

WYNIKI EMPIRYCZNE BAROMETRU RYNKU SZKOLEŃ 2014

Olaf FLAK
Kinga HOFFMANN

Streszczenie:

Artykuł jest drugą częścią opracowania na temat wykorzystania instrumentu szkoleń pracowniczych w przedsiębiorstwach południowej Polski i wyniki Barometru Rynku Szkoleń przeprowadzonego w 2014 r. Artykuł zawiera wyniki badań opisujących wybrane zagadnienia charakteryzujące elementy procesu szkoleniowego, do których należą: potrzeby szkoleniowe, organizowanie szkoleń, prowadzenie szkoleń, charakterystyka szkolenia, ocena efektywności szkoleń. Zaprezentowano argumenty do dyskusji nad uzyskanymi wynikami badań oraz wnioski końcowe.

Słowa kluczowe: potrzeby szkoleniowe, organizowanie szkoleń, prowadzenie szkoleń, charakterystyka szkolenia, ocena efektywności szkoleń

1. Wprowadzenie

Rozwój personelu oznacza wiele różnych działań w organizacji, jednak wszystkie mieszczą się w zakresie zarządzania zasobami ludzkimi. Rozwój kapitału ludzkiego jest obecnie jednym z najważniejszych zadań współczesnych organizacji i prowadzi do rozwoju gospodarki opartej na wiedzy i społeczeństwa informacyjnego. Jednym z obszarów badania przedsiębiorstw w tym zakresie jest ich aktywność szkoleniowa ukierunkowana na pracowników, co jednocześnie obrazuje funkcjonowanie rynku szkoleń.

Artykuł jest drugą częścią opracowania na temat wykorzystania instrumentu szkoleń pracowniczych w przedsiębiorstwach południowej Polski i zawiera wyniki empiryczne Barometru Rynku Szkoleń. W ramach tego projektu badawczego, który w założeniu ma charakter longitudinalny, przeprowadzono pierwszą edycję badań w roku 2014.

Celem głównym niniejszego artykułu jest zaprezentowanie wybranego fragmentu wyników Barometru Rynku Szkoleń w nawiązaniu do pierwszej części opracowania, przedstawiającej podstawy teoretyczne przeprowadzonego badania. Cele szczegółowe, które składają się na cel główny, są następujące:

- przedstawienie struktury badanej grupy przedsiębiorstw,
- zaprezentowanie wybranych aspektów aktywności szkoleniowej, jakie znalazły się w Barometrze Rynku Szkoleń z takich obszarów, jak potrzeby szkoleniowe, organizowanie szkoleń, prowadzenie szkoleń, charakterystyka szkolenia, ocena efektywności szkoleń),
- wskazanie obszarów aktywności szkoleniowej, jakie podlegają badaniu w Barometrze Rynku Szkoleń,
- przeprowadzenie dyskusji wyników na tle innych badań z tego zakresu,
- wskazanie dalszego kierunku badań.

W artykule wykorzystano prezentację danych w postaci tabelarycznej i analizę wskaźnikową danych uzyskanych za pomocą Barometru Rynku Szkoleń. Ze względu na

zakres niniejszego artykułu w każdym z opisywanych obszarów przedstawiono pewną ilość danych w postaci tabelarycznej i opisano tylko najciekawsze zjawiska po jednym dla każdego aspektu aktywności szkoleniowej.

Komplementarnym artykułem jest publikacja pt. „Podstawy teoretyczne Barometru Rynku Szkoleń 2014”, która zawiera podstawy teoretyczne Barometru Rynku Szkoleń w zakresie poruszanym w niniejszym artykule.

2. Struktura badanej grupy przedsiębiorstw

W przeprowadzonym Barometrze Rynku Szkoleń 2014 wzięło udział 96 przedsiębiorstw południowej Polski. Badanie zrealizowano od 1 listopada do 30 grudnia 2014 roku. Była to pierwsza edycja Barometru. Elektroniczny kwestionariusz Barometru Rynku Szkoleń oraz wynikami można zapoznać się na witrynie www.barometry-gospodarki.pl.

Strukturę próby badawczej, która wzięła udział w Barometrze Rynku Szkoleń w roku 2014 przedstawiono w Tab. 1.

Tab. 1. Struktura przedsiębiorstw w 2014 roku

Ilość lat istnienia firmy na rynku	Ilość respondentów	Procentowy udział badanych (%)
do 5 lat	11	11,5
od 6 do 25 lat	49	51,0
od 26 do 50 lat	18	18,8
powyżej 50 lat	7	7,3
brak odpowiedzi	11	11,5
Ogółem	96	100,0
Ilość zatrudnionych w badanej firmie pracowników	Ilość respondentów	Procentowy udział badanych (%)
do 9 pracowników	13	13,5
od 10 do 49 pracowników	13	13,5
od 50 do 249 pracowników	28	29,2
więcej niż 249 pracowników	42	43,8
Ogółem	96	100,0

Źródło: Badania i obliczenia własne.

3. Wyniki Barometru Rynku Szkoleń

3.1. Potrzeby szkoleniowe

W Barometrze Rynku Szkoleń badano cztery kwestie związane z potrzebami szkoleniowymi. Poniżej przedstawiono wyniki odpowiedzi respondentów opisujące dwie z nich. Pierwsza dotyczyła podmiotu realizującego badania potrzeb szkoleniowych w przedsiębiorstwie. Rozkład odpowiedzi w podziale na przedsiębiorstwa różnej wielkości i istniejących różnych czas na rynku został przedstawiony w Tab. 2.

Tab. 2. Podmiot realizujący badania potrzeb szkoleniowych

Kto dokonuje oceny potrzeb szkoleniowych pracowników?		Wielkość przedsiębiorstwa (ilość pracowników)				Liczba lat istnienia firmy na rynku					Ogółem
N=93		do 9	od 10 do 49	od 50 do 249	więcej niż 249	do 5	od 6 do 25	od 26 do 50	powyżej 50	Bd.	
dyrektor personalny	n	2	5	7	5	3	9	5	1	1	19
	%	15,4	41,7	25,9	12,2	27,3	19,6	27,8	14,3	9,1	20,4
specjalista ds. szkoleń	n	3	4	8	21	2	22	5	2	5	36
	%	23,1	33,3	29,6	51,2	18,2	47,8	27,8	28,6	45,5	38,7
przełożony uczestników	n	6	4	13	17	6	20	7	3	4	40
	%	46,2	33,3	48,1	41,5	54,5	43,5	38,9	42,9	36,4	43,0
pracownicy, którzy będą brali udział w szkoleniu	n	1	2	2	4	0	5	2	0	2	9
	%	7,7	16,7	7,4	9,8	0	10,9	11,1	0	18,2	9,7
trener, który będzie prowadził szkolenie	n	4	1	1	3	1	5	0	1	2	9
	%	30,8	8,3	3,7	7,3	9,1	10,9	0	14,3	18,2	9,7

Procenty nie sumują się do 100, ponieważ respondenci mogli udzielić więcej niż 1 odpowiedź.

Źródło: Badania i obliczenia własne.

Jak wynika z analizy danych, przedstawionych w Tab. 2, pracownicy, którzy będą brali udział w szkoleniu mają najmniejszy wpływ na ocenę swoich potrzeb szkoleniowych. Przeciętnie brali udział w tym procesie tylko w 9,7% przypadków. Udział ten jest różny w zależności od wielkości przedsiębiorstwa – najczęściej biorą udział w procesie oceny potrzeb szkoleniowych pracownicy małych firm, a najrzadziej firm mikro i firm średnich. Gdy porówna się ten fakt z udziałem przełożonych w ocenie potrzeb szkoleniowych (średnio w 43% przypadkach) okazuje się, że to nie przyszli uczestnicy określają, czego chcieliby się nauczyć, a ich przełożeni. Jednak, to uczestnicy najczęściej efekty szkolenia, co jest logicznie sprzeczne z tym, iż mają tak mały udział w etapie oceny potrzeb szkoleniowych.

Druga kwestia dotyczyła sposobów badania potrzeb szkoleniowych. Rozkład odpowiedzi w podziale na przedsiębiorstwa różnej wielkości i istniejących różnych czas na rynku został przedstawiony w Tab. 3.

Tab. 3. Sposoby badania potrzeb szkoleniowych

Za pomocą jakich sposobów badane są potrzeby szkoleniowe?		Wielkość przedsiębiorstwa (ilość pracowników)				Liczba lat istnienia firmy na rynku					Ogółem
N=94		do 9	od 10 do 49	od 50 do 249	więcej niż 249	do 5	od 6 do 25	od 26 do 50	powyżej 50	Bd.	
obserwacji pracy pracowników, pracownicy, którzy będą brali udział w szkoleniu	n	6	6	17	12	4	26	5	1	5	41
	%	46,2	50	60,7	29,3	36,4	55,3	27,8	14,3	45,5	43,6

wywiadu z osobami oceniającymi potrzeby szkoleniowe	n	2	2	7	7	1	11	3	2	1	18
	%	15,4	16,7	25	17,1	9,1	23,4	16,7	28,6	9,1	19,1
ankiety przeprowadzonej wśród osób oceniających potrzeby szkoleniowe	n	1	3	3	11	2	5	4	2	5	18
	%	7,7	25,0	10,7	26,8	18,2	10,6	22,2	28,6	45,5	19,1
inny sposób	n	4	2	4	7	1	4	6	3	3	17
	%	30,8	16,7	14,3	17,1	9,1	8,5	33,3	42,9	27,3	18,1
nie wiem	n	3	2	4	9	3	10	2	2	1	18
	%	23,1	16,7	14,3	22	27,3	21,3	11,1	28,6	9,1	19,1

Procenty nie sumują się do 100, ponieważ respondenci mogli udzielić więcej niż 1 odpowiedź.

Źródło: Badania i obliczenia własne.

W przypadku sposobów oceny potrzeb szkoleniowych najczęstsza jest obserwacja pracy pracowników, pracownicy, którzy będą brali udział w szkoleniu (43,6% ogółu odpowiedzi). Zarówno wywiady, jak i ankiety z przyszłymi uczestnikami szkoleń zajmują drugie miejsce (po 19,1% odpowiedzi). Dane te potwierdzają wnioski płynące z kwestii opisanej powyżej, dotyczącej osoby oceniającej potrzeby szkoleniowe. Co ciekawe, tylko w dużych firmach stopień wykorzystania obserwacji pracy pracowników zmniejsza się na korzyść ankiet z pracownikami. Wykorzystanie ankiet zwiększa się też wraz z wiekiem przedsiębiorstwa, co można tłumaczyć tworzeniem się standardów w zakresie zarządzania zasobami ludzkimi wraz z upływem czasu.

3.2. Organizowanie szkoleń

Kolejnych osiem kwestii związanych było z organizowaniem szkoleń. W Tab. 4 i Tab. 5 przedstawiono wyniki odpowiedzi respondentów opisujące dwie z nich. Pierwsza dotyczyła liczebności grup szkoleniowych, a druga częstotliwości szkoleń w firmie.

Tab. 4. Liczebność grup szkoleniowych

Jak liczne są grupy najczęściej korzystające ze szkoleń w Twojej firmie?		Wielkość przedsiębiorstwa (ilość pracowników)				Liczba lat istnienia firmy na rynku					Ogółem
		do 9	od 10 do 49	od 50 do 249	więcej niż 249	do 5	od 6 do 25	od 26 do 50	powyżej 50	Bd.	
N=96											
forma indywidualna	n	0	3	2	3	0	7	1	0	0	8
	%	0	23,1	7,1	7,1	0	14,3	5,6	0	0	8,3
od 2 do 5 osób	n	8	4	6	7	7	11	2	2	3	25
	%	61,5	30,8	21,4	16,7	63,6	22,4	11,1	28,6	27,3	26,0
od 6 do 10 osób	n	3	1	5	15	3	12	3	1	5	24
	%	23,1	7,7	17,9	35,7	27,3	24,5	16,7	14,3	45,5	25,0
od 11 do 15 osób	n	1	1	8	20	2	17	6	1	4	30
	%	7,7	7,7	28,6	47,6	18,2	34,7	33,3	14,3	36,4	31,3
16 lub więcej osób	n	2	5	14	10	1	14	11	4	1	31
	%	15,4	38,5	50	23,8	9,1	28,6	61,1	57,1	9,1	32,3

Procenty nie sumują się do 100, ponieważ respondenci mogli udzielić więcej niż 1 odpowiedź.

Źródło: Badania i obliczenia własne.

Jeśli chodzi o liczebność grup szkoleniowych, ten parametr organizowania szkoleń jest w sposób naturalny ściśle zależny od wielkości przedsiębiorstwa. Jednak można zauważyć dwa ciekawe zjawiska. Najwięcej indywidualnych szkoleń (np. w postaci wysłania pracowników na szkolenia otwarte) odbywa się w małych firmach (23,1% odpowiedzi). W dużych natomiast tego typu szkolenia są wykorzystywane tylko w 7,1% przypadków. Małe firmy wysyłają na szkolenia grupy albo bardzo małe (od 2 do 5 osób) albo bardzo duże (16 i więcej osób), co w tym ostatnim przypadku najprawdopodobniej oznacza wyjazd na szkolenie całej firmy. W dużych firmach preferowane są średnie grupy szkoleniowe (od 11 do 15 osób). Jest tak w 47,6% przypadków.

Tab. 5. Częstotliwość szkoleń w firmie

Jak często odbywają się szkolenia w Twojej firmie?		Wielkość przedsiębiorstwa (ilość pracowników)				Liczba lat istnienia firmy na rynku					Ogółem
		do 9	od 10 do 49	od 50 do 249	więcej niż 249	do 5	od 6 do 25	od 26 do 50	powyżej 50	Bd.	
N=96											
raz w tygodniu	n	0	0	1	1	1	0	0	1	0	2
	%	0	0	3,6	2,4	9,1	0	0	14,3	0	2,1
raz w miesiącu	n	2	4	4	8	2	13	3	0	0	18
	%	15,4	30,8	14,3	19	18,2	26,5	16,7	0	0	18,8
raz na kwartał	n	3	4	9	15	4	11	6	3	7	31
	%	23,1	30,8	32,1	35,7	36,4	22,4	33,3	42,9	63,6	32,3
raz na pół roku	n	2	1	8	4	1	6	4	2	2	15
	%	15,4	7,7	28,6	9,5	9,1	12,2	22,2	28,6	18,2	15,6
rzadziej niż raz na pół roku	n	5	4	6	14	3	19	4	1	2	29
	%	38,5	30,8	21,4	33,3	27,3	38,8	22,2	14,3	18,2	30,2
brak odpowiedzi	n	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1
	%	7,7	0	0	0	0	0	5,6	0	0	1,0
Ogółem	n	13	13	28	42	11	49	18	7	11	96
	%	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Źródło: Badania i obliczenia własne.

W przypadku badania częstotliwości odbywania się szkoleń w firmach można zauważyć dwie tendencje. Po pierwsze, istnieją firmy, które dość często wysyłają pracowników na szkolenia – raz na kwartał. Średnio dzieje się tak w przypadku 32,3% firm. Zjawisko to ma dość podobne natężenie w firmach różnej wielkości, ale w przypadku wieku firmy największy udział stanowią firmy będące na rynku powyżej 50 lat. Po drugie, istnieją firmy – i jest ich podobnie dużo, wśród badanych firm było to 30,2% - które organizują szkolenia rzadziej niż raz na pół roku. W tym przypadku również wielkość firmy nie ma znaczenia, ale tym razem najmniejszy udział mają duże firmy – tylko 14,3%.

3.3. Organizowanie szkoleń

W obszarze prowadzenia szkoleń przebadani cztery aspekty aktywności szkoleniowej firm. W Tab. 6 i Tab. 7 przedstawiono wyniki odpowiedzi respondentów opisujące dwie z nich. Dwie, zaprezentowane poniżej, dotyczą osoby prowadzącej szkolenie oraz metod

wykorzystywanych podczas szkoleń, w jakich uczestniczył respondent.

Tab. 6. Osoba prowadząca szkolenie

Kto najczęściej prowadzi szkolenia w Twojej firmie?		Wielkość przedsiębiorstwa (ilość pracowników)				Liczba lat istnienia firmy na rynku					Ogółem
		do 9	od 10 do 49	od 50 do 249	więcej niż 249	do 5	od 6 do 25	od 26 do 50	powyżej 50	Bd.	
N=96											
trener zewnętrzny (z firmy szkoleniowej itp.)	n	7	11	17	21	6	29	13	5	3	56
	%	53,8	84,6	60,7	50	54,5	59,2	72,2	71,4	27,3	58,3
trener wewnętrzny (pracownik Twojej firmy)	n	2	0	6	22	1	18	4	1	6	30
	%	15,4	0	21,4	52,4	9,1	36,7	22,2	14,3	54,5	31,3
dyrektor personalny	n	0	0	4	2	1	2	2	0	1	6
	%	0	0	14,3	4,8	9,1	4,1	11,1	0	9,1	6,3
bezpośredni przełożony	n	3	1	3	6	4	7	0	0	2	13
	%	23,1	7,7	10,7	14,3	36,4	14,3	0	0	18,2	13,5
jeden z pracowników, który został do tego wyznaczony	n	1	3	4	4	2	5	2	2	1	12
	%	7,7	23,1	14,3	9,5	18,2	10,2	11,1	28,6	9,1	12,5

Procenty nie sumują się do 100, ponieważ respondenci mogli udzielić więcej niż 1 odpowiedź.

Źródło: Badania i obliczenia własne.

Mimo, że osoba trenera zewnętrznego była wymieniana jako najczęstszy szkoleniowiec w badanych firmach (58,3% przypadków), to jednak jest to bardzo zależne zarówno od wielkości firmy, jak i czasu działalności na rynku. W przypadku małych firm szkolenia prowadzi najczęściej trener zewnętrzny (84,6%) albo jeden z pracowników, który został do tego wyznaczony (23,1% przypadków). Natomiast w dużych firmach trener zewnętrzny i trener wewnętrzny występują prawie tak samo często (odpowiednio 50% i 52,4%). Pracownicy raczej nie prowadzą szkoleń, natomiast robi to czasami bezpośredni przełożony (14,3% przypadków). W firmach istniejących dłużej niż 50 lat, najczęściej szkolenia prowadzi trener zewnętrzny (71,4%) lub wyznaczony pracownik (28,6%).

Tab. 7. Metody wykorzystywane podczas szkoleń, w jakich uczestniczył respondent

Jakie metody szkoleniowe stosowano podczas szkoleń, w których uczestniczyłeś/-aś?		Wielkość przedsiębiorstwa (ilość pracowników)				Liczba lat istnienia firmy na rynku					Ogółem
		do 9	od 10 do 49	od 50 do 249	więcej niż 249	do 5	od 6 do 25	od 26 do 50	powyżej 50	Bd.	
N=95											
wykład, lektura treści podręcznikowych	n	5	6	14	13	3	15	10	5	5	38
	%	38,5	46,2	50	31,7	27,3	31,3	55,6	71,4	45,5	40,0
dyskusja, burza	n	3	7	16	22	4	25	9	5	5	48

mózgów i inne metody aktywizujące	%	23,1	53,8	57,1	53,7	36,4	52,1	50	71,4	45,5	50,5
pokazy filmów, dzieł itp.	n	2	3	3	10	3	7	5	2	1	18
	%	15,4	23,1	10,7	24,4	27,3	14,6	27,8	28,6	9,1	18,9
zadania, ćwiczenia, studium przypadku, odgrywanie ról	n	7	8	15	30	10	33	7	3	7	60
	%	53,8	61,5	53,6	73,2	90,9	68,8	38,9	42,9	63,6	63,2
wynikające z obowiązujących aktów prawnych	n	2	0	4	6	0	7	4	1	0	12
	%	15,4	0	14,3	14,6	0	14,6	22,2	14,3	0	12,6

Procenty nie sumują się do 100, ponieważ respondenci mogli udzielić więcej niż 1 odpowiedź.

Źródło: Badania i obliczenia własne.

Okazuje się, że podczas szkoleń w firmach wykorzystuje się dość tradycyjne metody szkoleniowe. Najczęściej stosuje się zadania, ćwiczenia, studium przypadku, odgrywanie ról (63,2% odpowiedzi), zaraz potem dyskusja i burza mózgów (50,5%) oraz wykład (40%). Rzadko wykorzystuje się pokazy filmów, dzieł itp. Co ciekawe, trudno wskazać prawidłowości tego zjawiska w zależności od wielkości i wieku firmy. Można wnioskować, że szkolenia prowadzone są zatem podobnie bez względu na te kryteria.

3.4. Charakterystyka szkolenia

W obszarze charakterystyki realizowanych szkoleń przebadano szesnaście aspektów aktywności szkoleniowej firm. W Tab. 8, Tab. 9, Tab. 10, Tab. 11, Tab. 12, Tab. 13 przedstawiono wyniki odpowiedzi respondentów opisujące sześciu z nich:

- najważniejsze w opinii respondenta elementy związane z realizacją szkolenia,
- charakter szkoleń realizowanych w firmie,
- szkolenia odbywające się najczęściej w firmie,
- tematyka szkoleń, w jakich uczestniczyli pracownicy firmy w ostatnim roku,
- preferowana cena jednodniowego szkolenia otwartego dla jednego uczestnika,
- preferowana cena jednodniowego szkolenia zamkniętego dla grupy 10-15 uczestników.

Tab. 8. Najważniejsze w opinii respondenta elementy związane z realizacją szkolenia

Jakie elementy związane z realizacją szkolenia są według Ciebie najważniejsze?		Wielkość przedsiębiorstwa (ilość pracowników)				Liczba lat istnienia firmy na rynku					Ogółem
		do 9	od 10 do 49	od 50 do 249	więcej niż 249	do 5	od 6 do 25	od 26 do 50	powyżej 50	Bd.	
N=95											
miejsce szkolenia (przestrzeń, oświetlenie, nagłośnienie itp.)	n	3	5	9	6	6	10	5	2	0	23
	%	25	38,5	32,1	14,3	54,5	20,8	27,8	28,6	0	24,2
wyposażenie sali (rzutnik,	n	3	4	10	8	3	10	8	3	1	25

laptop, tablice interaktywne itp.)	%	25	30,8	35,7	19	27,3	20,8	44,4	42,9	9,1	26,3
jakość materiałów dydaktycznych	n	5	7	10	15	4	16	13	2	2	37
	%	41,7	53,8	35,7	35,7	36,4	33,3	72,2	28,6	18,2	38,9
atmosfera szkolenia	n	7	6	18	27	7	27	11	5	8	58
	%	58,3	46,2	64,3	64,3	63,6	56,3	61,1	71,4	72,7	61,1
przydatność ćwiczeń praktycznych	n	5	7	19	27	7	34	10	3	4	58
	%	41,7	53,8	67,9	64,3	63,6	70,8	55,6	42,9	36,4	61,1

Procenty nie sumują się do 100, ponieważ respondenci mogli udzielić więcej niż 1 odpowiedź.

Źródło: Badania i obliczenia własne.

Podobnie jak w przypadku metod szkolenia kwestia najważniejszych elementów związanych z realizacją szkolenia słabo zależy od wielkości firmy oraz czasu istnienia na rynku. Ogólnie rzecz biorąc, uczestnicy przypisują największe znaczenie atmosferze szkolenia i przydatności ćwiczeń praktycznych (obie kwestie otrzymały po 61,1% odpowiedzi). Najmniejsze znaczenie ma miejsce szkolenia oraz wyposażenie sali (odpowiednio 24,2% i 26,3%). Powyższe wyniki są zastanawiające w zestawieniu z wyżej opisywanymi kwestiami związanymi z oceną potrzeb szkoleniowych. Ponownie pojawia się sprzeczność: oceny potrzeb dokonują w większości przypadków przełożenie, a przydatność ćwiczeń podczas szkolenia dokonują podwładni – uczestnicy szkoleń. Bardzo łatwo zatem o niedopasowanie tych dwóch kwestii, co może skutkować złą ogólną oceną szkolenia, podczas gdy początek procesu szkoleniowego (i jego szczegóły) zostają zwykle zainicjowane przez inną osobę, niż osoba oceniająca przebieg szkolenia.

Tab. 9. Charakter szkoleń realizowanych w firmie

Jaki charakter mają aktualnie szkolenia realizowane w Twojej firmie?		Wielkość przedsiębiorstwa (ilość pracowników)				Liczba lat istnienia firmy na rynku					Ogółem
		do 9	od 10 do 49	od 50 do 249	więcej niż 249	do 5	od 6 do 25	od 26 do 50	powyżej 50	Bd.	
N=96											
przyuczenie do pracy po przeniesieniu na inne stanowisko	n	3	2	6	9	4	10	1	2	3	20
	%	23,1	15,4	21,4	21,4	36,4	20,4	5,6	28,6	27,3	20,8
kursy doskonalące dla pracowników	n	9	7	21	34	7	36	14	4	10	71
	%	69,2	53,8	75,0	81,0	63,6	73,5	77,8	57,1	90,9	74,0
kursy doskonalące dla menedżerów	n	2	2	6	18	6	16	2	2	2	28
	%	15,4	15,4	21,4	42,9	54,5	32,7	11,1	28,6	18,2	29,2
kursy proponowane przez pracowników	n	1	2	4	5	1	6	1	3	1	12
	%	7,7	15,4	14,3	11,9	9,1	12,2	5,6	42,9	9,1	12,5
szkolenia obowiązkowe	n	1	5	12	16	2	17	10	4	1	34

wynikające z przepisów prawnych	%	7,7	38,5	42,9	38,1	18,2	34,7	55,6	57,1	9,1	35,4
---------------------------------	---	-----	------	------	------	------	------	------	------	-----	------

Procenty nie sumują się do 100, ponieważ respondenci mogli udzielić więcej niż 1 odpowiedź.

Źródło: Badania i obliczenia własne.

Szkolenia realizowane w minionym roku w firmach, które wzięły udział w badaniu najczęściej miały charakter kursów doskonalących pracowników (74%). W tej grupie relatywnie najwięcej było średnich (81%) i dużych przedsiębiorstw (75%) oraz firm istniejących na rynku powyżej 6 do 50 lat. Niewielkie różnice pomiędzy poszczególnymi kategoriami przedsiębiorstw dają możliwość sformułowania wniosku, iż doskonalenie pracowników jest w większości przypadków najpopularniejszym rodzajem szkoleń realizowanych w badanych przedsiębiorstwach. Drugą pod względem liczebności grupą respondentów były przedsiębiorstwa, w których szkolenia miały charakter obowiązkowych zajęć wynikających z przepisów prawnych (35,4%). Przykładem takich szkoleń są szkolenia bhp czy aktualizujące wiedzę z rachunkowości wśród biegłych rewidentów itp. Uwzględniając stan zatrudnienia w badanych firmach jedynie mikroprzedsiębiorstwa realizują tego typu szkolenia najrzadziej (ok. 8%) w porównaniu do małych, średnich i dużych organizacji (ok. 40%). Szkolenia obowiązkowe realizowane są częściej w firmach istniejących dłużej na rynku. Dane przedstawione w tab. 9 wskazują na tendencję wzrostową wskaźnika procentowego firm realizujących szkolenia obowiązkowe wraz ze wzrostem ilości lat ich istnienia i funkcjonowania na rynku. Około 30% ogółu badanych podmiotów realizuje szkolenia doskonalące kadrę menedżerską, z czego najwięcej jest firm dużych (ok. 43%) oraz młodych, funkcjonujących na rynku do 5 lat (54,5%).

Tab. 10. Szkolenia odbywające się najczęściej w firmie

Jakie szkolenia odbywają się najczęściej w Twojej firmie?		Wielkość przedsiębiorstwa (ilość pracowników)				Liczba lat istnienia firmy na rynku					Ogółem
		do 9	od 10 do 49	od 50 do 249	więcej niż 249	do 5	od 6 do 25	od 26 do 50	powyżej 50	Bd.	
N=96											
e-learningowe szkolenia na stanowisku pracy lub z domu	n	1	2	3	13	0	11	3	1	4	19
	%	7,7	15,4	10,7	31,0	0	22,4	16,7	14,3	36,4	19,8
stacjonarne szkolenie w siedzibie firmy	n	6	8	22	26	7	30	12	6	7	62
	%	46,2	61,5	78,6	61,9	63,6	61,2	66,7	85,7	63,6	64,6
szkolenie wyjazdowe w siedzibie firmy szkoleniowej	n	4	4	6	12	5	14	5	1	1	26
	%	30,8	30,8	21,4	28,6	45,5	28,6	27,8	14,3	9,1	27,1
szkolenia wyjazdowe w ośrodku szkoleniowo-wypoczynkowym	n	2	4	5	11	3	13	4	1	1	22
	%	15,4	30,8	17,9	26,2	27,3	26,5	22,2	14,3	9,1	22,9
kursy popołudniowe lub weekendowe, odbywające się regularnie co najmniej miesiąc	n	0	0	1	1	0	0	1	0	1	2
	%	0	0	3,6	2,4	0	0	5,6	0	9,1	2,1

Procenty nie sumują się do 100, ponieważ respondenci mogli udzielić więcej niż 1 odpowiedź.

Źródło: Badania i obliczenia własne.

Bardziej szczegółowa analiza szkoleń realizowanych w ankietyowanych przedsiębiorstwach pokazuje, że najpopularniejsze były szkolenia stacjonarne w siedzibach firm (64,6%). Analizując odpowiedzi przy uwzględnieniu struktury badanej próby, można powiedzieć, że wielkość przedsiębiorstw nie jest cechą różnicującą procentowy rozkład badanych w poszczególnych grupach. W większości przypadków odsetki ankietyowanych w zakresie tej odpowiedzi są wysokie (powyżej 60 do ok.79%), a tylko wśród mikroprzedsiębiorców wynosi on niewiele ponad 42%, co wytłumaczyć można często brakiem technicznych możliwości realizowania szkoleń w miejscu pracy (mała przestrzeń, konieczność stałego obsługiwanie klientów itp.). Biorąc pod uwagę czas funkcjonowania firm na rynku największy odsetek badanych, którzy realizują szkolenia stacjonarne w swoich siedzibach, to podmioty istniejące od ponad 50 lat (85,7%). Pozostałe przedsiębiorstwa w niemal równym stopniu prowadzą działania szkoleniowe w ten sposób (od 61 do ok. 67%). Szkolenia wyjazdowe realizowane są przez połowę badanych firm, przy czym przewaga jest po stronie szkoleń realizowanych w siedzibach firm szkoleniowych (27,1%). Z takiej formy szkolenia najczęściej korzystają małe i duże firmy istniejące na rynku do 5 lat.

Tab. 11. Tematyka szkoleń, w jakich uczestniczyli pracownicy firmy w ostatnim roku

W szkoleniach o jakiej tematyce uczestniczyli pracownicy Twojej firmy w ostatnim roku?		Wielkość przedsiębiorstwa (ilość pracowników)				Liczba lat istnienia firmy na rynku					Ogółem
		do 9	od 10 do 49	od 50 do 249	więcej niż 249	do 5	od 6 do 25	od 26 do 50	powyżej 50	Bd.	
N=96											
specjalistyczne (np. prawo pracy, obróbka drewna itp.)	n	5	5	7	14	3	14	8	2	4	31
	%	38,5	38,5	25,0	34,1	27,3	29,2	44,4	28,6	36,4	32,6
obsługa klienta, techniki sprzedaży	n	9	5	15	24	6	33	6	2	6	53
	%	69,2	38,5	53,6	58,5	54,5	68,8	33,3	28,6	54,5	55,8
doskonalenie kompetencji kierowniczych	n	0	3	3	15	4	11	3	2	1	21
	%	0	23,1	10,7	36,6	36,4	22,9	16,7	28,6	9,1	22,1
IT	n	1	2	4	7	1	6	3	1	3	14
	%	7,7	15,4	14,3	17,1	9,1	12,5	16,7	14,3	27,3	14,7
umiejętności osobiste	n	0	6	7	11	2	10	7	2	3	24
	%	0	46,2	25,0	26,8	18,2	20,8	38,9	28,6	27,3	25,3

Procenty nie sumują się do 100, ponieważ respondenci mogli udzielić więcej niż 1 odpowiedź.

Źródło: Badania i obliczenia własne.

Najczęściej realizowanym tematem szkoleń w badanych firmach jest obsługa klienta i techniki sprzedaży (55,8%). Jest to zgodne z powszechną i mocno rozwiniętą świadomością wśród przedsiębiorców, dla których orientacja na klienta jest kluczowa w prowadzonej działalności. W tej grupie badanych prym wiodą mikroprzedsiębiorstwa (69,2%), a w dalszej kolejności duże (58,5%) i średnie firmy (53,6). Uwzględniając czas funkcjonowania firm na rynku przeważająca część ankietyowanych to firmy działające od 6 do 25 lat (ok. 69%) oraz młodsze firmy (54,5%). Przedsiębiorstwa, które rozpoczęły swoją działalność

przed okresem transformacji ustrojowej zdecydowanie odstają w tym względzie od pozostałych i im starsze przedsiębiorstwo, tym rzadziej szkoli pracowników z tematyki obsługi klienta. Prawie jedna trzecia badanych szkoli swoich pracowników w obszarze wiedzy i umiejętności specjalistycznych (32,6%). W tej grupie najwięcej jest mikro i małych firm (po 38,5%) oraz firm działających od 26 do 50 lat (44,4%).

Tab. 12. Preferowana cena jednodniowego szkolenia otwartego dla jednego uczestnika

Ile powinno kosztować jednodniowe szkolenie otwarte dla jednego uczestnika?		Wielkość przedsiębiorstwa (ilość pracowników)				Liczba lat istnienia firmy na rynku					Ogółem
		do 9	od 10 do 49	od 50 do 249	więcej niż 249	do 5	od 6 do 25	od 26 do 50	powyżej 50	Bd.	
N=96											
mniej niż lub równo 500 zł	n	10	11	22	31	8	35	16	7	8	74
	%	76,9	84,6	78,6	73,8	72,7	71,4	88,9	100	72,7	77,1
od 501 do 1000 zł	n	3	2	5	9	3	11	2	0	3	19
	%	23,1	15,4	17,9	21,4	27,3	22,4	11,1	0	27,3	19,8
powyżej 1000 zł	n	0	0	1	1	0	2	0	0	0	2
	%	0	0	3,6	2,4	0	4,1	0	0	0	2,1
Brak odpowiedzi	n	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1
	%	0	0	0	2,4	0	2	0	0	0	1,0
Ogółem	n	13	13	28	42	11	49	18	7	11	96
	%	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Źródło: Badania i obliczenia własne.

Tab. 13. Preferowana cena jednodniowego szkolenia zamkniętego dla grupy 10-15 uczestników

Ile powinno kosztować jednodniowe szkolenie zamknięte dla grupy uczestników liczącej od 10 do 15 osób?		Wielkość przedsiębiorstwa (ilość pracowników)				Liczba lat istnienia firmy na rynku					Ogółem
		do 9	od 10 do 49	od 50 do 249	więcej niż 249	do 5	od 6 do 25	od 26 do 50	powyżej 50	Bd.	
N=96											
mniej niż lub równo 2000 zł	n	7	8	10	17	4	20	12	3	3	42
	%	53,8	61,5	35,7	40,5	36,4	40,8	66,7	42,9	27,3	43,8
od 2001 do 4000 zł	n	5	4	16	20	6	23	6	4	6	45
	%	38,5	30,8	57,1	47,6	54,5	46,9	33,3	57,1	54,5	46,9
powyżej 4000 zł	n	1	1	2	4	1	5	0	0	2	8
	%	7,7	7,7	7,1	9,5	9,1	10,2	0	0	18,2	8,3
Brak odpowiedzi	n	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1
	%	0	0	0	2,4	0	2	0	0	0	1
Ogółem	n	13	13	28	42	11	49	18	7	11	96
	%	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Źródło: Badania i obliczenia własne.

Zapytanie o preferencje cenowe dotyczyło dwóch rodzajów projektów szkoleniowych:

otwartych oraz zamkniętych.

W zakresie ceny uczestnictwa jednej osoby w jednodniowym szkoleniu otwartym najczęściej wybierany był najniższy jej poziom tj. do 500 zł (77,1%). Taką tendencję tłumaczyć można faktem, iż w większości przypadków szkolenia takie finansowane są indywidualnie przez zainteresowane osoby. Cena takiego szkolenia zawsze zatem będzie oceniana w relacji do dochodu uzyskiwanego z pracy oraz możliwości uzyskania zwrotu kosztów szkolenia od pracodawcy. Około jednej piątej badanych stwierdziło, że takie szkolenie mogłoby kosztować między 500 a 1000zł. Uwzględniając wielkość przedsiębiorstw nie zauważono znaczących różnic. Kategorie firm, które w zakresie tej odpowiedzi były relatywnie najliczniejsze to małe przedsiębiorstwa (ok. 85%) oraz istniejące na rynku od 26 do 50 lat (ok. 89%).

Szkolenia zamknięte okazały się być wycenione na średnim poziomie (2001-4000 zł) przez większą część ankietowanych (ok. 47%). Niewiele mniej badanych (43,8%) uznało, że adekwatną dla jednodniowego szkolenia dla grupy 10-15 uczestników jest cena 2000zł lub niższa. Niższy poziom cen wybierany był częściej przez mikro i małe przedsiębiorstwa (53,8 i 61,5%) oraz firmy istniejące na rynku dłużej niż 25 do 50 lat (66,7%). Średnią cenę szkolenia najczęściej wskazywały firmy średnie (57,1%) i duże (47,6%) oraz działające na rynku dłużej niż 50lat (57,1) lub bardzo młode o co najwyżej 5-letnim stażu (54,5%).

Interesujące jest to, że tylko pojedynczy respondenci zaznaczali odpowiedzi sugerujące cenę wyższą niż 4000zł. Sugeruje to zjawisko nasycenia rynku usługami szkoleniowymi oraz coraz silniejszą konkurencją cenową między trenerami czy firmami szkoleniowymi.

3.5. Ocena efektywności szkoleń

W obszarze oceny efektywności szkoleń przebadano siedem aspektów aktywności szkoleniowej firm. W Tab. 14 i Tab. 15 przedstawiono wyniki odpowiedzi respondentów opisujące dwóch z nich:

- możliwość oceny szkoleń przez pracowników,
- korzyści odnoszone z tytułu uczestnictwa pracowników w szkoleniach realizowanych przez firmy szkoleniowe.

Tab. 14. Możliwość oceny szkoleń przez pracowników

W jaki sposób pracownicy mogą oceniać szkolenia?		Wielkość przedsiębiorstwa (ilość pracowników)				Liczba lat istnienia firmy na rynku					Ogółem
		do 9	od 10 do 49	od 50 do 249	więcej niż 249	do 5	od 6 do 25	od 26 do 50	powyżej 50	Bd.	
N=86											
anonymowa ankieta po szkoleniu	n	5	8	20	28	7	30	14	4	6	61
	%	41,7	72,7	76,9	75,7	63,6	71,4	82,4	66,7	60,0	70,9
imienna, szczegółowa ankieta opisowa po szkoleniu	n	2	0	1	3	2	3	1	0	0	6
	%	16,7	0	3,8	8,1	18,2	7,1	5,9	0	0	7,0
rozmowa z przełożonym lub pracownikiem działu kadr	n	7	4	9	15	3	21	5	2	4	35
	%	58,3	36,4	34,6	40,5	27,3	50,0	29,4	33,3	40,0	40,7

Procenty nie sumują się do 100, ponieważ respondenci mogli udzielić więcej niż 1 odpowiedź.

Źródło: Badania i obliczenia własne.

Większość badanych zadeklarowała, że w ich przedsiębiorstwach pracownicy mogą oceniać szkolenia, w których biorą udział. Najczęściej wykorzystywanym sposobem w tym zakresie są anonimowe badania ankietowe (70,9%). Formę tą wykorzystują w dużym stopniu wszystkie badane firmy w tej grupie, ale stosunkowo najrzadziej są to mikroprzedsiębiorcy oraz firmy działające na rynku do 5 lat. Sposobem oceny projektów szkoleniowych dość często wskazywanym przez badanych były rozmowy z przełożonymi lub pracownikami działów kadr na temat zrealizowanych szkoleń (40,7%). W tej grupie najczęściej znajdowały się mikrofirmy (58,3%) oraz działające na rynku od 6 do 25 lat (50%).

Tab. 15. Korzyści odnoszone z tytułu uczestnictwa pracowników w szkoleniach realizowanych przez firmy szkoleniowe

Jakie korzyści daje uczestnictwo pracowników w szkoleniach oferowanych przez firmy szkoleniowe?		Wielkość przedsiębiorstwa (ilość pracowników)				Liczba lat istnienia firmy na rynku					Ogółem
		do 9	od 10 do 49	od 50 do 249	więcej niż 249	do 5	od 6 do 25	od 26 do 50	powyżej 50	Bd.	
N=96											
wzbogacanie wiedzy i umiejętności	n	9	12	18	33	8	35	14	6	9	72
	%	69,2	92,3	64,3	78,6	72,7	71,4	77,8	85,7	81,8	75,0
nabywanie doświadczenia zawodowego	n	3	5	9	19	3	22	6	2	3	36
	%	23,1	38,5	32,1	45,2	27,3	44,9	33,3	28,6	27,3	37,5
wzrost motywacji pracowników	n	3	3	12	18	7	19	5	3	2	36
	%	23,1	23,1	42,9	42,9	63,6	38,8	27,8	42,9	18,2	37,5
przybliżanie do awansu	n	0	2	8	7	1	9	5	1	1	17
	%	0	15,4	28,6	16,7	9,1	18,4	27,8	14,3	9,1	17,7
poprawa atmosfery w pracy	n	2	1	3	6	1	10	0	0	1	12
	%	15,4	7,7	10,7	14,3	9,1	20,4	0	0	9,1	12,5

Procenty nie sumują się do 100, ponieważ respondenci mogli udzielić więcej niż 1 odpowiedź.

Źródło: Badania i obliczenia własne.

Niewątpliwie badane firmy dostrzegają korzyści z tytułu uczestnictwa pracowników w szkoleniach. Najczęściej wskazywanym walorem szkoleń jest wzrost wiedzy i umiejętności szkolonych (75%). W tej grupie ankietowanych stosunkowo najwięcej było małych firm (92,3%) oraz przedsiębiorstw o najdłuższym stażu funkcjonowania na rynku (85,7%). Innymi korzyściami wskazywanymi przez badane firmy były wzrost doświadczenia zawodowego oraz motywacji pracowników (po 37,5%). Doświadczenie zawodowe jako wartość uzyskana dzięki szkoleniu dostrzegana była relatywnie najczęściej przez duże przedsiębiorstwa (ponad 45%) oraz firmy, które rozpoczęły swoją działalność na początku okresu transformacji ustrojowej lub nieco później (44,9%). Podmioty zaliczające się do pozostałych kategorii miały niższe odsetki w zakresie analizowanych odpowiedzi, ale różnice te nie są zbyt duże. Rozwój motywacji uzyskiwany dzięki szkoleniu wskazywały

najczęściej firmy średnie i duże (po 42,9%) oraz najmłodsze z biorących udział w badaniu (63,6%). Można powiedzieć, że w tych podmiotach szkolenia stanowią kluczowy element realizacji funkcji motywowania. Z uwagi na rozmiary działalności przybiera ono tam formę systemu, którego założenia stanowią wyraz nowoczesnego podejścia podkreślającego rolę instrumentów motywacji pozapłacowej.

4. Dyskusja nad wynikami badań

W celu oceny wartości wyników barometru rynku szkoleń, odniesiono je do wniosków prezentowanych przez firmę Deloitte w raporcie dotyczącym trendów HR w roku 2014. Z badania przeprowadzonego wśród 2532 liderów biznesu i HR pochodzących z 94 państw wynika, iż szkolenia i rozwój stanowią ważny trend w obszarze zarządzania zasobami ludzkimi. Dodatkowo gotowość firm do stawienia wyzwaniom związanym ze szkoleniami została oceniona na najwyższym względem pozostałych trendów poziomie [1].

Konkluzje wyprowadzone z tego corocznie realizowanego badania pozwalają stwierdzić, iż Barometr Rynku Szkoleń stanowi przydatne i użyteczne narzędzie badania obszaru rozwoju zasobów ludzkich w organizacjach. Dodatkowo warto nadmienić, iż sytuacja w firmach, które wzięły udział w Barometrze odpowiada w dużym stopniu sformułowanym przez grupę 394 respondentów (przedstawicieli firm szkoleniowych, przedsiębiorców oraz trenerów) w roku 2011 prognozom.

Do najważniejszych wniosków z badania „End of financial support”[2] zalicza się fakt, że popyt na szkolenia zależy od zachowań klientów, którzy przyzwyczaili się do niskich cen szkoleń w okresie, kiedy były one finansowane lub współfinansowane przez fundusze europejskie. Zjawiskiem, na które również wskazywali respondenci w roku 2011 był wzrost konkurencji cenowej na rynku szkoleń oraz przewidywania dotyczące najpopularniejszych tematów szkoleń w przyszłości, które jednoznacznie zostały potwierdzone w zrealizowanym trzy lata później Barometrze Rynku Szkoleń [2].

Podsumowując należy stwierdzić, iż wartość informacji pochodzących z badań Barometru rynku szkoleń jest duża, a podniesienie jej możliwe jest dzięki rozszerzeniu próby badawczej w kolejnej edycji badania oraz umiędzynarodowieniu go poprzez współpracę z innymi ośrodkami naukowo-badawczymi.

5. Wnioski

Przedstawione w niniejszym artykule wyniki badań na temat aktywności szkoleniowej przedsiębiorstw w ramach Barometru Rynku Szkoleń na podstawie danych pozyskanych od przedsiębiorstw południowej Polski w okresie od 1 listopada do 30 grudnia 2014 roku. Autorzy w komplementarnym artykule pt. „Podstawy teoretyczne Barometru Rynku Szkoleń 2014” przedstawiają wybrane uwarunkowania teoretyczne, które posłużyły do konstrukcji Barometru Rynku Szkoleń.

Przedstawione w niniejszym artykule wyniki badań są tylko częścią uzyskanych danych. Ze względu na objętość opracowania zaprezentowano 14 z 39 zagadnień, o jakie pytano ankietowe przedsiębiorstwa. Już na podstawie analizy tej niewielkiej części materiału badawczego można stwierdzić duży potencjał, jaki tkwi w badaniu aktywności szkoleniowej polskich przedsiębiorstw. Pomimo, że dane zostały uzyskane od przedsiębiorstw będących odbiorcami usług szkoleniowych, to tworzą one obraz funkcjonowania rynku szkoleniowego w Polsce.

W analizie danych zawartych w tabelach od Tab. 2 do Tab. 15 przedstawiono

najciekawsze zdaniem autorów prawidłowości i zjawiska. Jednakże w oparciu o każdą z tych tabel można wysnuć wiele innych, nie zaprezentowanych w niniejszym artykule wniosków.

W dalszych publikacjach dotyczących wyników Barometru Rynku Szkoleń autorzy zamierzają przedstawić kolejne aspekty działalności szkoleniowej Polskich firm oraz korelacje pomiędzy poszczególnymi działaniami przedsiębiorstw. Zamiarem autorów jest przeprowadzanie badań longitudinalnych o charakterze badań corocznych. Przy wystarczającej dużej próbie badawczej ma to na celu systematyczne gromadzenie wiedzy na temat rynku szkoleń w Polsce.

Literatura

1. Stephan A., Vahdat H., Walkinshaw H., Walsh B.: Trendy HR 2014. Jak przyciągnąć i utrzymać pracowników w XXI wieku. Deloitte, 2014
2. Czernecka M., Milewska J., Woszczyk P., Zawłocki P.: End of Financial Support. Przyszłość rynku szkoleń w Polsce. Łódź, 2011

dr inż. Olaf Flak
Zakład Zarządzania Mediami i Organizacji Produkcji Filmowej i Telewizyjnej
Wydział Radia i Telewizji im. Krzysztofa Kieślowskiego
Uniwersytet Śląski
40-007 Katowice, ul. Bankowa 12
tel./fax: +48 32 258 24 20
e-mail: ja@olafflak.com

Dr Kinga HOFFMANN
Katedra Zarządzania Zasobami Ludzkimi
Uniwersytet Ekonomiczny
40-287 Katowice, 1-go Maja 50
tel./fax.: 32 257 73 50
e-mail: kinga.hoffmann@ue.katowice.pl