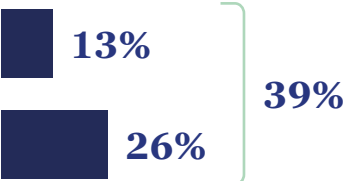
NIEZAINTERESOWANI

N=488



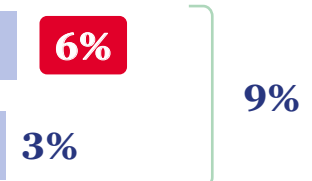
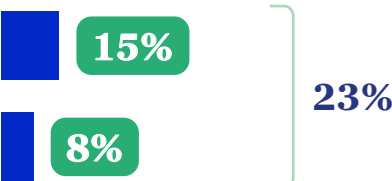
Zdecydowanie notowaną na giełdzie

Raczej notowaną na giełdzie



Raczej prywatną

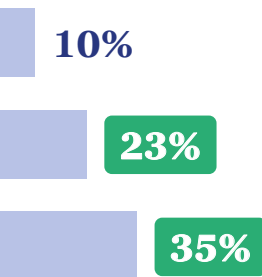
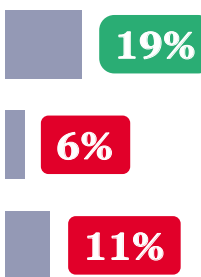
Zdecydowanie prywatną



Obie w tym samym stopniu

Jest to dla mnie bez znaczenia

Trudno powiedzieć



WYŻEJ

NIŻEJ

Różnica istotna statystycznie (na poziomie 95%) vs. TOTAL

Status spółki giełdowej sprzyja wyborowi jej usług w sektorze ubezpieczeniowym.

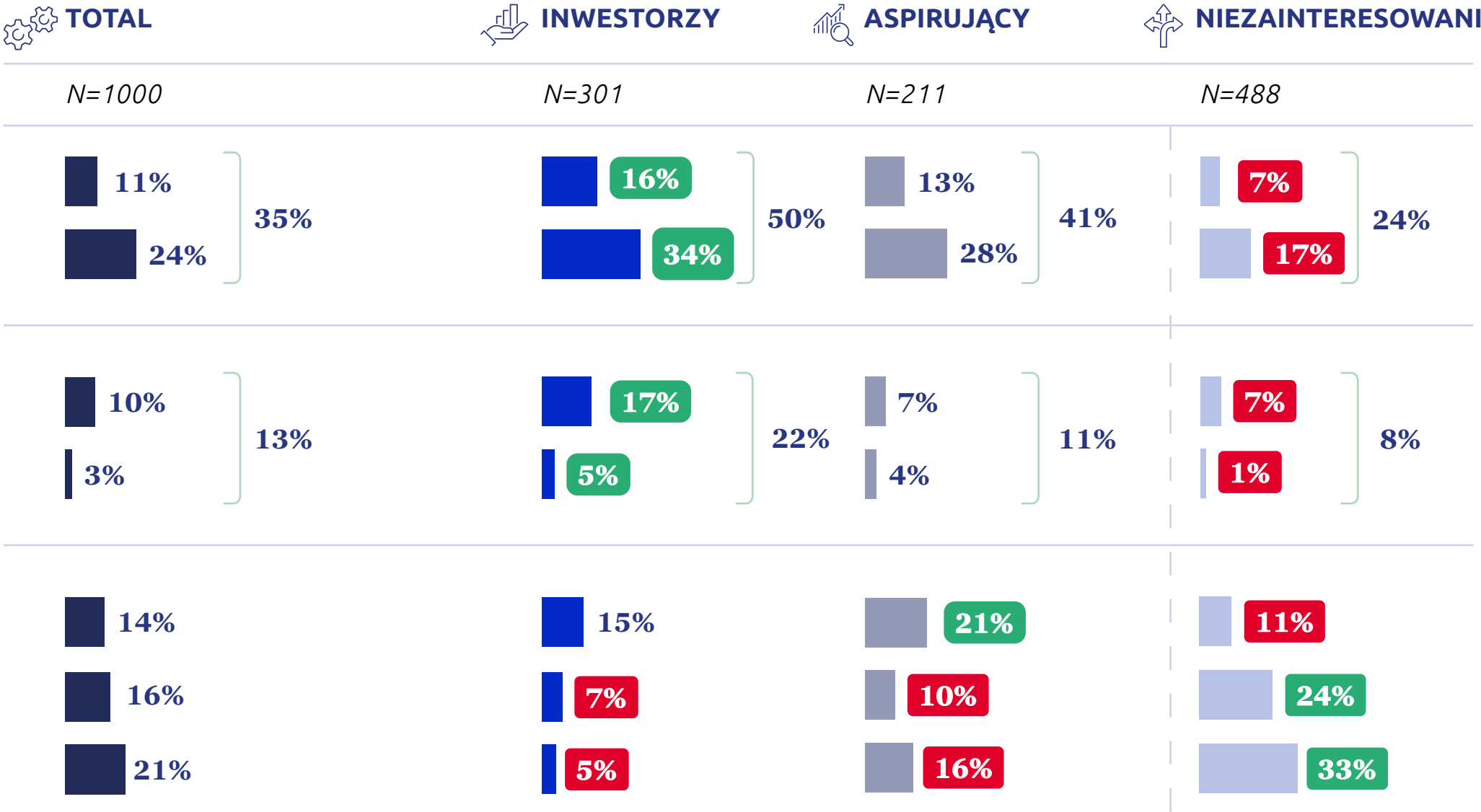
Połowa inwestorów, 41% Aspirujących wybrałaby firmę notowaną na giełdzie.

Jak w przypadku bankowości, czy dostawcę energii, Inwestorzy silniej niż aspirujący czy niezainteresowani rozpatrują także wybór firmy prywatnej.

SPÓŁKA NOTOWANA NA GIEŁDZIE VS PRYWATNA: FIRMA UBEZPIECZENIOWA

N = według informacji na wykresach

Wyobraź sobie sytuację, kiedy masz [...]. Masz do wyboru [...], którzy oferują Ci te same warunki. Jedna firma jest notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych, a druga to firma prywatna. Którą firmę byś wybrał(a)?



WYŻEJ NIŻEJ Różnica istotna statystycznie (na poziomie 95%) vs. TOTAL

W kontekście usług telekomunikacyjnych wpływ statusu spółki giełdowej na wybór jest nieco niższy w porównaniu z innymi kategoriami.

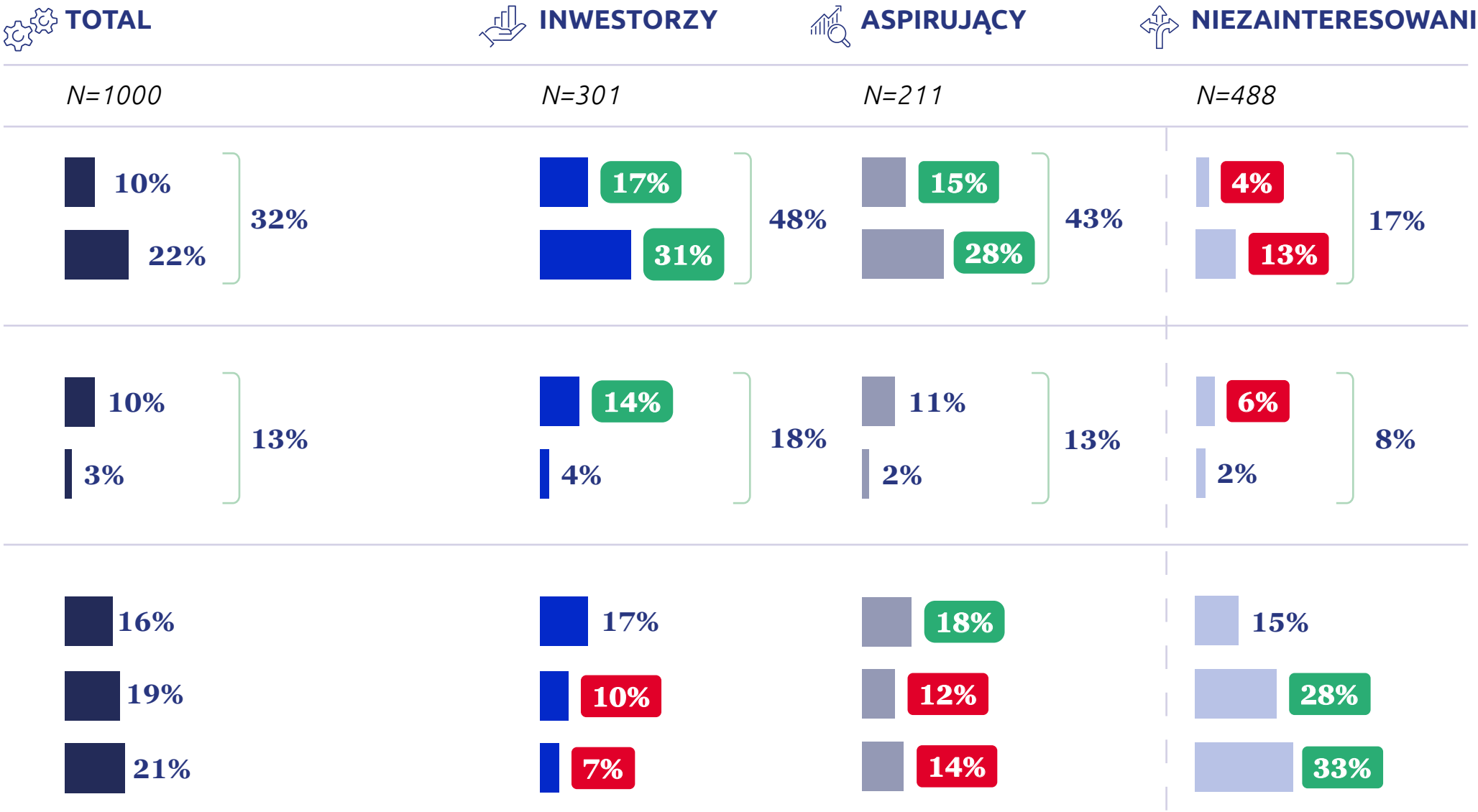
Ponownie Inwestorzy i aspirujący silniej niż niezainteresowani rozpatrują spółki notowane na giełdzie (48% oraz 43%).

SPÓŁKA NOTOWANA NA GIEŁDZIE VS PRYWATNA: USŁUGI TELECOM



N = według informacji na wykresach

Wyobraź sobie sytuację, kiedy masz [...]. Masz do wyboru [...], którzy oferują Ci te same warunki. Jedna firma jest notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych, a druga to firma prywatna. Którą firmę byś wybrał(a)?



WYŻEJ NIŻEJ Różnica istotna statystycznie (na poziomie 95%) vs. TOTAL

Chociaż notowanie firmy na giełdzie zwiększa jej atrakcyjność jako pracodawcy, przewaga nad spółką prywatną nie jest tak duża jak przy wyborze usług.

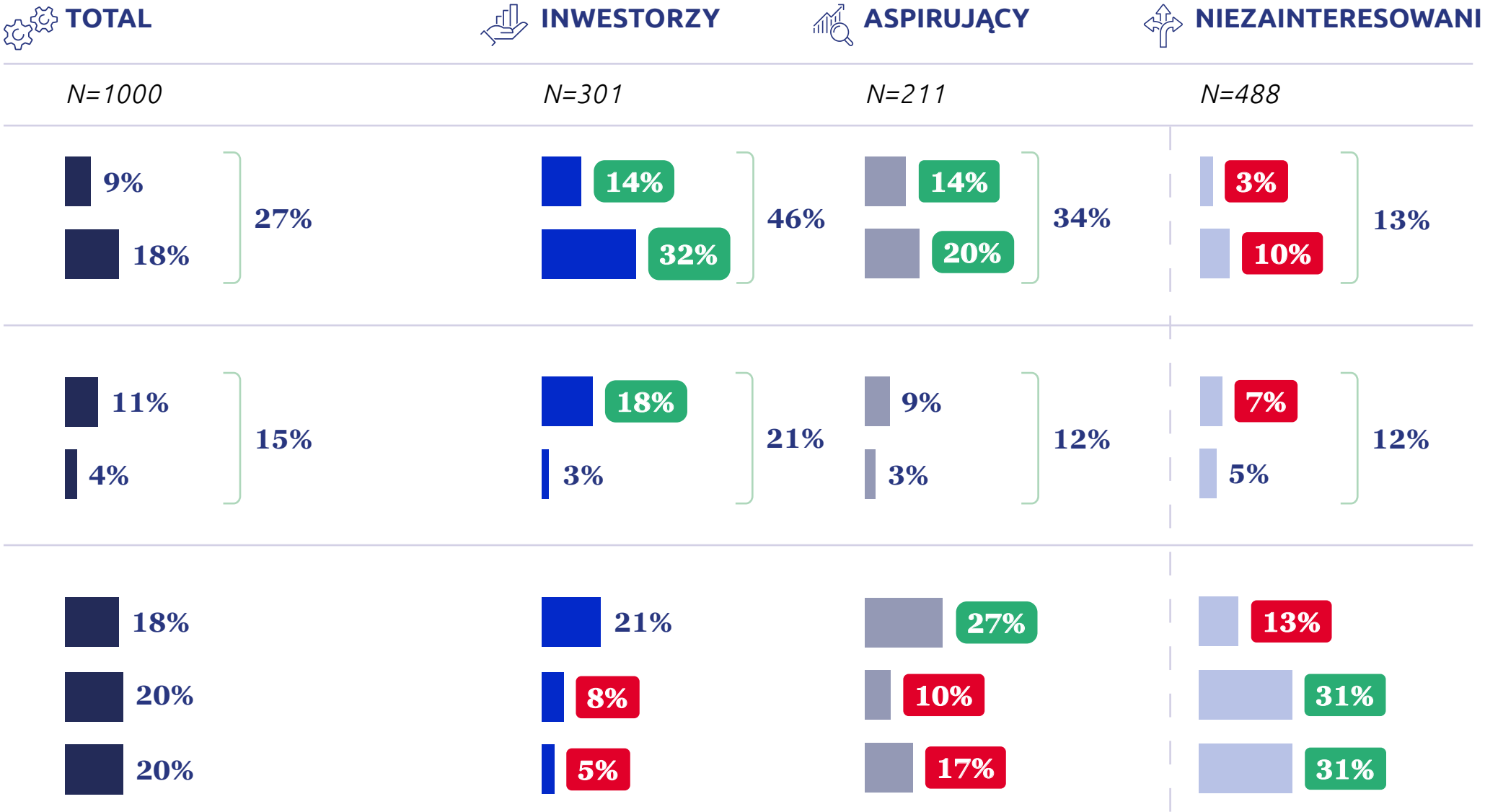
46% Inwestorów, 34% Aspirujących chętniej zatrudniłaby się w spółce giełdowej.

SPÓŁKA NOTOWANA NA GIEŁDZIE VS PRYWATNA: PRACODAWCA



N = według informacji na wykresach

Wyobraź sobie sytuację, kiedy masz [...]. Masz do wyboru [...], którzy oferują Ci te same warunki. Jedna firma jest notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych, a druga to firma prywatna. Którą firmę byś wybrał(a)?



WYŻEJ NIŻEJ Różnica istotna statystycznie (na poziomie 95%) vs. TOTAL

Podsumowanie



Obecność firmy na giełdzie buduje wartość marki i lojalność wobec firmy

To nie tylko prestiż, ale też stabilność firmy, dbałość o standardy i transparentność, co zwiększa jej wiarygodność, a w efekcie zaufanie Polaków

Inwestorzy szczególnie doceniają spółki giełdowe. Jest to szczególnie ważne zważywszy na ich potencjał jako konsumentów i klientów.

Zymetria

Rozumienie ludzi wspiera rozwój

**Research & Consulting
Design Thinking
Data Science
Diagnosis of Barriers
Human Insights & AI
ESG 360**



Inwestor Wojtek

Nie wiesz, o co chodzi?

Chodzi o pieniądze

50 000 zł kapitału początkowego
25 lat horyzontu inwestycyjnego
1 milion złotych do zarobienia

Poznaj Inwestora Wojtka –
to unikatowy projekt edukacyjny
Pulsu Biznesu i Bankier.pl.

On inwestuje. Ty czytasz.
Uczymy się razem.



Poznaj
jego drogę
do miliona



Bankier.pl

Giełdowy Indeks
Kobiet



Monitorujemy
sytuację

Sprawdź, jak rośnie
rola kobiet w zarządach



