



POLSKA AGENCJA ROZWOJU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI
POLISH AGENCY FOR ENTERPRISE DEVELOPMENT

Raport
z badania sondażowego
wśród małych i średnich firm w Polsce



Warszawa, listopad 2004

SPIS TREŚCI

INFORMACJE O BADANIU	3
CELE BADANIA	3
DOBÓR PRÓBY	3
METODA	4
PODSUMOWANIE BADANIA	5
WPŁYW INTEGRACJI Z UE NA KONDYCJĘ MSP	5
POMOC PUBLICZNA	5
SZKOLENIA	6
RAPORT GŁÓWNY	8
WPŁYW INTEGRACJI EUROPEJSKIEJ NA KONDYCJĘ MSP	8
POMOC PUBLICZNA	14
SZKOLENIA	22

INFORMACJE O BADANIU

CELE BADANIA

Zgodnie z listą pytań przesłaną do naszej agencji, celem badania jest uzyskanie opinii przedsiębiorców na zagadnienia związane z:

- Unią Europejską
- Pomocą publiczną
- Rynkiem szkoleniowym

Powyższe informacje zostaną uzyskane w drodze realizacji sondażu wśród przedsiębiorców. Założenia metodologiczne pomiaru są identyczne z realizowanym przez OPINIĘ cyklicznym omnibusem MSP Index.

DOBÓR PRÓBY

Populacją badaną są **decydenci (właściciele, prezesi, dyrektorzy i ich zastępcy)** w następujących firmach:

- z branży według *Europejskiej Klasyfikacji Działalności* od sekcji C do K
- prywatnych (forma prawna podmiotu definiowana jest za pomocą kategorii używanych w bazie danych *REGON*).
- zatrudniających co najmniej 10 osób,

Przyjmuje się, że jeden podmiot gospodarczy jest reprezentowany przez jedną (dowolną) osobę z grona decydentów. Jednostką obserwacji statystycznej jest zatem podmiot gospodarczy, a populacja decydentów jest równoliczna z populacją podmiotów gospodarczych.

Dodatkowym kryterium jest rozmieszczenie terytorialne firm. Obszar Polski został podzielony na 6 regionów. Liczba firm w próbie odpowiada liczebności podmiotów w wytypowanych regionach.

Operatem losowania jest baza danych *REGON* prowadzona przez Główny Urząd Statystyczny.

Do losowania prób użyto podzbioru bazy *REGON* zawierającego rekordy wszystkich niepaństwowych podmiotów gospodarczych w Polsce (dla których kod formy własności FW wynosi 400 lub wyżej) zatrudniających co najmniej 10 osób. Badaną populację można szacować na 100.000 podmiotów gospodarczych.

Próba podstawowa liczy 600 firm i jest reprezentatywna ze względu na trzy cechy podmiotu gospodarczego, który decydująco reprezentuje:

- Rodzaj działalności podstawowej
- Formę prawną podmiotu
- Wielkość zatrudnienia

Wylosowane podmioty alokowane między warstwy definiowane przez wyżej wymienione kryteria. Alokacja próby między warstwy jest proporcjonalna do ich wielkości w populacji (liczby podmiotów w warstwie zarejestrowanych w bazie REGON). Losowanie z warstw odbywa się metodą doboru prostego z jednakowymi prawdopodobieństwami bez zwracania.

W przypadku wylosowania nieaktywnego numeru telefonu przez system, ankieter próbuje zidentyfikować aktualne dane teleadresowe danej firmy. Jeżeli okaże się, że firma nie istnieje lub określenie telefonu do niej jest niemożliwe, losowany jest kolejny numer telefonu z określonej warstwy.

Warstwowanie próby. Warstwę definiuje kombinacja wartości trzech cech przedsiębiorstwa: grupa EKD (1-4), kategoria formy prawnej (1-4) oraz wielkość zatrudnienia (dwie klasy). Wszystkich możliwych kombinacji jest zatem 32 ($4 \cdot 4 \cdot 2 = 32$). Ich proporcje w populacji są różne, niektóre z nich nie występują w ogóle. Dla żadnej z warstw odchylenie między jej częstością w próbie i proporcją w populacji nie przekracza 0,1%. Próby są reprezentatywne ze względu na założone kryteria.

Dla założonej liczebności próby $N=600$, **statystyczny błąd oszacowania** przy poziomie istotności 0,95 wynosi **+/- 3,9%**.

METODA

Badanie jest realizowane metodą wywiadów telefonicznych wspomaganym komputerowo (CATI)¹.

Najważniejsze korzyści wynikające z zastosowania techniki CATI to:

- szybka realizacja badań;
- krótki czas oczekiwania na wyniki;
- łatwiejsze dotarcie do trudno dostępnych grup respondentów;
- bieżąca kontrola przebiegu badania.

Badanie kontrolowane jest w trakcie jego realizacji, a oprogramowanie (NIPO) ogranicza możliwość popełnienia przez ankietera błędu.

¹ Zarząd OFBOR przyznał firmie OPINIA ABR certyfikat Programu Kontroli Jakości Pracy Ankietera na rok 2004 w zakresie badań realizowanych w technice CATI.

PODSUMOWANIE BADANIA

Wpływ integracji z UE na kondycję MSP

- Przystąpienie Polski do UE wpłynęło korzystnie na kondycję polskiej gospodarki w opinii 54% przedsiębiorców. Większość badanych (ponad połowa) nie potrafiła określić, jaki wpływ miała integracja na ich branżę i ich firmę.
- Integracja Polski z UE spowodowała przede wszystkim wzrost kosztów transportu i surowców. Większość przedsiębiorców uważa, że nie miała wpływu na koszty stałe, poziom konkurencji, koszty usług bankowych i biznesowych i koszty zatrudnienia.
- Według większości przedsiębiorców poziom konkurencyjności ich firm nie uległ zmianie po integracji.
- W opinii 58% badanych integracja nie miała wpływu na zyski firmy. Co dziesiąty respondent (11%) jest zdania, że integracja spowodowała wzrost zysków firmy średnio o 14%, natomiast co piąty (23%) respondent wskazywał na spadek zysków w wyniku integracji średnio o 19%.
- Przygotowując się do działania na wspólnym rynku firmy inwestują przede wszystkim w wyposażenie techniczne (55%) i kapitał ludzki (40%).
- Obciążenia fiskalne, pozafiskalne i administracyjne były wymieniane najczęściej jako obciążenia, które nie zmieniły się po integracji. Tego zdania było około 2/3 respondentów. Jednocześnie te właśnie obciążenia wymieniano najczęściej (przez ponad 1/4 osób) jako te, które się zwiększyły.

Pomoc publiczna

- Zdecydowana większość (75%) respondentów nie korzystała w ciągu ostatnich pięciu lat z pomocy publicznej. Pozostali badani (24) korzystali z takiej pomocy.
- Instytucją wskazywana najczęściej jako źródło pomocy była Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (37% wskazań). Na kolejnej pozycji znalazło się Ministerstwo Gospodarki (14%) i urzędy skarbowe (12%). Pozostałe instytucje uzyskały mniej niż 10% wskazań.
- Najczęściej wykorzystywaną formą pomocy publicznej są dotacje krajowe i unijne (37% wskazań).

- Podstawowym medium, które wykorzystują przedsiębiorcy w celu zdobycia informacji na temat możliwości uzyskania pomocy publicznej jest internet (53% wskazań). Około 1/3 badanych wymienia też prasę codzienną i branżową.
- Uzyskana w ciągu ostatnich pięciu lat pomoc publiczna przyczyniła się głównie do podniesienia konkurencyjności (64% wskazań) i podniesienia jakości produktów, usług (61%).
- Większość firm, które korzystały już z pomocy publicznej zamierza się ubiegać o jej ponowne przyznanie (77%).
- Przedsiębiorcy chcieliby przeznaczyć uzyskane środki głównie na wyposażenie techniczne i innowacje.
- Najważniejszym utrudnieniem w uzyskaniu pomocy publicznej są skomplikowane procedury (49% wskazań).
- Ponad połowa badanych (57%) opowiada się zdecydowanie za obniżeniem podatków niż za pomocą publiczną. Pod względem stosunku przedsiębiorców do niezbędności pomocy publicznej zdania są podzielone – 29% uważa, że pomoc jest niezbędna, a 24% - że jest zbędna. Znaczna część badanych (38%) zgadza się w pełni z tym, że pomoc publiczna jest trudno dostępna.

Szkolenia

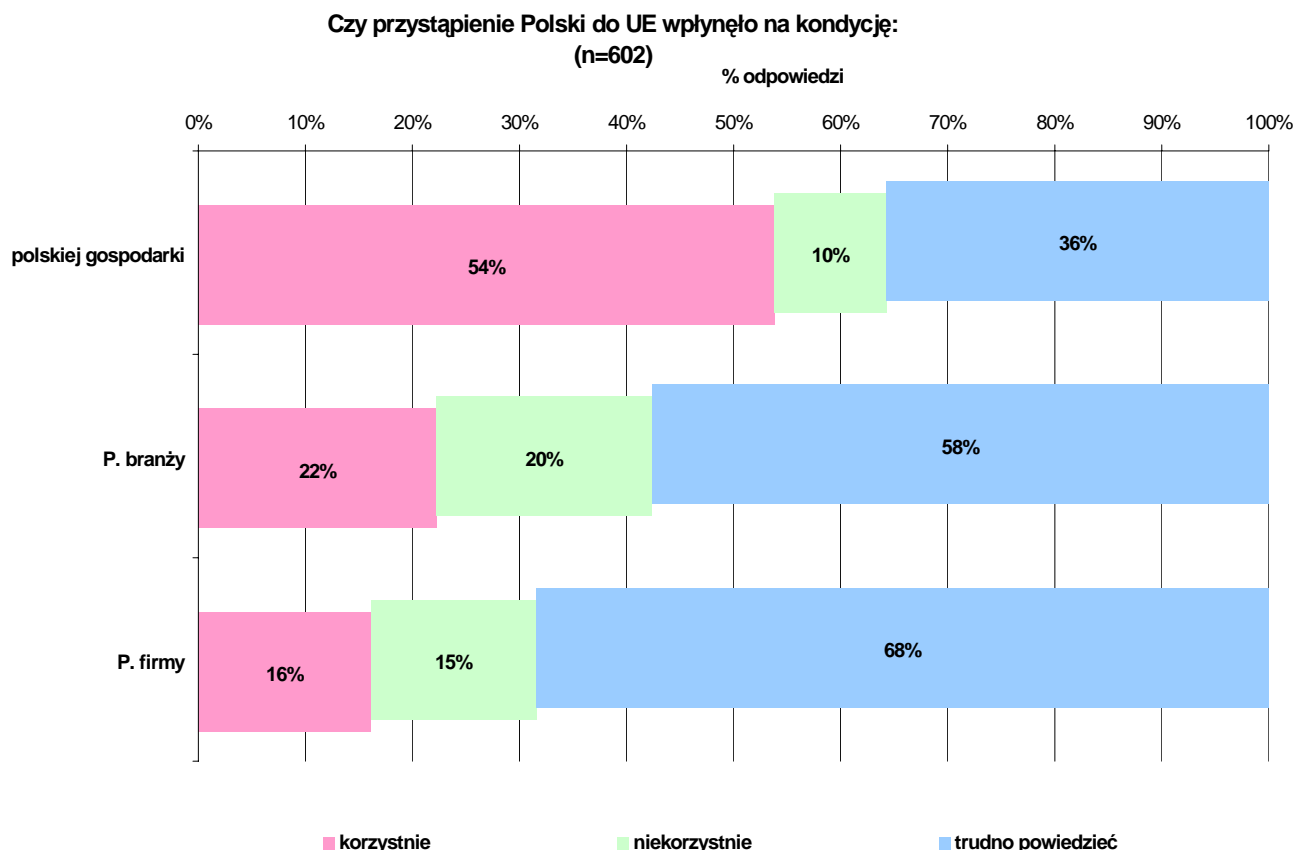
- Firmy prowadzą szkolenia głównie dla pracowników szczebla podstawowego (83%).
- Pracownicy zatrudnieni w firmach, które reprezentowali respondenci, uczestniczyli w ciągu ostatnich dwóch lat w szkoleniach z zakresu bhp (91%), księgowości i finansów (58%). Inne szkolenia uzyskały mniej niż 50% wskazań.
- Niezbędne dla rozwoju firmy w ciągu najbliższych dwóch lat będą szkolenia bhp (79% wskazań), z zakresu systemów jakości (57%), marketing i promocja (56%), księgowość i finanse (55%), sprzedaż i obsługa klienta (55%), zarządzanie (53% i języki obce (50%).
- Przy wyborze oferty szkoleniowej uwzględnia się kilka czynników, z których najważniejsza jest cena (57%) oraz lokalizacja szkolenia (36%), dostosowanie oferty do potrzeb firmy (35%) i renoma firmy szkoleniowej (31%).

- Na wzrost potrzeb szkoleniowych wpływ ma przede wszystkim konieczność podnoszenia
- konkurencyjności firmy (61% wskazań), przyjęta przez firmę strategia rozwoju (39%) i bieżące
- potrzeby (37%).
-

RAPORT GŁÓWNY

WPŁYW INTEGRACJI EUROPEJSKIEJ NA KONDYCJĘ MSP

Przedsiębiorcy uczestniczący w badaniu oceniali wpływ, jaki miała integracja Polski z UE na kondycję ich firmy, branży oraz polskiej gospodarki.

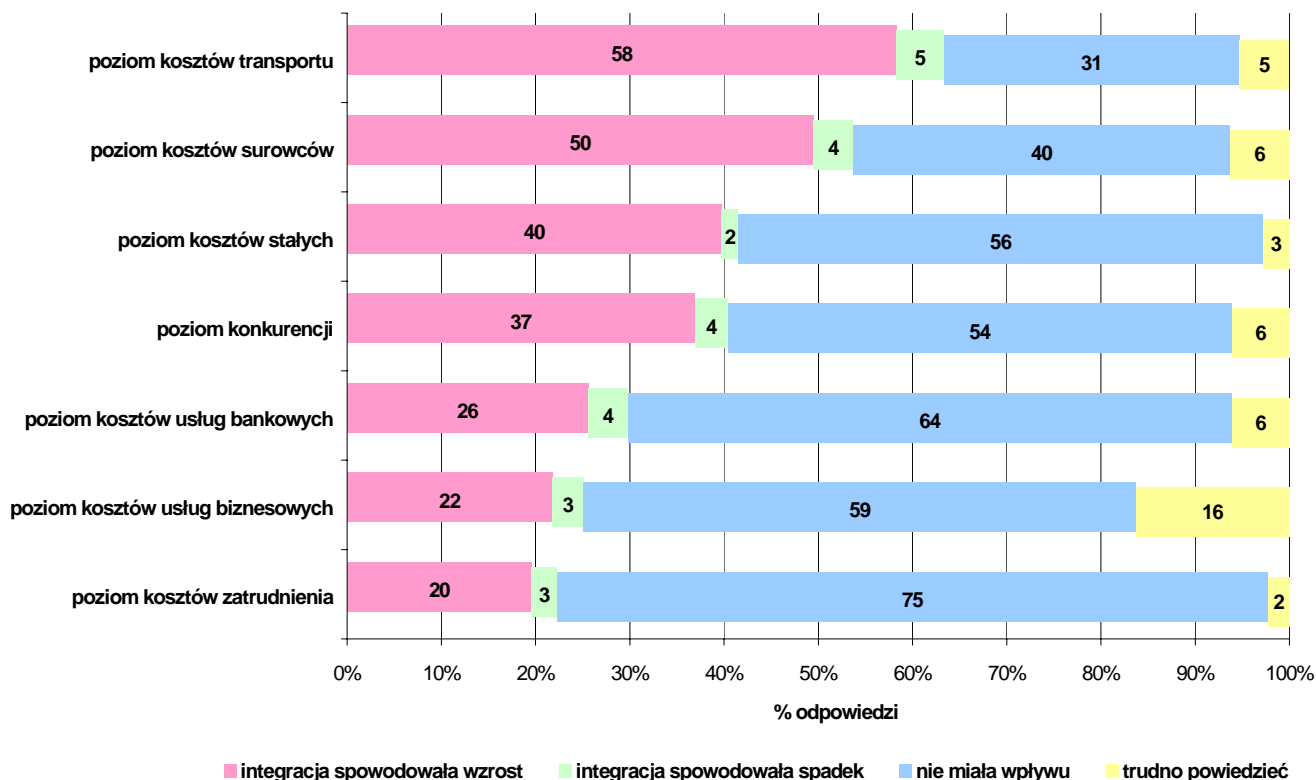


Integracja w opinii ponad połowy przedsiębiorców (54%) wpłynęła korzystnie na polską gospodarkę. Tego zdania byli najczęściej respondenci ze średnich firm (64%), ze spółek akcyjnych i spółek z o.o. (60%) oraz z branży pośrednictwo finansowe i obsługa nieruchomości (67%).

Dużo mniej przychylnie oceniali badani wpływ integracji na ich branżę i firmę, w której pracują. Należy zauważyć, że ocena branży oraz własnej firmy pod tym kątem okazała się trudniejsza, niż polskiej gospodarki (większy odsetek odpowiedzi „trudno powiedzieć”).

Następnie respondenci oceniali wpływ integracji wybrane obszary istotne z punktu widzenia przedsiębiorstwa.

Proszę określić, czy integracja Polski z UE, w odniesieniu do P. firmy, miała wpływ na:
(n=602)



Integracja miała największy wpływ na poziom kosztów transportu i surowców., natomiast najmniejszy na poziom kosztów zatrudnienia. Większość obszarów została oceniona negatywnie – integracja spowodowała wzrost kosztów. Niekorzystne wpływy integracji odczuwali częściej respondenci z małych firm.

Wzrost poziomu kosztów transportu był najwyższy według przedstawicieli firm małych (60%).

Wzrost poziomu kosztów surowców był z kolei najwyższy według osób z firm małych (52%) z branży budowlanej, hoteli i restauracji (ponad 70%).

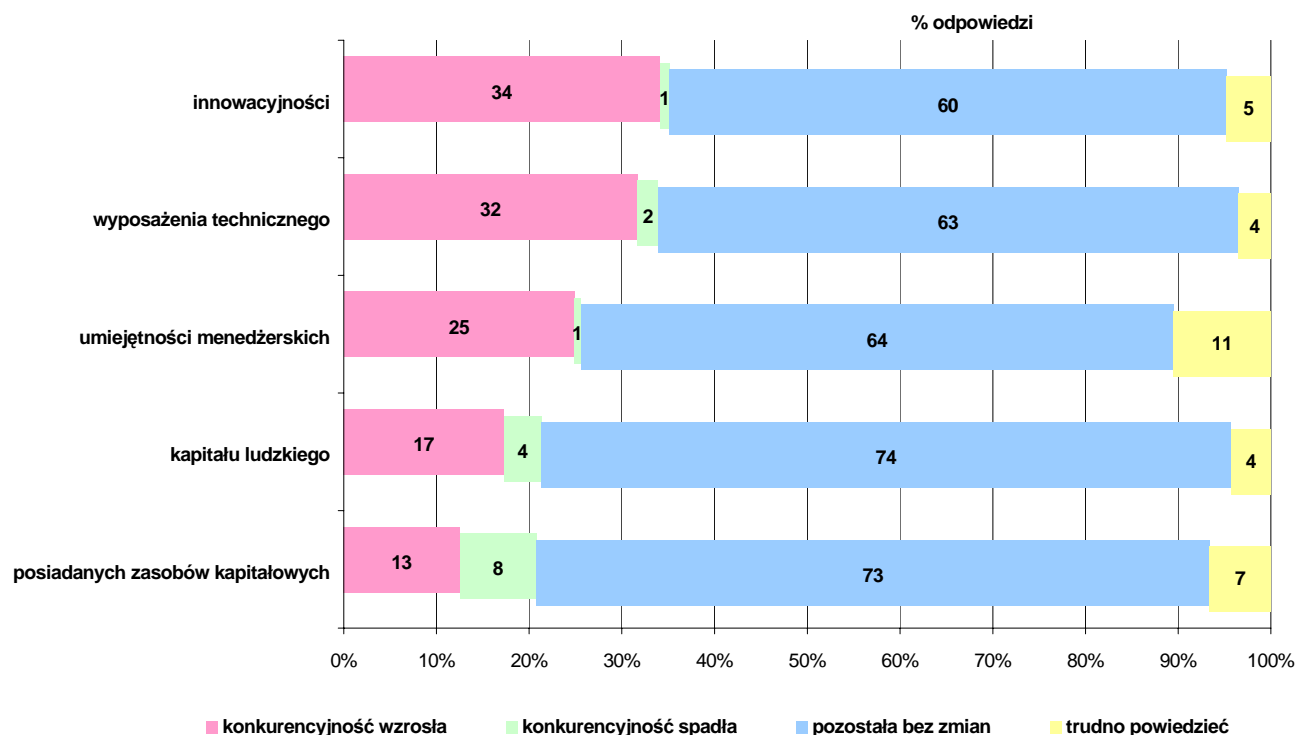
Integracja spowodowała wzrost kosztów stałych według przedsiębiorców z małych firm (42%) z branży hotele i restauracje (63%).

Częściej w opinii osób ze średnich firm integracja jest przyczyną wzrostu konkurencji (42%).

Wzrost kosztów usług bankowych i biznesowych był oceniany podobnie w firmach małych i średnich.

Koszty zatrudnienia wzrosły w firmach małych (21%) z branży transport i łączność (26%).

Jak integracja Polski z UE wpłynęła na poziom konkurencyjności P. firmy w zakresie:
(n=602)

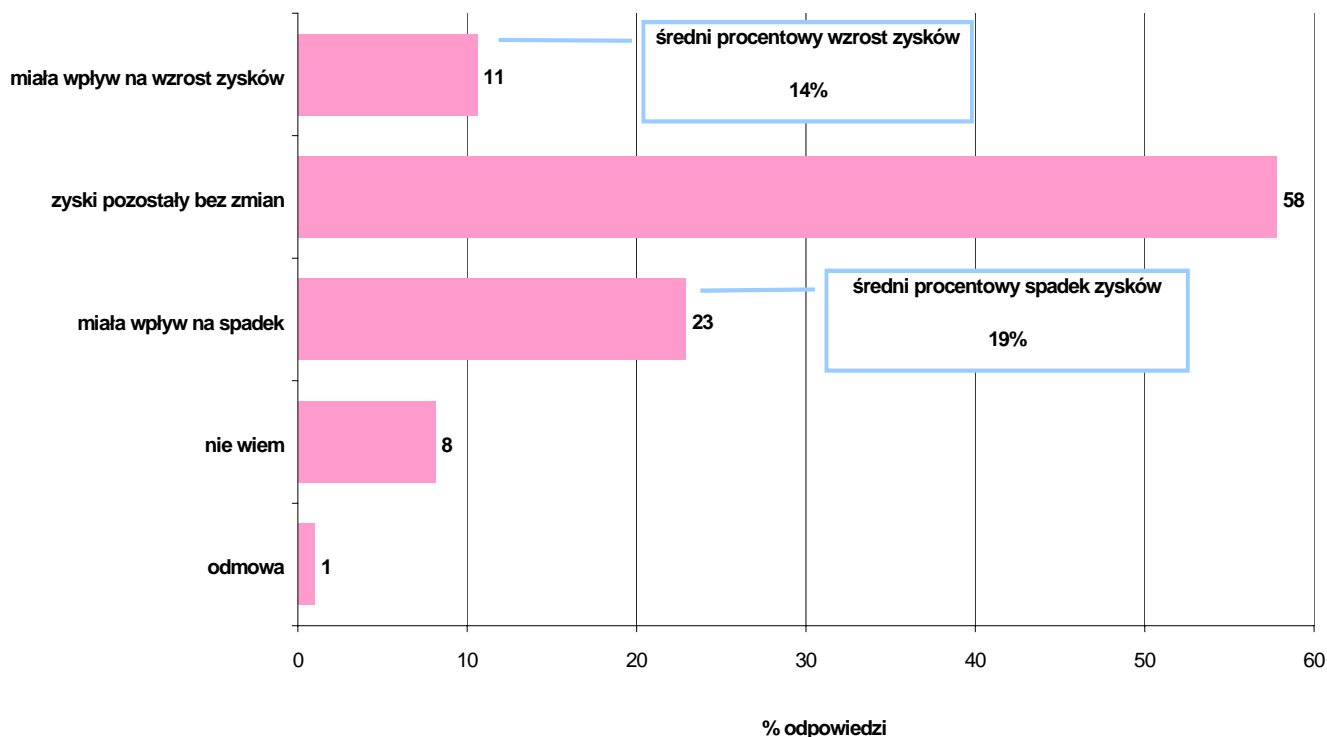


Większość przedsiębiorców jest zdania, że poziom konkurencyjności w poszczególnych zakresach nie uległ żadnym zmianom.

Największy wzrost konkurencyjności w zakresie innowacyjności odnotowały firmy z branży hotele i restauracje (48%), w zakresie wyposażenia technicznego – firmy średnie (42%) z branży produkcyjnej i energetycznej, w zakresie kapitału ludzkiego – firmy średnie (23%) z branży pośrednictwo finansowe i obsługa nieruchomości (28%). W pozostałych zakresach różnice między firmami pod względem wielkości i branży okazały się niewielkie.

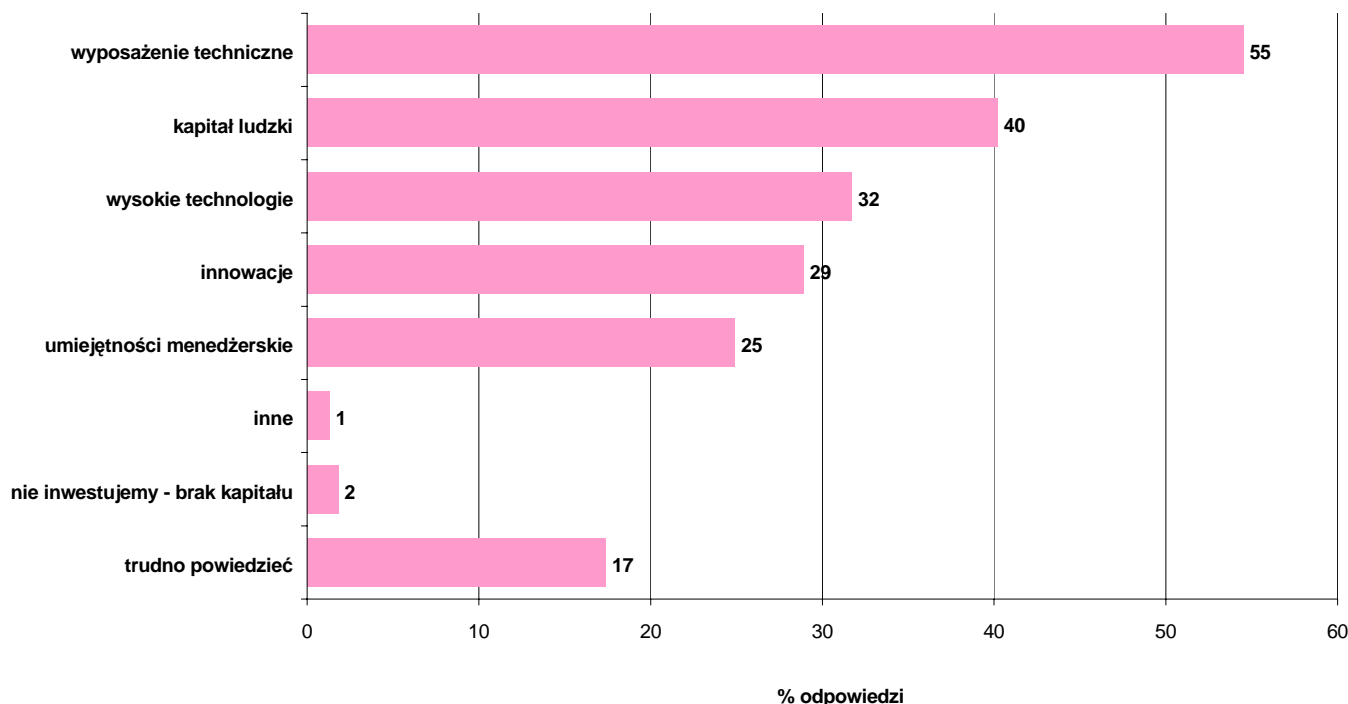
Niewielki odsetek przedsiębiorców wskazywał na spadek konkurencyjności w poszczególnych zakresach.

Proszę określić, czy integracja Polski z UE, w odniesieniu do P. firmy, miała wpływ na zyski.
 (n=602)



Integracja Polski z UE według 58% przedsiębiorców nie miała wpływu na zyski przedsiębiorstwa. Co dziesiąty badany jest zdania, że wejście Polski do UE spowodowało wzrost zysków (średnio o 14%). O wzroście częściej mówili respondenci ze średnich firm (14%), z branży budowlanej (16%). Prawie ¼ (23%) respondentów uważa, że integracja ograniczyła zyski ich firmy (średnio o 19%). Najczęściej tego zdania byli respondenci z małych firm (24%) z branży produkcyjnej i energetycznej (31%) oraz branży hotele i restauracje (30%).

Czy przygotowując się do działania na wspólnym rynku P. firma inwestuje w:
(n=602)



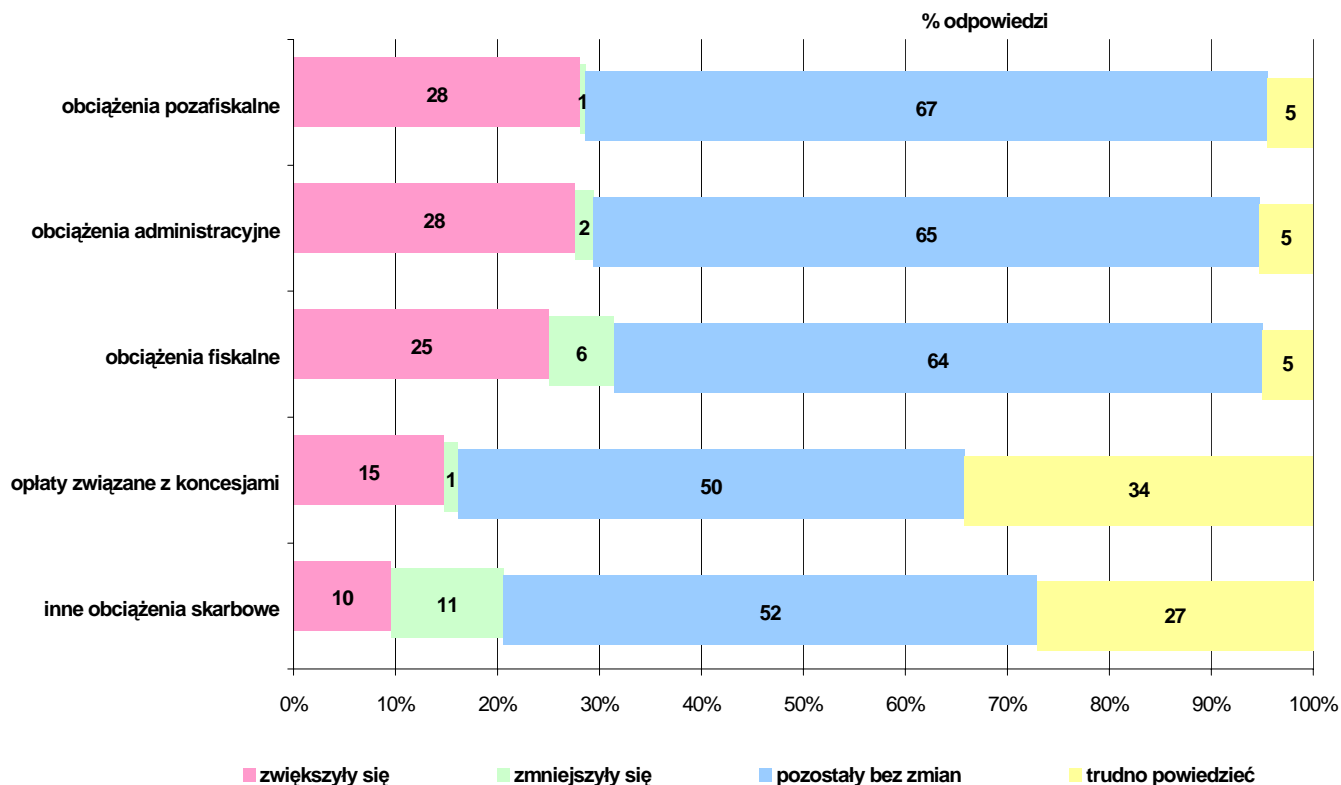
W ponad połowie badanych firm przygotowania do działania na wspólnym rynku oznaczają głównie inwestycje w wyposażenie techniczne (55% wskazań). W wyposażenie inwestują najczęściej firmy z branży hotele, restauracje oraz transport łączność (63%), najrzadziej firmy z branży budowlanej (50%).

Kolejnym obszarem, w który inwestuje 2/5 badanych podmiotów to kapitał ludzki. W kapitał ludzki inwestują głównie firmy średnie (53%), spółki akcyjne i spółki z o.o. (49%) z branży pośrednictwo finansowe i obsługa nieruchomości (45%).

W wysokie technologie zdecydowanie częściej inwestują firmy średnie (47%), niż małe (28%) oraz firmy z branży produkcyjnej i energetycznej (38%).

Pod względem innowacyjności oraz umiejętności menedżerskich najlepiej wypadają firmy z branży hotele i restauracje (37% firm z tej branży inwestuje w ten obszar).

Co sądzą P. o obciążeniach działalności w P. branży w wyniku integracji Polski z UE:
(n=602)



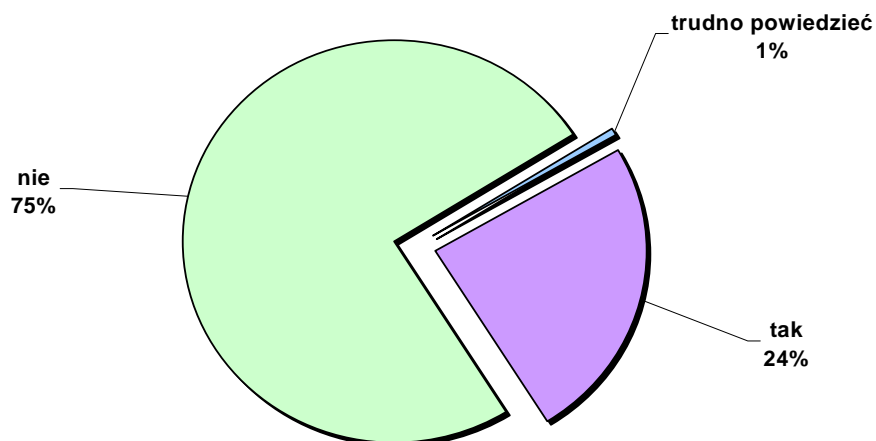
Trzy obciążenia (fiskalne, pozafiskalne i administracyjne) według opinii 2/3 badanych osób nie uległy zmianie po wstąpieniu Polski do UE. Jednocześnie te właśnie obciążenia były najczęściej wskazywane (od 25 do 28%) jako obciążenia, które zwiększyły się. Najczęściej na wzrost opodatkowania wskazywali przedsiębiorcy z branży budowlanej (38%), co jest związane z podatkiem VAT na materiały budowlane.

Na obciążenia pozafiskalne wskazywało niemal dwukrotnie więcej firm małych (30%), niż średnich (17%).

W zakresie opłat związanych z koncesjami i innych obciążeń skarbowych relatywnie najczęściej wybierano odpowiedź „trudno powiedzieć”, co wynika z tego, że są to kategorie specyficzne (opłaty związane z koncesjami dotyczą części firm) lub ogólne (inne obciążenia skarbowe).

POMOC PUBLICZNA

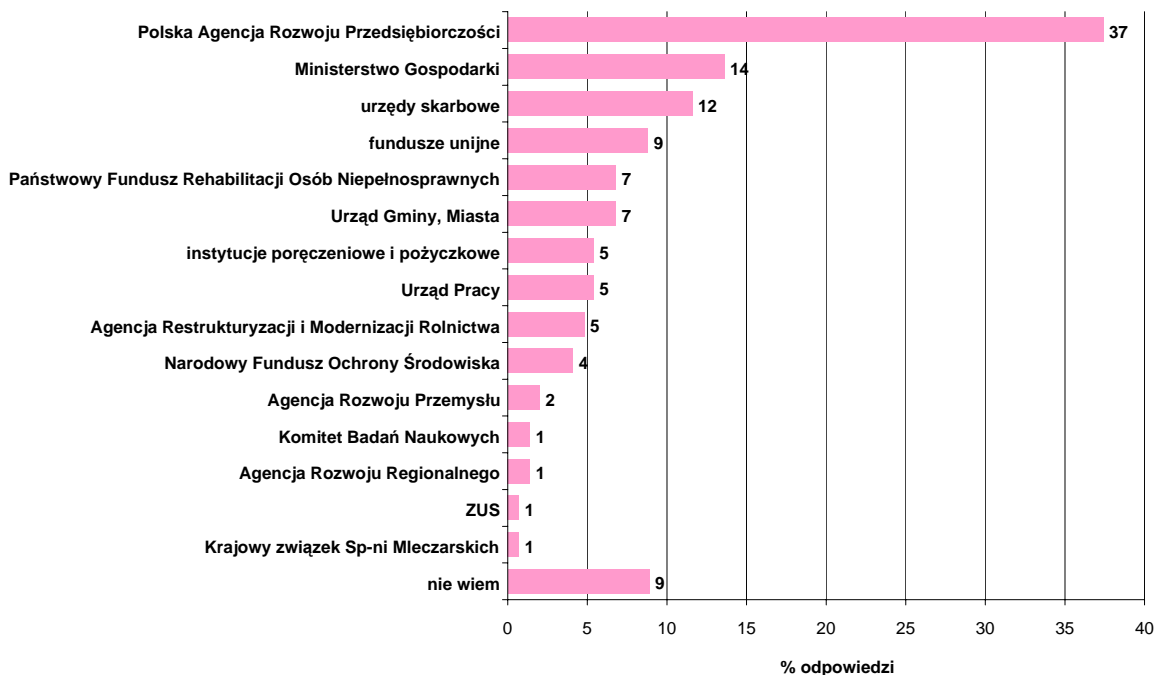
Czy P. firma korzystała z pomocy publicznej w ciągu pięciu ostatnich lat?
 (n=602)



Prawie ¼ firm (24%) uczestniczących w badaniu korzystała w ciągu ostatnich pięciu lat z pomocy publicznej. Korzystanie z takiej pomocy częściej wskazywali przedsiębiorcy ze średnich firm (35%), niż małych (22%). Z pomocy publicznej korzystało 31% firm z branży transport i łączność, 30% - z branży produkcyjnej i energetycznej i tylko 7% - z branży hotele, restauracje.

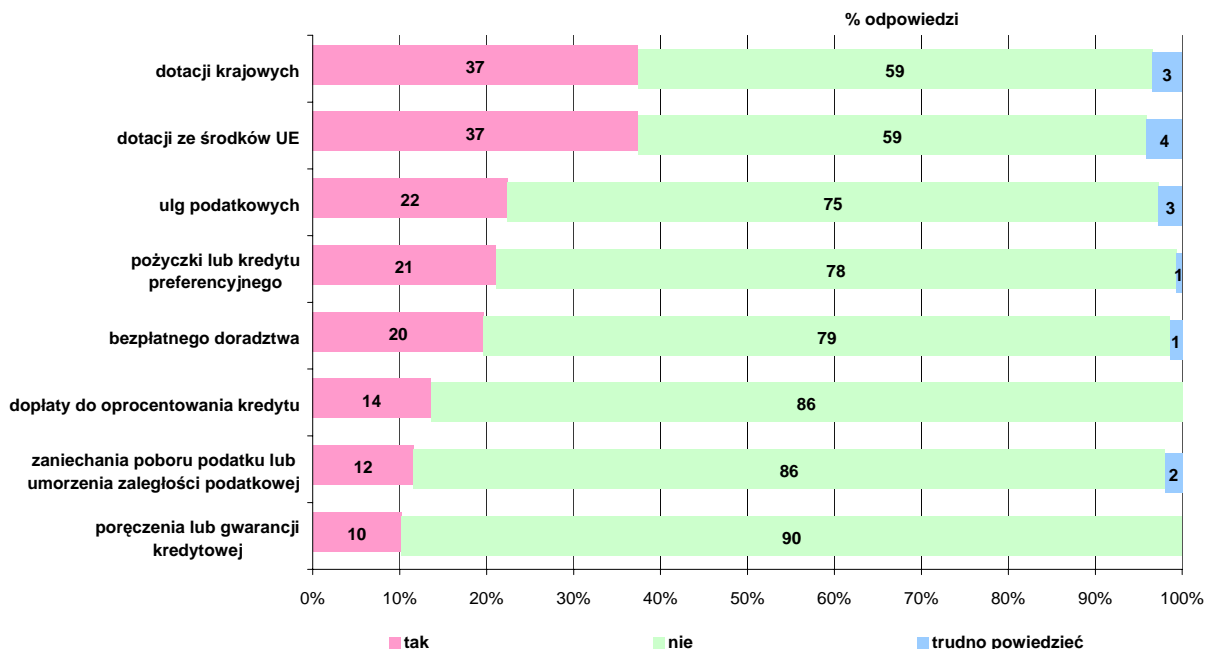
Przedsiębiorcy z badanych firm korzystali zdecydowanie najczęściej z pomocy pochodzącej z Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (37% wskazań). Na dalszej drugiej pozycji znalazło się Ministerstwo Gospodarki (14%), urzędy skarbowe (12%). 9% respondentów spontanicznie udzieliło odpowiedzi fundusze unijne, co nie pozwala zidentyfikować instytucji udzielającej pomocy.

Z jakich instytucji pochodziła pomoc publiczna, z której korzystała P. firma?
 (n=147, korzystający z pomocy w ciągu ostatnich 5 lat)

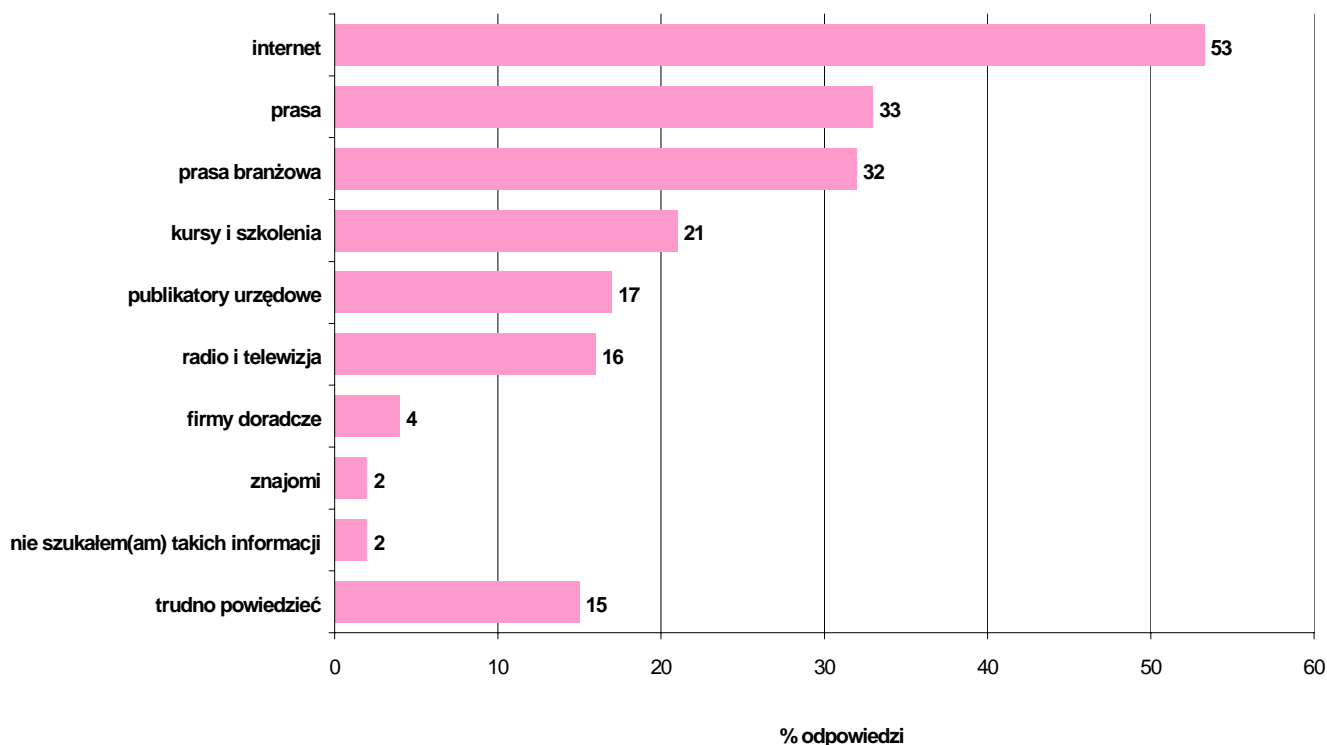


Badane małe i średnie przedsiębiorstwa korzystają najczęściej z dotacji krajowych i unijnych (37%).

Czy P. firma korzystała z pomocy publicznej w formie:
 (n=147, korzystający z pomocy w ciągu ostatnich 5 lat)



**Skąd głównie czerpał(a) P. informacje o możliwości uzyskania pomocy publicznej?
(n=602)**



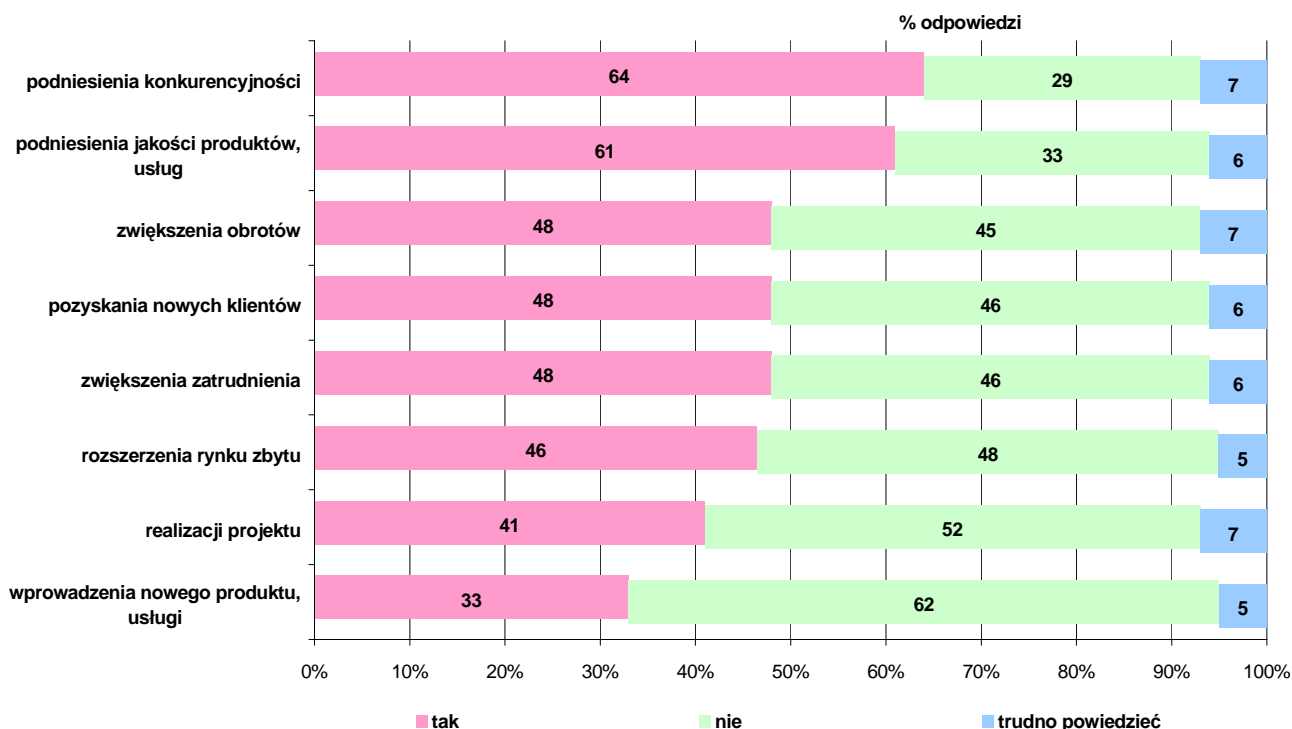
Najpopularniejszym według przedsiębiorców źródłem informacji o możliwości uzyskania pomocy publicznej jest internet (53% wskazań).

Dzienniki i tygodniki wysokonakładowe były wskazywane przez 1/3 respondentów. Podobny odsetek wskazań (32%) uzyskała prasa branżowa.

Co piąty respondent (21%) wiedzę o możliwościach korzystania z pomocy publicznej czerpie z kursów i szkoleń.

Informacje na te temat są poszukiwane przez niemal wszystkich przedsiębiorców, gdyż tylko 2% udzieliło odpowiedzi, że nie szuka takich informacji.

Czy w P. firmie otrzymana pomoc publiczna przyczyniła się do:
(n=147, korzystający z pomocy w ciągu ostatnich 5 lat)



Uzyskana przez polskie firmy pomoc publiczna przyczyniła się przede wszystkim do podniesienia konkurencyjności (64% osób, które korzystały z pomocy) oraz podniesienia jakości produktów i usług (61%).

Konkurencyjność wzrosła w 87% średnich firm i 56% małych oraz 83% firm z branży pośrednictwo finansowe i obsługa nieruchomości.

Jakość produktów i usług wzrosła w 79% średnich i 55% małych firm oraz 73% firm z branży pośrednictwo finansowe i obsługa nieruchomości.

Pomoc publiczna przyczyniła się do zwiększenia obrotów w 67% średnich firm i 41% firm małych.

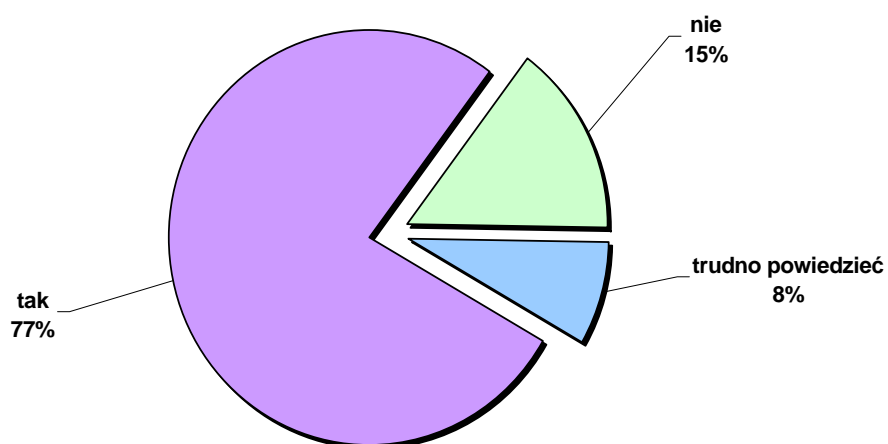
Nowych klientów dzięki pomocy publicznej uzyskało 59% średnich firm i 44% małych firm i 64% firm z branży produkcyjnej i energetycznej.

Uzyskanie pomocy publicznej pozwoliło rozszerzyć rynek zbytu dla 56% średnich i 43% małych firm.

Nowy produkt lub usługę dzięki pomocy publicznej wprowadziło 44% średnich i 30% małych firm.

Czy obecnie lub w najbliższym czasie P. firma zamierza się ubiegać o przyznanie pomocy publicznej?

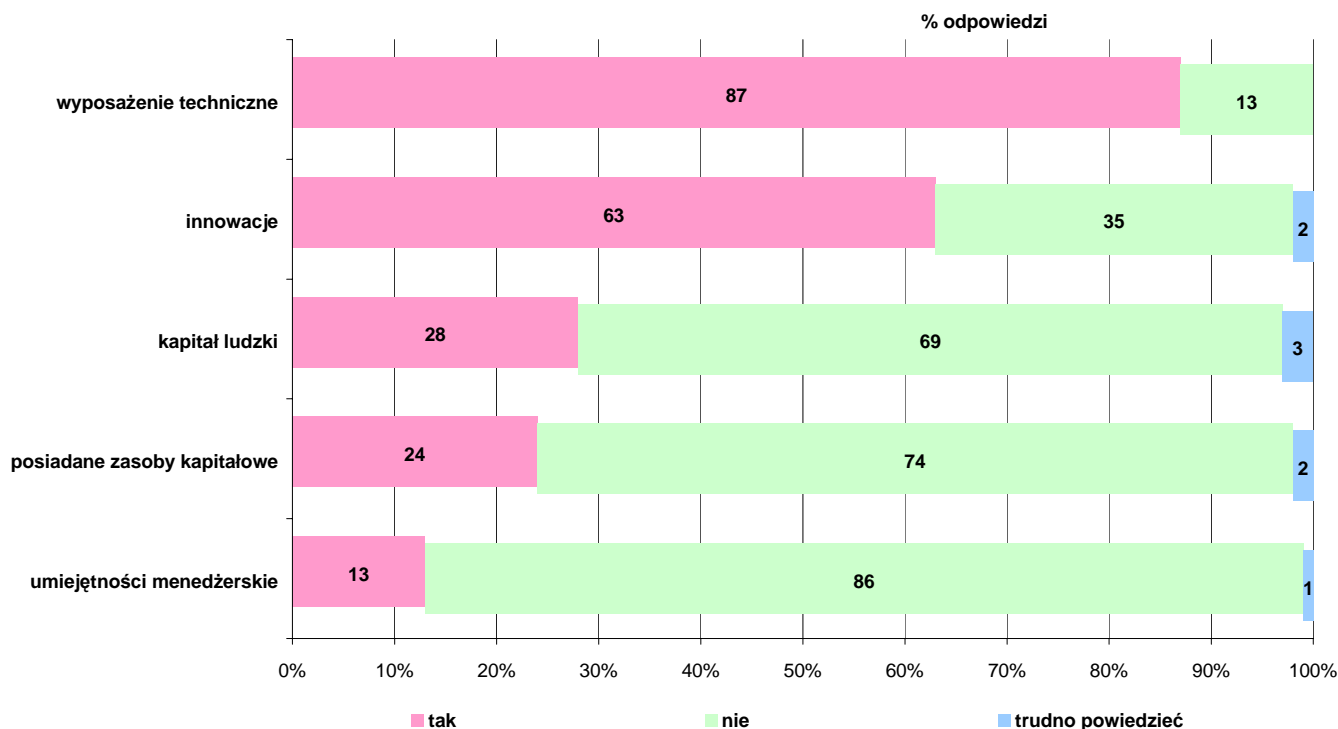
(n=147, korzystający z pomocy w ciągu ostatnich 5 lat)



Większość firm, które korzystały już z pomocy publicznej (77%) ubiega się o ponowne jej przyznanie.

O ponowne przyznanie pomocy publicznej ubiegają się częściej firmy średnie (87%), niż małe (73%).

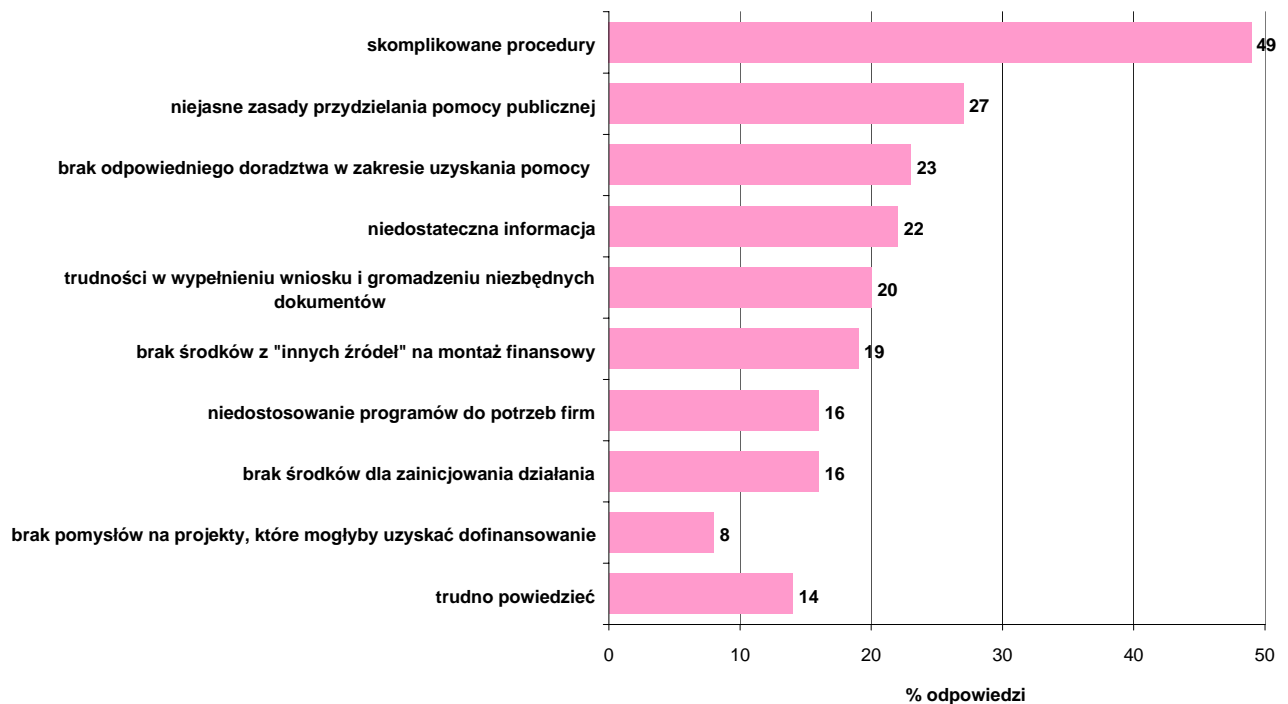
**Na jakie cele chciałyby P. firma przeznaczyć pomoc publiczną w pierwszej kolejności?
(n=113, ubiegający lub planujący ubiegać się o pomoc publiczną)**



Uzyskaną pomoc publiczną firmy przedsiębiorcy planują przeznaczyć najczęściej na wyposażenie techniczne (87%) i innowacje (63%). Dużo rzadziej respondenci wskazywali kapitał ludzki (28%), posiadane zasoby kapitałowe (24%) czy umiejętności menedżerskie (13%).

Pozostałe cele, na jakie badani przeznaczą środki z pomocy publicznej to: nieokreślone bliżej inwestycje (8%), modernizacja zakładu (7%), nowe technologie (6%).

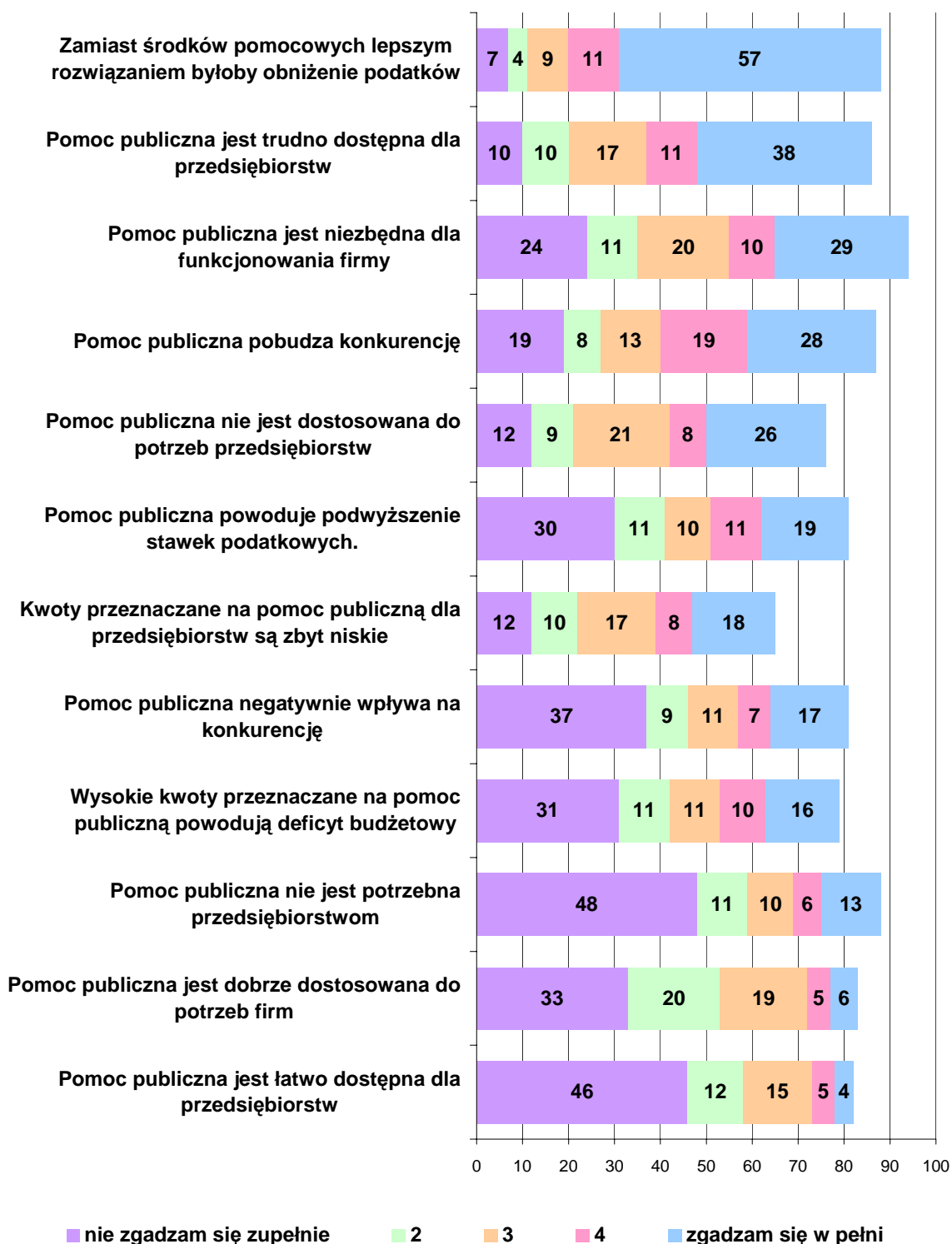
Co P. zdaniem stanowi utrudnienie w korzystaniu z pomocy publicznej?
 (n=602)



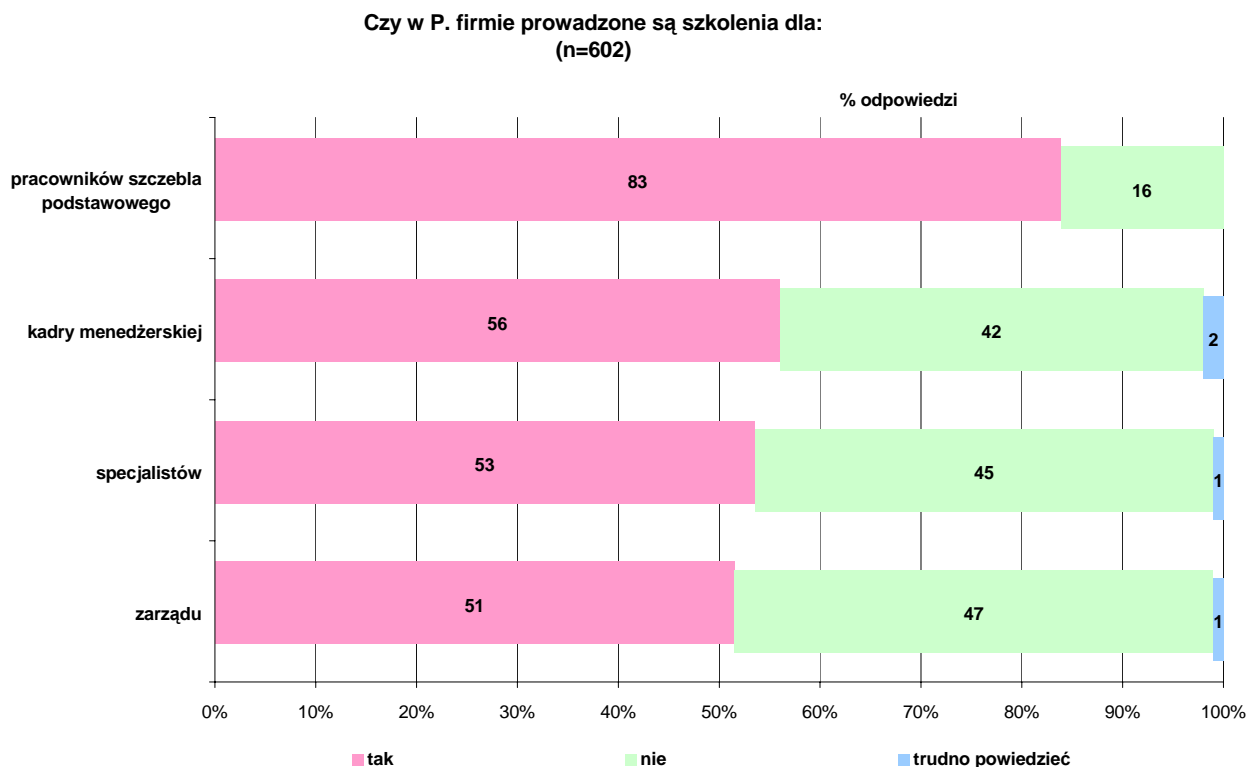
Najważniejszym utrudnieniem w korzystaniu z pomocy publicznej są w opinii przedsiębiorców skomplikowane procedury (tego zdania jest 49% badanych osób). Ponad ¼ respondentów (27%) uważa, że procedury przyznawania pomocy publicznej nie są jasne. Kolejne dwa czynniki utrudniające dostęp do pomocy to brak odpowiedniego doradztwa (23%) i niedostateczna informacja (22%).

Ponad połowa respondentów (57%) zgadza się w pełni z tym, że zamiast środków pomocowych lepszym rozwiązaniem byłoby obniżenie podatków. Liczna część badanych osób (38% wskazań odpowiedzi „zgadzam się w pełni”) jest zdania, że pomoc publiczna jest trudno dostępna. Zbliżony odsetek respondentów zgadza się w pełni (29%), jak również nie zgadza się zupełnie (24%) ze stwierdzeniem, że pomoc jest niezbędna dla firm. Jednocześnie prawie połowa badanych (48%) nie zgadza się zupełnie, że pomoc jest nie jest potrzebna dla firm, co można uznać za niekonsekwencję

Czy zgadza się P. z następującymi stwierdzeniami?
(n=602; wyłączono odpowiedzi "trudno powiedzieć")
% odpowiedzi



SZKOLENIA



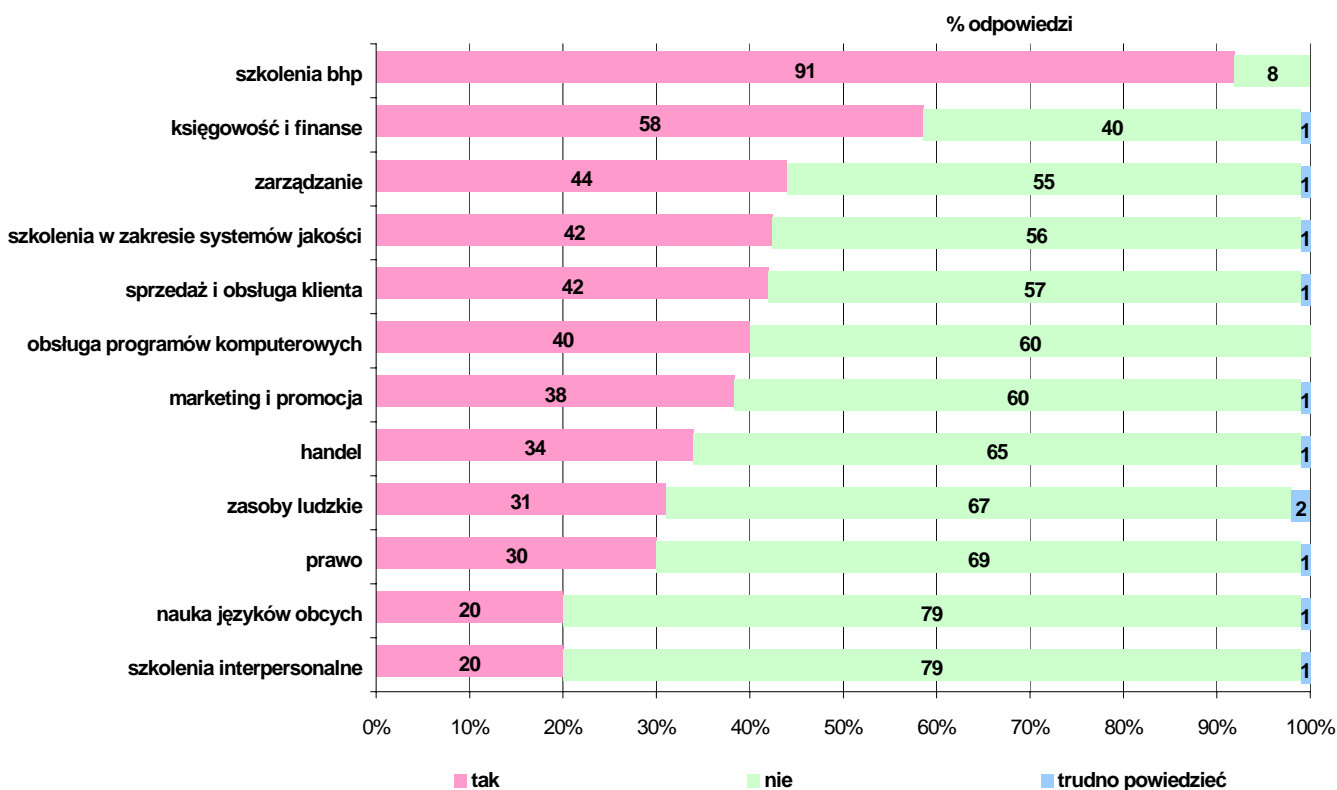
W większości firm prowadzone są szkolenia. Kategorią pracowników najczęściej uczestniczących w szkoleniach są pracownicy szczebla podstawowego (uczestniczy w nich 81% pracowników z małych firm oraz 94% pracowników ze średnich firm).

Kadra menedżerska bierze udział w szkoleniach według deklaracji 78% badanych ze średnich firm oraz 51% z małych firm, najczęściej w branży transport łącznie (69%).

Specjaliści uczestniczą w szkoleniach najczęściej w firmach średnich (78%), z branży pośrednictwo finansowe i obsługa nieruchomości (63%).

Również pracownicy zarządu uczestniczą w szkoleniach częściej w firmach średnich (71%), niż w małych (49%), z branży pośrednictwo finansowe i obsługa nieruchomości (58%).

Czy w ciągu ostatnich dwóch lat pracownicy P. firmy uczestniczyli w szkoleniach z zakresu:
 (n=602)



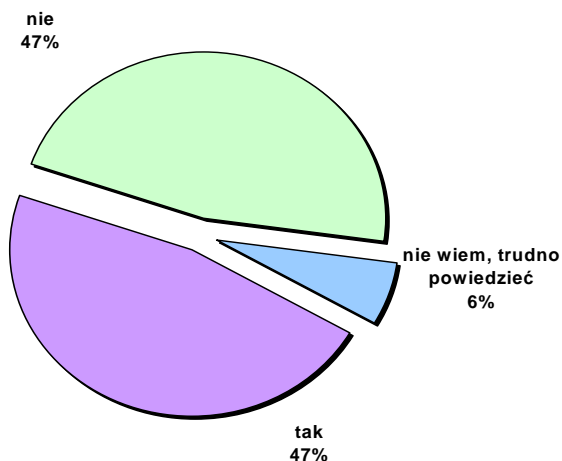
W ciągu ostatnich dwóch lat pracownicy badanych firm uczestniczyli przede wszystkim w szkoleniach z zakresu bhp (91%).

Struktura firm uczestniczących najczęściej w szkoleniach w zależności od branży przedstawia się następująco:

- księgowość i finanse – transport i łączność (74%)
- zarządzanie – transport i łączność (54%), pośrednictwo finansowe i obsługa nieruchomości (53%)
- systemy jakości – branża produkcyjna (56%)
- sprzedaż i obsługa klienta – handel, naprawy (59%)
- marketing i promocja – handel, naprawy (47%)
- handel – handel (54%)
- zasoby ludzkie – pośrednictwo finansowe i obsługa nieruchomości (41%)
- prawo - pośrednictwo finansowe i obsługa nieruchomości (41%) i transport łączność (40%)
- nauka języków obcych – transport i łączność (26%)
- szkolenia interpersonalne - pośrednictwo finansowe i obsługa nieruchomości (28%), transport, hotele, restauracje (26%)

Ogólnie we wszystkich szkoleniach częściej uczestniczyli pracownicy ze średnich firm.

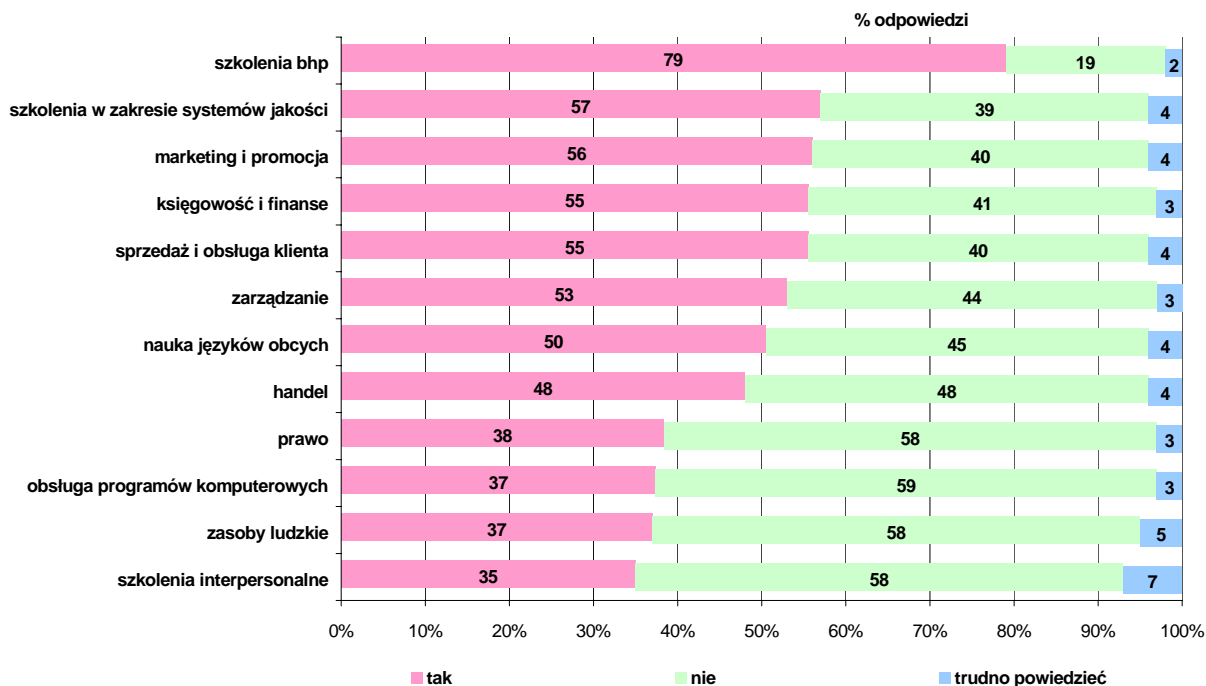
Czy w ciągu ostatnich dwóch lat pracownicy P. firmy uczestniczyli w szkoleniach branżowych?
(n=602)



Prawie połowa respondentów (47%) deklaruowała, że pracownicy ich firm uczestniczyli w ciągu ostatnich dwóch lat w szkoleniach branżowych.

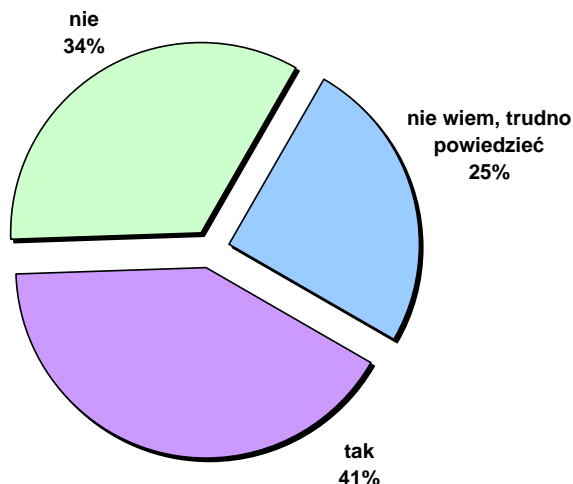
Najważniejsze dla rozwoju firmy w ciągu dwóch najbliższych lat są szkolenia z zakresu bhp (79%). Najmniej istotne dla rozwoju firmy są szkolenia z zakresu prawa (38%), obsługi programów komputerowych (37%), zasobów ludzkich (37%), szkolenia interpersonalne (35%).

Jakiego rodzaju szkolenia może P. wskazać jako niezbędne dla rozwoju P. firmy w ciągu najbliższych lat?
(n=602)



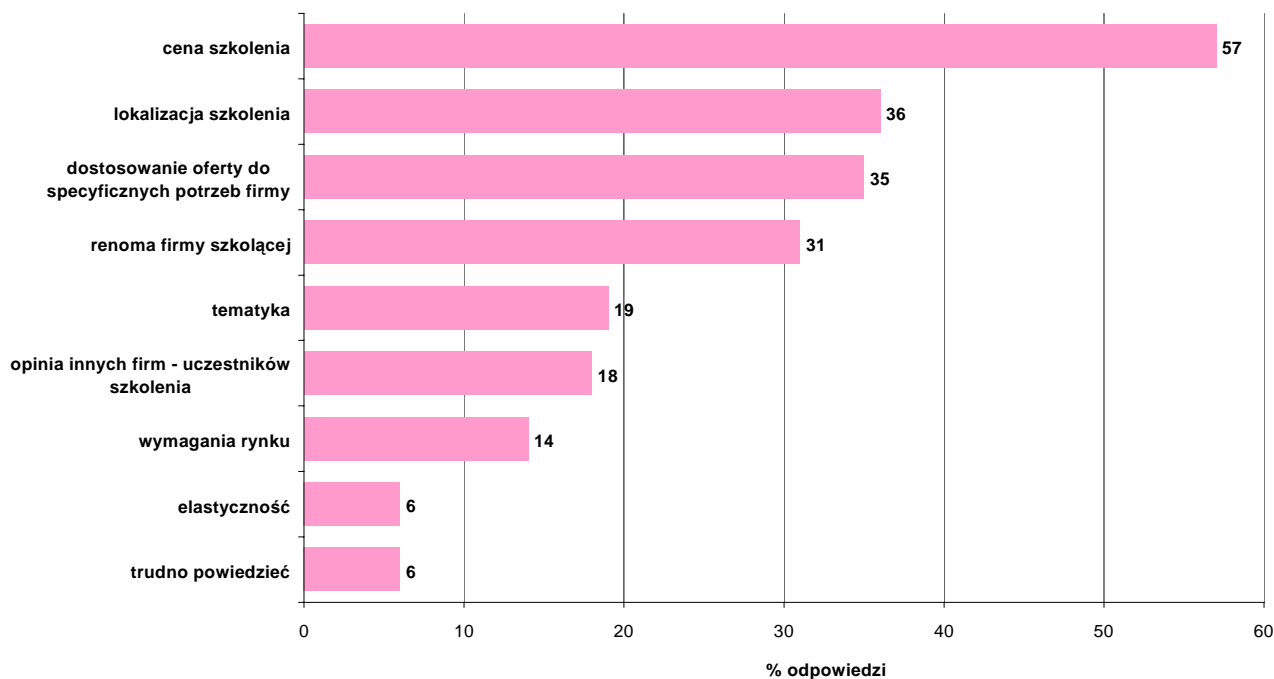
Szkolenia branżowe będą niezbędne w 41% firm (częściej w firmach średnich – 47%, niż małych – 39%).

Czy w ciągu najbliższych lat w P. firmie niezbędne będą szkolenia branżowe?
(n=602)



Najważniejszym czynnikiem uwzględnianym przy wyborze oferty szkoleniowej jest cena. Czynniki ten zdystansował wszystkie pozostałe o ponad 20 punktów procentowych i zyskał 57% wskazań. Trzy kolejne czynniki to: lokalizacja szkolenia (36%), dostosowanie oferty do specyficznych potrzeb firmy (35%), renoma firmy szkolącej (31%).

Jakie czynniki decydują o wyborze oferty szkoleniowej?
(n=602)



Podniesienie konkurencyjności jest podstawowym czynnikiem decydującym o potrzebach szkoleniowych w firmach (61% wskazań). 39% respondentów wskazało strategię rozwoju firmy, a 37% - bieżące potrzeby firmy. Pozostałe czynniki uzyskały znacznie mniej wskazań.

Respondenci ze średnich firm częściej wybierali strategię rozwoju firmy (51%) i przyjęty plan szkoleniowy (23%), niż osoby zatrudnione w małych firm.

Co decyduje o potrzebach szkoleniowych w P. firmie? Proszę wskazać 3 najważniejsze czynniki.
 (n=602)

