PARP
Grupa PFR

Sektorowa Rada
ds. Kompetencji
Usługi Rozwojowe

Badanie potrzeb firm i pracowników Sektora Usług Rozwojowych

w obszarze kompetencji i umiejętności koniecznych do świadczenia usług rozwojowych realizowanych metodami zdalnego dostępu

maj 2020

Autorzy:

Małgorzata Zub

Andrzej Gołoś

Wykonawca:

MCM Institute Poland Sp. z o.o.

al. Niepodległości 80

02-626 Warszawa

Warszawa, 2020

© Copyright: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości

© Copyright: Polska Izba Firm Szkoleniowych

Badanie zrealizowane na grupie przedsiębiorców działających w Sektorze Usług Rozwojowych oraz pozostałych jednostek działających w ramach Sektorowej Rady ds. KUR w ramach projektu pn. „Rada ds. Kompetencji Sektora Usług Rozwojowych" współfinansowanego przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach działania 2.12 - Zwiększenie wiedzy o potrzebach kwalifikacyjno – zawodowych Programu Operacyjnego Wiedza, Edukacja, Rozwój na podstawie umowy Nr UDA-POWR.02.12.00-00-SR17/18 z dnia 09.09.2019 roku o dofinansowanie podpisanej między Polską Izbą Firm Szkoleniowych a Polską Agencją Rozwoju Przedsiębiorczości.

Spis treści

Główne wnioski z badania 4
Profil badanych podmiotów 4
Epidemia – skutki i strategie 4
Potrzeby w zakresie oprogramowania 6
Metodologia 7
Profil badanych podmiotów 8
Podstawowe charakterystyki i oferta usług 8
Podgrupy usługodawców 12
Doświadczenie w realizacji usług w formie zdalnej 14
Potencjalni adresaci wsparcia, a pozostałe podmioty 17
Epidemia – skutki i strategie 19
Zmiany przychodów 19
Strategie 22
Postrzegane bariery w rozwijaniu usług zdalnych 26
Profile potrzeb 32
Potrzeby w zakresie oprogramowania 38
Wprowadzenie 38
Narzędzia do komunikacji z uczestnikami i stosowania metod aktywizujących 41
Narzędzia do przygotowania materiałów dydaktycznych 42
Narzędzia do organizacji usług 43
Szacowanie wysokości wsparcia 47
Szacowanie liczby podmiotów w sektorze firm szkoleniowych i szkoleniowo-doradczych 47
Pozostałe założenia modelu estymacji 48

Główne wnioski z badania

Profil badanych podmiotów

- Wśród zbadanych usługodawców przeważają przedsiębiorstwa szkoleniowe i doradcze.
- Podmioty sektora publicznego stanowiły 10% a pozarządowe i pozostałe – 3%.
- Usługodawcy są bardzo zróżnicowani pod względem wielkości (liczby pracowników) i lat działalności na rynku.
- Najbardziej powszechną oferowaną przez nich formą usług są szkolenia grupowe (85%) i indywidualne (76%), ale 30% prowadzi też kwalifikacyjne kursy zawodowe lub kursy umiejętności zawodowych. Doradztwem i konsultingiem zajmuje się 45% podmiotów, a coachingiem 29%.
- Wyodrębniono trzy podgrupy podmiotów ze względu na rodzaj świadczonych usług: większe podmioty oferujące szkolenia i kursy, często certyfikację, częściej dla klientów indywidualnych (25%); głównie małe (nie mikro), ale też duże podmioty oferujące szkolenia, konferencje i konsulting (24%) oraz podmioty mikro i małe, młode, oferujące szkolenia, doradztwo i coaching, częściej dla biznesu (51%). Tak określony profil różnicuje ich sytuację w okresie pandemii ale nie jest głównym czynnikiem zróżnicowania potrzeb i perspektyw rozwoju.
- Usługodawcy mają najczęściej nieduże doświadczenie w świadczeniu usług w formie zdalnej. Ponad połowa osiągała już przychody z tego tytułu, zwykle niewielkie.
- Przyjmując, że wsparcie na rozwój usług zdalnych powinno trafić do tych, którzy rokują, że faktycznie rozwiną takie usługi, ale zarazem nie poradzą sobie dobrze sami, wyróżniono trzy kategorie podmiotów: „nierokujących", „adresatów wsparcia" i „liderów". Adresatów wsparcia wyróżnia duża aktywność w próbach dostosowania się do zmiany spowodowanej pandemią, umiarkowany poziom kompetencji i wyposażenia cyfrowego oraz raczej niewystarczające środki finansowe by dostosować się samodzielnie.

Epidemia – skutki i strategie

- Kryzys gospodarczy spowodowany pandemią silnie uderzył w Sektor Usług Rozwojowych. W I kwartale 2020 r. nie mniej niż 74% usługodawców odnotowało spadek przychodów w stosunku do I kwartału 2019 r. (u 51% był sto spadek znaczny). Ponadto 78% spodziewa się spadku też w drugim kwartale.
- Kryzys dotknął w zbliżonym stopniu podmioty o różnym profilu działalności, są jednak pewne różnice. Względnie lepiej poradziły sobie podmioty (nie mikro) oferujące szkolenia i konsulting. Najsprawniej swoje usługi przeniosły do sieci szkoły językowe. Dużych problemów zaznali usługodawcy kształcący w zakresie kwalifikacji

i kompetencji mających taką specyfikę, że fizyczna obecność odbiorców jest konieczna, w tym prowadzący kwalifikacyjne kursy zawodowe i coaching.

- Kryzys dotknął silniej tych, którzy oferują szkolenia, warsztaty czy konferencje dla biznesu (b2b). Wynika to wprost z pandemii, ale i stąd, że ich klienci ograniczyli inwestycje w usługi rozwojowe. Branża doradcza została dotknięta kryzysem w trochę mniejszym stopniu, za wyjątkiem przeżywającej duże trudności branży coachingowej.
- Główne przeszkody dla przetrwania i konkurencyjności podmiotów sektora usług rozwojowych, to spadek popytu, powszechna (ale niejednakowo nasilona) trudność w ustaleniu, jakie działania najlepiej podjąć w obecnej sytuacji i wypracowaniu strategii zmiany, a w przypadku części podmiotów także specyfika usług wymagających fizycznej obecności uczestników oraz niski poziom zasobów informatycznych i kompetencji cyfrowych.
- Czynnikami, które do pewnego stopnia łagodzą skutki kryzysu i pomagają utrzymać przychody są kompetencje pozwalające stosunkowo łatwo poszerzyć swoją ofertę, skutecznie ją promować oraz świadczyć usługi zdalne na profesjonalnym poziomie, w tym tworzyć atrakcyjne materiały dydaktyczne adekwatne do form zdalnych. Niezbędne jest do tego posiadanie sprzętu i oprogramowania, ale same zasoby techniczne nie stanowią o przewadze.
- Strategie usługodawców wobec zmian spowodowanych pandemią sią znacznie zróżnicowane. Przeważają starania by rozwijać usługi świadczone w formie zdalnej: 48% badanych podjęło działania przygotowawcze, 44% rozpoczęło świadczenie usług zdalnych, a 16% znacząco rozszerzyło ich skalę. Część podmiotów modyfikuje ofertę usług rozwojowych lub szuka nowych grup klientów (25%). Dość rozpowszechnione są też próby przeczekania pandemii (32%) co jednak nie wyklucza prowadzenia działalności zdalnej przez część „przeczekujących".
- Bardziej aktywnie rozwijają usługi zdalne podmioty z grupy docelowej zidentyfikowanej jako „adresaci wsparcia" (tj. potrzebujący go i zarazem rokujący rozwój usług zdalnych) i ci, których potrzeby w zakresie sprzętu, oprogramowania i kompetencji cyfrowych dotyczą rozwoju i wejścia na wyższy poziom wykorzystania technologii by zapewnić wysoką jakość i znaczącą skalę usług zdalnych. Natomiast ci, których poziom cyfryzacji jest bazowy, mają duże deficyty, ale też niesprecyzowane potrzeby i kierunki działań częściej starają się „przeczekać".
- Są też podmioty bardziej zaawansowane pod względem korzystania z technologii, które w mniejszym stopniu modyfikują swoją ofertę lub rozszerzają usługi zdalne. Podmioty z tej grupy nie mają o wiele większego doświadczenia w świadczeniu usług zdalnych niż pozostali, ale świadczą takie usługi, na które popyt spadł w mniejszym stopniu, a ich poziom kompetencji i wyposażenia wymaga powoduje, że muszą wprowadzić tylko nieduże zmiany je świadczyć w formie zdalnej.
- Blisko 1/3 usługodawców ma bardzo duże deficyty w dziedzinie technologii. Nie wiedzą co robić wobec zmiany wywołanej pandemią i prezentują przekonanie, że „każde wsparcie może się przydać".

- Ze względu na częste trudności w wypracowaniu strategii zmiany oraz zróżnicowane nasilenie potrzeb i często niepogłębione ich rozpoznanie przez usługodawców rekomenduje się dwuetapowe wsparcie dla sektora usług rozwojowych. Pierwszy etap obejmowałby pomoc podmiotom w zdiagnozowaniu warunków działania, posiadanych zasobów i możliwości i określeniu kierunków rozwoju. Drugi etap byłyby adresowany do tych, którzy po pierwszym etapie przedstawią wiarygodne koncepcje i polegałby na zapewnieniu im szkoleń (na zróżnicowanych poziomach dostosowanych do początkowych kompetencji) i narzędzi informatycznych niezbędnych do wdrożenia zmiany.

Potrzeby w zakresie oprogramowania

- Usługodawcy są silnie zróżnicowani pod względem posiadanego oprogramowania, jak i tego, jakie oprogramowanie uważają za przydatne dla nich.
- Dużym zainteresowaniem, przynajmniej na poziomie deklaracji, cieszy się oprogramowanie służące do wzmacniania zaangażowania uczestników spotkań zdalnych i do zdalnej współpracy, np. warsztatów. Jednocześnie niewiele podmiotów już korzysta z takiego oprogramowania, co wynika stąd, że dotychczas go nie potrzebowali, ale również wskazuje na pewną powierzchowność deklaracji.
- Z drugiej strony nawet wśród podmiotów prowadzących szkolenia i warsztaty grupowe aż 26% nie korzysta i uważa że nie potrzebuje narzędzi do wzmacniania zaangażowania uczestników spotkań online, a 25% – narzędzi do zdalnej pracy grupowej. Mozę to wskazywać na niedostrzegane przez nich deficyty kompetencji w zakresie metodyki usług zdalnych.
- Bardzo rozpowszechnione jest zapotrzebowanie na oprogramowanie do utrwalania dźwięku lub obrazu np. w celu uruchomienia podcastu, streamingu treści video, nagrania obrazu pulpitu komputera. Z potrzebą tą idzie w parze zapotrzebowanie na rozwój umiejętności korzystania z takich programów i na niezbędny sprzęt (kamery, mikrofony). Charakterystyka potrzeb wskazuje, że usługodawcy chcieliby przygotowywać dobrej jakości materiały multimedialne do e-learningu. Nieco mniejsze jest zapotrzebowanie na programy do edycji materiałów audio i video, głównie dlatego, że usługodawcy częściej już nimi dysponują.
- Połowa podmiotów chciałaby wdrożyć narzędzia typu LMS (Learning Management Systems) umożliwiające zarządzanie programami edukacyjnymi i procesem nauki. Wskazuje to na chęć rozwijania profesjonalnych usług zdalnych na dużą skalę. Deklaracje w tym obszarze , i częściowo wskazują na cele na przyszłość raczej niż aktualne potrzeby, gdy nie idą w parze z aktualnym potencjałem podmiotów.

Podmioty mają w dużym stopniu wystarczające narzędzia do komunikacji wewnątrz zespołu i do wymiany plików, chociaż niektóre, zwłaszcza te z dłuższymi tradycjami i dotychczas wyspecjalizowane w ofercie zbudowanej nie na technologiach informacyjno-komunikacyjnych

nie mają nawet takich narzędzi. Ponadto usługodawcy mają wątpliwości i potrzeby w zakresie zapewnienia bezpieczeństwa danych o własności intelektualnej.

Metodologia

Badanie przeprowadzono w dniach **21 kwietnia - 8 maja** 2020 r. metodą **CAWI** (internetowych ankiet do samodzielnego wypełnienia). Zaproszenie do ankiety kierowano do firm świadczących usługi rozwojowe. Wykorzystano 3 sposoby dystrybucji ankiet:

- wysyłka zaproszeń do podmiotów figurujących w ogólnodostępnych bazach danych podmiotów rynku usług rozwojowych.
- wysyłka zaproszeń do podmiotów figurujących w Bazie Usług Rozwojowych PARP,
- dystrybucja zaproszenia do ankiety do bazy danych Polskiej Izby Firm Szkoleniowych.

W kwestionariuszu badania zastosowano dwa kryteria, których łączne spełnienie było koniecznym warunkiem zaproszenia do głównej części ankiety. Badane firmy musiały zadeklarować, że w ciągu ostatnich 12 miesięcy osiągały przychody z tytułu świadczenia usług rozwojowych oraz że świadczenie takich usług nie jest marginalnym obszarem ich działalności. W rezultacie zastosowania tych kryteriów ankiety nie ukończyło 36% podmiotów, które ją rozpoczęły.
Ostatecznie uzyskano **940 pełnych ankiet**.

Kwestionariusz badania został podzielony na kilka części:

- W pierwszej - zastosowano kryteria rekrutacyjne,
- W drugiej - pytano opinie dotyczące wpływu wprowadzenia ograniczeń wynikających ze stanu zagrożenia epidemicznego / stanu epidemii na działalność badanych firm,
- W trzeciej - badano potrzeby firm w zakresie wsparcia w obszarze rozwoju kompetencji,
- W czwartej - ustalono profil badanych firm (wszechstronną charakterystykę działalności).

Profil badanych podmiotów

W niniejszych rozdziale przedstawiono charakterystykę zróżnicowania badanych podmiotów ze względu na podstawowe cechy różnicujące potencjał podmiotów, rodzaj świadczonych usług (form kształcenia i wspierania rozwoju), zakres działalności i doświadczenie w realizacji usług zdalnych.

Podstawowe charakterystyki i oferta usług

Tabela 1 Charakterystyka badanych podmiotów – ogółem i w segmentach wyodrębnionych wg rodzaju usług

Pytania	Odpowiedzi	Ogółem	Większe podmioty oferujące szkolenia i kursy, często certyfikację, częściej dla klientów indyw, (25%)	Głównie małe, ale też duże podmioty oferujące szkolenia, konferencje i konsulting (24%)	Podmioty mikro i małe, młode, oferujące szkolenia, doradztwo i coaching, częściej dla biznesu (51%)
Rodzaj usług rozw. realizowanych w ciągu ostatnich 12 miesięcy	Szkolenia, warsztaty lub treningi grupowe	85%	95%	68%	89%
	Szkolenia, warsztaty lub treningi indywidualne	76%	94%	53%	77%
	Konsulting, doradztwo	45%	33%	52%	48%
	Wykłady, odczyty, prelekcje	32%	39%	60%	15%
	Kwalifikacyjne kursy zawodowe lub kursy umiejętności zawodowych	30%	72%	27%	11%
	Konferencje, seminaria	29%	35%	58%	12%
	Coaching	29%	16%	25%	37%
	Mentoring, tutoring	17%	12%	20%	19%
	Walidacja i certyfikacja, formalne potwierdzenie poziomu kompetencji, np. prowadzenie egzaminów potwierdzających kwalifikacje zawodowe, czeladniczych, egzaminów na specjalistyczne uprawnienia lub certyfikaty, walidacja kompetencji zdobytych na drodze nieformalnej	17%	56%	7%	2%
	Panele, dyskusje	14%	15%	40%	2%
	Instruktaże	13%	34%	14%	3%
	Studia podyplomowe i bootcampy	7%	2%	29%	0%
Typ instytucji	Firma szkoleniowa, szkoleniowo-doradcza lub doradcza	72%	63%	71%	78%
	Stowarzyszenie, fundacja	7%	8%	10%	6%
	Podmiot świadczący usługi rozwojowe w ramach działalności dodatkowej	7%	10%	5%	7%
	CKU, CKP lub ODDZ	4%	8%	2%	3%
	Szkoła językowa	3%	5%	1%	4%
	Inna forma działalności	6%	6%	12%	3%
Liczba zatrudnionych ogółem	Jednoosobowa działalność gospodarcza	25%	20%	25%	28%
	1-4 pracowników	36%	34%	28%	40%
	5-9 pracowników	19%	21%	20%	17%
	10-49 pracowników	15%	18%	16%	13%
	50-249 pracowników	4%	5%	7%	3%
	250 pracowników i więcej	1%	1%	4%	0%
Od jak dawna prowadzą działalność zw, ze świadczeniem usług rozw.	Od roku lub krócej	6%	4%	4%	9%
	2-3 lata	24%	23%	18%	27%
	4-5 lat	11%	10%	11%	12%
	6-10 lat	20%	17%	20%	20%
	11-15 lat	16%	19%	13%	17%
	16-20 lat	11%	11%	15%	8%
	21 lat i więcej	12%	16%	18%	8%
Forma własności organizacji	Prywatna	87%	83%	80%	92%
	Publiczna	3%	3%	7%	2%
	Inna (np. organizacja pozarządowa)	10%	14%	13%	6%
Najważniejsi odbiorcy końcowi usług	Klienci instytucjonalni (b2b – np. uczestnicy zamkniętych form szkoleniowych)	53%	43%	55%	58%
	Klienci indywidualni (b2c – np. uczestnicy otwartych form szkoleniowych)	42%	52%	38%	40%
	Inna sytuacja	4%	5%	7%	3%
Usługi rozwojowe (UR) w strukturze	UR to jedyny lub główny rodzaj działalności	56%	49%	56%	59%
	UR to jeden z rodzajów działalności, ale nie marginalny	44%	52%	44%	41%
	N=	940	239	221	480

Źródło: Badanie CAWI podmiotów świadczących usługi rozwojowe.

Wśród badanych podmiotów dominują firmy szkoleniowe, szkoleniowo-doradcze lub doradcze (72%). Podmiotów innego typu jest dużo mniej, i ich udział jest dość zrównoważony. Są to: organizacje pozarządowe (7%), Centra Kształcenia Ustawicznego, Centra Kształcenia Praktycznego lub Ośrodki Dokształcania i Doskonalenia Zawodowego (4%), szkoły językowe (3%).

Pozostałą grupę stanowią reprezentujący inną formę działalności (6%) i podmioty których przedstawiciele zaliczyły siebie do świadczących usługi rozwojowe w ramach działalności dodatkowej (7%). Mimo to aż 44% badanych zadeklarowało, że usługi rozwojowe stanowią tylko jeden z obszarów ich działalności, chociaż nie marginalny a tylko 56% uznało je za główny obszar. Trudno wyjaśnić tak dużą rozbieżność pomiędzy tymi dwiema ostatnimi odpowiedziami. Być może odpowiadając na pytanie o główny lub jeden z wielu rodzajów działalności respondenci odwołali się do swojego głównego kodu PKD. Jest też możliwe, że mieli problem ze zrozumieniem pojęcia „usługi rozwojowe", chociaż otrzymali w kwestionariuszu definicję roboczą: "*Usługi rozwojowe" to szkolenia, kursy, doradztwo, coaching, mentoring, studia podyplomowe i inne formy działań, dzięki którym osoby prywatne mogą rozwijać swoje kompetencje, a pracodawcy – rozwijać kompetencje swoich pracowników*. Poza Rejestrem Usług Rozwojowych i szerzej – nomenklaturą Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji pojęcie to nie jest powszechnie używane, stąd mogło nie być dobrze rozumiane.

Wśród usługodawców dominują przedsiębiorstwa prywatne (87%) ale niemałą grupę stanowią też przedstawiciele trzeciego sektora (10%). Natomiast podmioty sektora publicznego stanowią tylko 3%, czyli nawet mniej niż wszystkie CKP, CKU i ODDZ.

Osoby prowadzące jednoosobową działalność gospodarczą niezatrudniające pracowników stanowią ¼ usługodawców (25%). Przeważają mikro-podmioty zatrudniające od 1 do 9 pracowników (54%), w tym zwłaszcza mniejsze – mające do 4 pracowników (36%). Dość znaczącą grupą są też podmioty mające od 10 do 49 pracowników (15%), a większe podmioty stanowią grupę marginalną (5%).

Zbadana próba jest bardzo zrównoważona pod względem doświadczenia podmiotów na rynku. Z jednej strony 30% z nich funkcjonuje nie dłużej niż 3 lata (w tym 6% nie dłużej niż rok), a z drugiej – 39% działa od 11 lub więcej lat (w tym 12% – od 21 i więcej lat). Występuje też równowaga pod względem głównych grup docelowych: 53% kieruje swoją ofertę głównie do klientów instytucjonalnych (b2b), np. jeśli prowadzą szkolenia, to głównie zamknięte. Natomiast 42% świadczą usługi głównie dla klientów indywidualnych (b2c) np. prowadzą szkolenia otwarte.

Prowadzenie grupowych form kształcenia (szkoleń, warsztatów czy treningów) jest najbardziej powszechną działalnością badanych podmiotów (85%), a niewiele mniej z nich oferuje również kształcenie indywidualne (76%). Oferowanie formy kształcenia ustawicznego właściwych dla systemu oświaty, tj. kwalifikacyjnych kursów zawodowych (KKZ) lub kursów umiejętności zawodowych (KUZ) zadeklarowało 30% badanych podmiotów. Jednocześnie zaledwie 4%

z nich, to CKU, CKP lub ODDZ, a zatem KKZ i KUZ są też często oferowane przez placówki niepubliczne. Niepublicznych placówek kształcenia ustawicznego funkcjonujących w systemie oświaty nie ma jednak wiele[1]. Dlatego nie można wykluczyć, że tę odpowiedź wskazali też przedstawiciele innych podmiotów oferujących szkolenia, a nie kursy zawodowe.

Poszczególne formy i techniki kształcenia lub doradztwa były oczywiście wskazywane rzadziej niż szerokie kategorie – typy usług. Wśród form kształcenia do najczęściej oferowanych, spośród tych o które pytano, należą konferencje i seminaria (29%), a wśród metod doradztwa często jest wykorzystywany coaching (29%). Natomiast, chociaż aż 76% podmiotów oferuje kształcenie indywidualne, to tylko 17% korzysta z takich form, jak tutoring i mentoring. Do rzadko wymienionych należą też panele i dyskusje (14%) oraz instruktaże (13%). Można to zapewne rozumieć tak, że dyskusja czy debata, albo instruktaż, nie są często organizowanym samodzielnym, wydarzeniem – usługą. Przypuszczalnie jako metody dydaktyczne są wykorzystywane częściej w ramach np. szkoleń. Do najrzadziej oferowanych przez badane podmioty form kształcenia należą formy dłuższe i intensywne, ale inne niż KKZ i KUZ, czyli studia podyplomowe i bootcampy (7%). Ponadto 17% podmiotów wskazało, że zajmują się jakąś formą walidacji kompetencji (np. nabytych na drodze nieformalnej) lub ich certyfikacją, np. prowadzeniem egzaminów potwierdzających kwalifikacje zawodowe, egzaminów czeladniczych czy egzaminów na specjalistyczne uprawnienia lub certyfikaty.

Wykres 1 Rodzaje działań, którymi zajmują się badane podmioty

Źródło: Badanie CAWI podmiotów świadczących usługi rozwojowe (N=940).

Badani usługodawcy różnią się też pod względem zakresu zadań, jakie realizują w związku z usługami rozwojowymi. Najczęściej wskazywanym działaniem było dostarczanie usług

[1] 1595 wg Rejestru Szkół i Placówek Oświatowych MEN https://rspo.men.gov.pl/

rozwojowych (84%). Doprecyzowując wskazano respondentom usługi edukacyjne, i być może dlatego tej odpowiedzi nie wskazali wszyscy. Zdecydowana większość przygotowuje treści (zawartość merytoryczną) usług (71%) i materiały dydaktyczne (77%). Rzadziej natomiast przygotowują narzędzia i metody dostarczania usługi (52%) zatem przypuszczalnie połowa korzysta ze sprawdzonych metod i narzędzi. Tylko 2/3 respondentów wskazało jako obszar swoich działań sprzedaż usług i obsługę klientów (67%), co można to uznać za zaskakujące, bo teoretycznie wszyscy usługodawcy się tym zajmują. Nie można więc wykluczyć, że wielu respondentów wskazało na własne zadania a nie zadania całego podmiotu, co utrudnia interpretację odpowiedzi na to pytanie. Tylko po 2/3 badanych wskazało, że ich instytucja zajmuje się projektowaniem nowych produktów i usług (np. nowych typów lub tematów szkoleń) 65% i ewaluacją jakości własnych usług rozwojowych 67%. Jeżeli tak jest rzeczywiście, to mogłoby wskazywać, że znaczna część usługodawców jest w fazie nierozwojowej, nie starają się ani doskonalić, ani rozszerzać oferty, lecz powtarzają działania, w których mają doświadczenie. Jeszcze mniej badanych wskazało, że zajmują się analizą zapotrzebowania rynku na określone usługi (47%). Nie może więc zaskakiwać, że to właśnie w obszarze analizy rynku i możliwości zmiany własnej oferty występują największe potrzeby – co opisano w części poświęconej kompetencjom.

Według deklaracji co najmniej 66% zbadanych podmiotów jest wpisanych do Bazy Usług Rozwojowych (BUR), podczas gdy 23% z nich w niej nie figuruje, a 11% respondentów nie potrafiło odpowiedzieć na to pytanie. Z kolei ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego korzystało, w związku z działalnością w obszarze usług rozwojowych, nie mniej niż 45% badanych podmiotów, natomiast 47% z nich nie korzystało a 8% respondentów nie znało odpowiedzi. Jak wykazała analiza, wcześniejsze korzystanie z EFS ani wpis do BUR nie chronią przed aktualnymi kłopotami przejawiającymi się w spadku przychodów. Raczej przeciwnie – dla podmiotów wpisanych do BUR istotnie częściej niż dla pozostałych dużą barierą rozwijania działalności online jest niski popyt na zdalną formę usług. Natomiast podmioty niewpisane do BUR istotnie częściej dostrzegają u siebie potrzeby rozwinięcia kompetencji w zakresie marketingu w Internecie. Zapewne trafnie, jeśli nie korzystają z tej platformy promocji (być może jej nie znają). Oczywiście podmioty, które korzystały z EFS istotnie częściej figurują w BUR (77% korzystających i 56% niekorzystających) co jest zrozumiałe, bo wpis do bazy jest obecnie warunkiem przyznania wsparcia.

Podgrupy usługodawców

Na podstawie rodzaju oferowanych usług wyodrębniono trzy segmenty (podgrupy) usługodawców. Są to:

1. **Większe podmioty oferujące szkolenia i kursy, często certyfikację, częściej dla klientów indywidualnych (25%)**

Ta grupa, stanowiąca ¼ badanych, to przede wszystkim podmioty oferujące grupowe (95%) i indywidualne (94%) formy kształcenia takie jak szkolenia czy warsztaty. Bardzo często oferują też KKZ i KUZ (72%) i często walidację lub certyfikację kompetencji (56%). Ponadto aż 33% z nich zajmuje się też doradztwem.

Podobnie jak w pozostałych segmentach, także w tej kategorii dominują firmy szkoleniowe (63%), ale ich udział jest tu mniejszy niż w innych segmentach. Natomiast do tej kategorii zaliczono prawie wszystkie CKP, CKU i ODDZ (stanowiące 8% tej grupy). Względnie licznie są też reprezentowane szkoły językowe (5%) i podmioty świadczące usługi rozwojowe w ramach działalności dodatkowej (10%). Oferują one usługi częściej klientom indywidualnym (52%) niż biznesowym. W tej kategorii większy udział, niż w pozostałych kategoriach mają małe przedsiębiorstwa (ale nie mikro-) oraz podmioty z wieloletnim doświadczeniem. Względnie wysoki jest wśród nich udział przedstawicieli trzeciego sektora.

2. **Głównie małe, ale też duże podmioty oferujące szkolenia, konferencje i konsulting (24%)**

Również blisko ¼ stanowią podmioty, wśród których znaczna część oferuje szkolenia lub warsztaty grupowe (68%) i indywidualne (53%). Wiele z nich organizuje konferencje i seminaria (58%), a połowa oferuje doradztwo lub konsulting (52%), a 25% – coaching. Ponadto, chociaż KKZ i KUZ nie są usługą często prze nie oferowaną, to oferuje je 27% z nich. Podobny odsetek (29%) prowadzi bootcampy lub studia podyplomowe.

W tej grupie 71% podmiotów określiło się jako firmy szkoleniowe, doradcze lub szkoleniowo-doradcze, jednak dość liczne są też organizacje pozarządowe (12%) i podmioty niezaliczające siebie do żadnej z wymienionych form (12%). Jest to to więc zbiorowość dość silnie zróżnicowana. W tej kategorii znajdują się podmioty, których profil, pod względem liczby pracowników, przypomina ogół badanych podmiotów. Z jednej strony 25% to jednoosobowe działalności gospodarcze, z drugiej jednak 10% stanowią podmioty zatrudniające 50 i więcej pracowników. Względnie wysoki jest wśród nich udział placówek publicznych (7%) i trzeciego sektora (13%). Tę grupę wyróżnia też najczęściej długie doświadczenie, a 34% z nich istnieje na rynku od nie mniej niż 16 lat. Swoje usługi kierują zdecydowanie częściej do klientów instytucjonalnych (55%) niż indywidualnych (38%).

3. Podmioty mikro i małe, młode, oferujące szkolenia, doradztwo i coaching, częściej dla biznesu (51%)

Największą grupę (51%) tworzą podmioty oferujące szkolenia i warsztaty grupowe (89%) i indywidualne (77%), doradztwo (48%) i niewiele rzadziej coaching (37%), a zarazem niemal nie oferujące form zinstytucjonalizowanych, takich jak KKZ i KUZ czy o dużej skali (konferencje). Stosują natomiast mentoring i tutoring (19%) niewiele rzadziej, niż poprzednia grupa.

Większość z nich, to młode mikroprzedsiębiorstwa. Wprawdzie jednoosobową działalność gospodarczą bez pracowników prowadzi 28% z nich, a więc nie wiele więcej niż wśród ogółu badanych, ale 40% zatrudnia od 1 do 4 pracowników, a tych mających ich co najmniej 50 jest zaledwie 3%. Aż 36% z nich działa na rynku nie dłużej niż 3 lata. Kierują swoją ofertę częściej do klientów instytucjonalnych (58%) ale nierzadko też do osób.

Szczególną podgrupę badanych (25%) stanowią **osoby samozatrudnione niezatrudniające pracowników**. Są to często młode firmy – 39% z nich działa nie dłużej niż 3 lata. Wyróżnia je wiele cech charakterystycznych. W szczególności, istotnie częściej w porównaniu do większych podmiotów są to **firmy szkoleniowe, doradcze lub szkoleniowo-doradcze (86%)**, koncentrujące na usługach **dla klientów instytucjonalnych (58%)**. Według deklaracji bardzo często oferują walidację i certyfikację kompetencji np. prowadzą egzaminy (58%), ale zważywszy, że działają w pojedynkę można mieć wątpliwości, czy każdy z nich rzeczywiście zrozumiał wskazane stwierdzenie. Często też oferują szkolenia grupowe (79%), indywidualne (73%) i instruktaże (61%). Istotnie częściej od większych podmiotów znajdują się na pierwszym etapie wykorzystanie technologii informacyjno-komunikacyjnych (30%): **korzystają z podstawowych narzędzi, ale nowoczesne technologie nie są instrumentem przy pomocy którego chcą konkurować**. Osoby samozatrudnione oferują różnorodne rodzaje usług. Jedyną usługą specyficzną, oferowaną najczęściej właśnie przez osoby prowadzące jednoosobową działalność (34%) i przez największe firmy (33%) a rzadziej przez podmioty małe i średnie, jest coaching. Zatem samozatrudnieni, **są to często coachowie**.

Osoby samozatrudnione niezatrudniające pracowników wymagają szczególnej uwagi w planowanym programie wsparcia. Mają one **największe deficyty zarówno w obszarach kompetencji, jak i sprzętu i oprogramowania,** i sami dostrzegają, że te braki są dla nich poważnymi przeszkodami w rozwijaniu usług zdalnych. Jednocześnie ich przychody (podobnie jak przychody małych firm) istotnie bardziej zmalały w pierwszym kwartale 2020 r. niż przychody podmiotów średnich i dużych. Zarazem to wśród samozatrudnionych jest najwięcej (35%) starających się przeczekać pandemię. Wprawdzie również wśród nich jest dużo podejmujących przygotowania do rozpoczęcia lub znaczącego rozszerzenia skali usług rozwojowych świadczonych w sposób zdalny (49%), jednak istotnie mniej jest wśród nich podmiotów, które już rozpoczęły lub rozszerzyły świadczenie usług w formach zdalnych. Zarazem są bardzo często (83%) zdania, że niski popyt na ich usługi jest dla nich barierą w rozwijaniu usług zdalnych. Samozatrudnieni są więc najsłabszą grupą usługodawców. **Mając niższy potencjał, tak pod względem kompetencji, jak wyposażenia, koncentrując się na określonym rodzaju działalności** (i nie mając swego rodzaju bufora wynikającego z jej

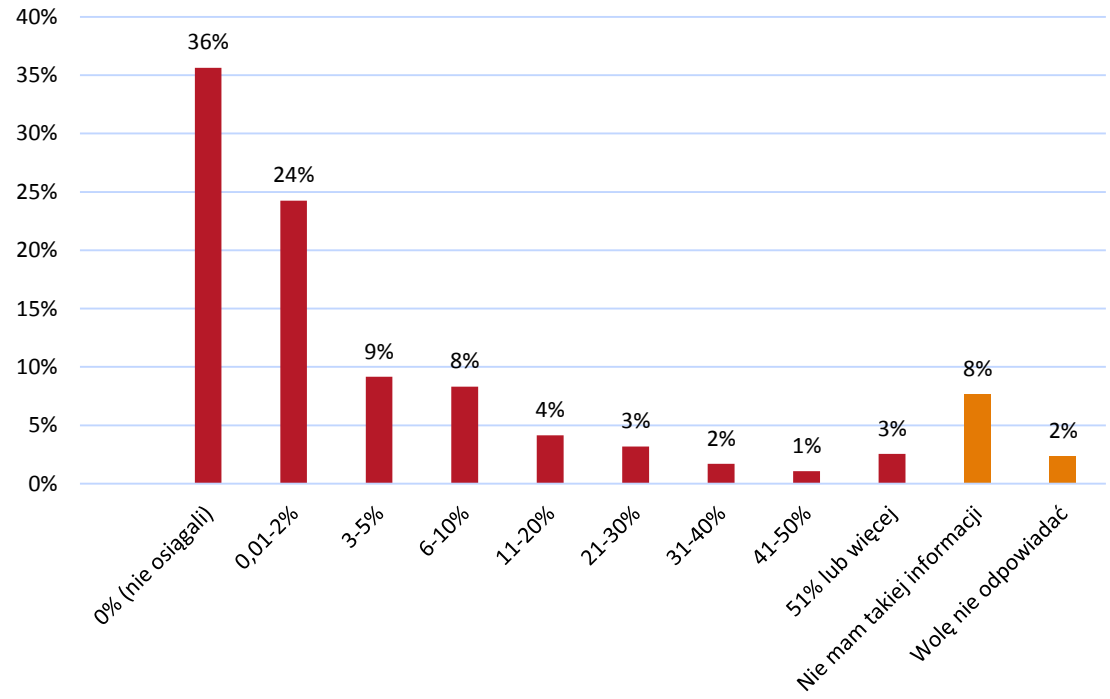
dywersyfikacji) i **wykonując wszystkie zadania samodzielnie, ustępują pola silniejszym i bardziej konkurencyjnym podmiotom, które szybciej dostosowują się do skutków pandemii**.

Na dodatek wielu z nich świadczy **usługi coachingowe**, które opierają się na bezpośrednim kontakcie i wprawdzie w sensie technicznym mogą łatwo przebiegać zdalnie (przez videokomunikator) bez większych inwestycji w wyposażenie, ale mogą być poprzez to mniej skuteczne. Przede wszystkim zaś z perspektywy klientów mogą być postrzegane jako drugorzędne i podlegające oszczędnościom w sytuacji, gdy sami klienci mają kłopoty wskutek pandemii. Spadek popytu jest postrzegany jako kluczowa, niemożliwa do pokonania bariera przez aż 41% podmiotów świadczących usługi coachingowe. Tak wysoką częstość wskazań odnotowano w przypadku niewielu innych typów usług (tutoring i mentoring oraz studia podyplomowe i bootcampy).

Doświadczenie w realizacji usług w formie zdalnej

Wiele podmiotów świadczących usługi rozwojowe ma doświadczenia, choć najczęściej niewielkie, w świadczeniu usług w formie zdalnej. Świadczy o tym to, że co najmniej 54% usługodawców osiągało w ciągu ostatnich miesięcy przychody z usług świadczonych w formie zdalnej. Jednocześnie co najmniej 36% usługodawców w ogóle nie uzyskiwała przychodów z usług świadczonych w formie zdalnej. Usługodawcy, którzy osiągali takie przychody, są bardzo zróżnicowani pod względem udziału tych przychodów w całości przychodów podmiotu. W zdecydowanej większości przypadków usługi zdalne miały jednak charakter uzupełniający.

Wykres 2 Przychody z usług realizowanych w formie zdalnej w 2019 r.



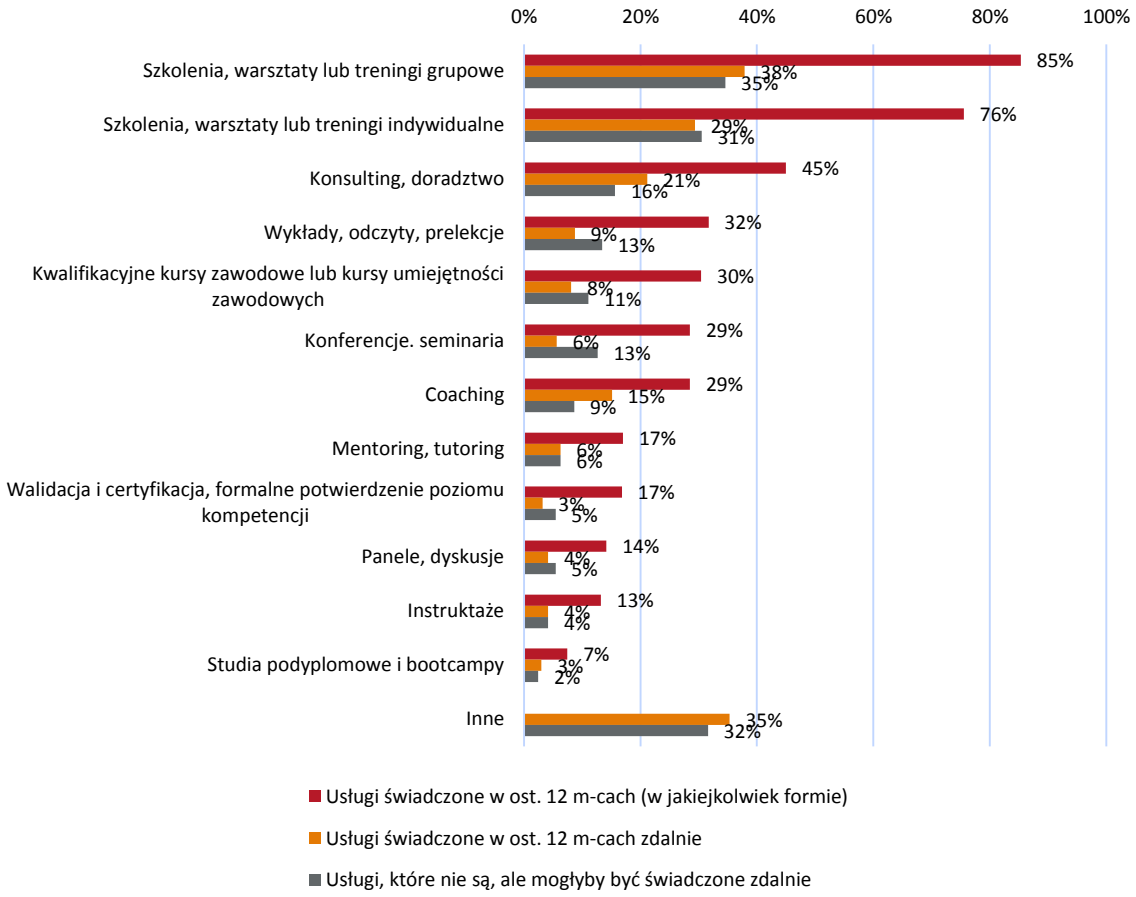
Źródło: Badanie CAWI podmiotów świadczących usługi rozwojowe (N=940).

Powyżej użyto określeń „co najmniej", bo wśród ogółu badanych 10% nie znało lub odmówiło udzielenia odpowiedzi na to pytanie. Jeżeli pominąć tę podgrupę, to udział osiągających jakiekolwiek przychody z usług świadczonych w formie zdalnej wzrasta do 60%, a nieosiągających takich przychodów jest 40%.

Udział podmiotów, które osiągały dochody na poszczególnych poziomach jest podobny we wszystkich trzech opisanych wcześniej segmentach usługodawców. Niezależnie od ich profilu, podobnie często świadczyli oni lub nie świadczyli usług w formie zdalnej. Natomiast to, czy podmioty sprzedawały usługi zdalne, było powiązane z deklarowanym przez nie popytem na usługi, swojego potencjału i barier w ich świadczeniu. Nie zaskakuje, że udział przychodów z usług świadczonych w formie zdalnej były istotnie wyższy w przypadku usługodawców, którzy w większym stopniu wykorzystywali nowoczesne technologie. Był on też wyższy w przypadku usługodawców z sektora prywatnego, oraz, co może zaskakiwać, w przypadku tych podmiotów, które realizują usługi rozwojowe jako jeden z wielu, a nie główny rodzaj działalności. Wśród podmiotów różnego typu zdecydowanie wyróżniają się szkoły językowe, spośród których 59% osiągało nie mniej niż 3% przychodów z usług zdalnych. Przychody z usług online były też istotnie wyższe w przypadku podmiotów świadczących usługi przeważająco dla klientów instytucjonalnych, co sugeruje, że usługi w formie zdalnej są częściej oferowane klientom biznesowym.

Na poniższym wykresie przedstawiono, jakie usługi był świadczone przez badane podmioty w formie zdalnej, i jakie mogłyby być w takiej formie świadczone w opinii respondentów. Interpretując te – nie tak niskie – odsetki należy jednak pamiętać o niskim udziale przychodów z usług zdalnych. Oznacza to że **część usługodawców korzystała z kontaktu zdalnego do realizacji poszczególnych form usług, ale zazwyczaj okazjonalnie**.

Wykres 3 Świadczone usługi, a usługi świadczone w formie zdalnej i te, które nie były, ale mogłyby być świadczone zdalnie



Źródło: Badanie CAWI podmiotów świadczących usługi rozwojowe (N=940)

Najczęściej świadczone zdalnie są te rodzaje usług, które w ogóle najczęściej znajdują się w ofercie podmiotów, to jest szkolenia grupowe (38% realizowało jej w formie zdalnej), szkolenia indywidualne (29%) i doradztwo (21%), a także coaching (15%). Natomiast ze wskazań odnośnie rodzajów usług, jakie nie były, ale mogłyby być świadczone zdalnie wynika, że największy potencjał rozwoju w sieci ma branża szkoleniowa.

Perspektywy doradztwa i coachingu istnieją, ale są gorsze. Nie tyle z powodów technicznych, bo do świadczenia tej usługi wystarczy umiarkowany poziom wyposażenia w sprzęt i oprogramowanie oraz umiarkowany poziom kompetencji cyfrowych, ile z powodu spadku popytu.

Potencjalni adresaci wsparcia, a pozostałe podmioty

Wsparcie dla podmiotów Sektora Usług Rozwojowych powinno być skierowane do tych, które go rzeczywiście potrzebują, tj. nie poradzą sobie bez niego, ale zarazem – rokują pozytywnie, jeżeli chodzi o rozwinięcie usług zdalnych, aby środki przeznaczone na ich wsparcie nie zostały zmarnowane. Z tego względu wyodrębniono trzy kategorie usługodawców, w tym – potencjalnych adresatów wsparcia.

Wyróżniono następujące kategorie podmiotów:

„Liderzy"

Do kategorii liderów zaliczono podmioty, które:

- Już generują ponad 50% przychodów z usług świadczonych w formie zdalnej
- Lub przewidują, że ich przychody znacznie wzrosną w drugim kwartale 2020 r.,
- Lub są, we własnej ocenie, na IV poziomie dojrzałości cyfrowej, czyli według deklaracji nowe technologie są ściśle powiązane z ich celami biznesowymi i są używane do tworzenia unikalnych usług.

„Nierokujący"

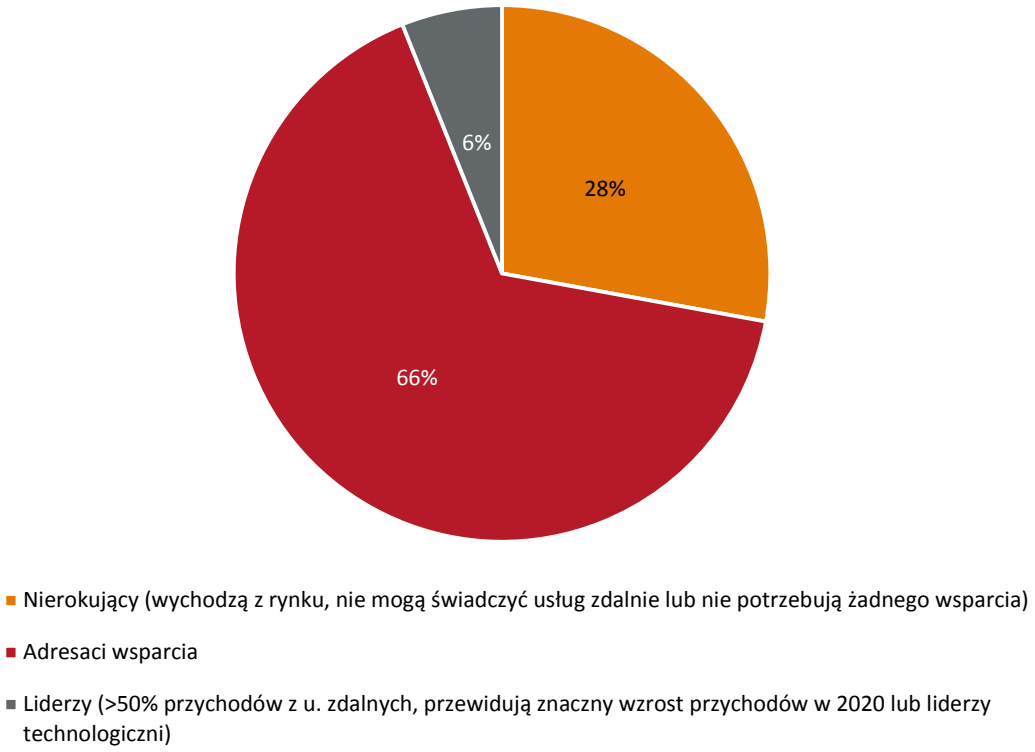
Do kategorii podmiotów „nierokujących" zaliczono te, które:

- Planują wycofanie się z rynku
- Lub uważają specyfikę swoich usług (których nie można świadczyć w sposób zdalny) za kluczową barierę w rozwijaniu usług zdalnych
- Lub deklarują, że nie potrzebują niczego poprawiać w obszarze kompetencji, oprogramowania ani sprzętu.

„Adresaci wsparcia"

Do kategorii potencjalnych adresatów wsparcia zostali zaliczeni wszyscy pozostali usługodawcy, którzy nie spełniali kryteriów przynależności do ww. grup. Należy podkreślić, że kryteria, na podstawie których ich wyróżniono, nie stanowią gotowego zestawu kryteriów dostępu do wsparcia. Mogą natomiast być punktem wyjścia do prac nad kryteriami dostępu, ale zasadne byłoby też uwzględnienie innych kryteriów, w tym wdrażanie wsparcia w dwóch etapach, gdzie wsparcie na poprawę kompetencji, sprzętu czy oprogramowania dostawałyby te podmioty, które najpierw pomyślnie zakończą etap wsparcia w opracowaniu diagnozy runku i swojego potencjału oraz strategii zmiany. Co więcej, **zbiorowość „adresatów wsparcia"**, chociaż oddzielona od „liderów" i „nierokujących", nadal **jest bardzo zróżnicowana wewnętrznie pod względem zapotrzebowania na kompetencje, oprogramowanie i sprzęt**. W związku z tym a więc należące do niej podmioty potrzebują zróżnicowanych modeli wsparcia.

Wykres 4 Potencjalni adresaci wsparcia i grupy nierekomendowane do objęcia wsparciem



Źródło: Badanie CAWI podmiotów świadczących usługi rozwojowe (N=940)

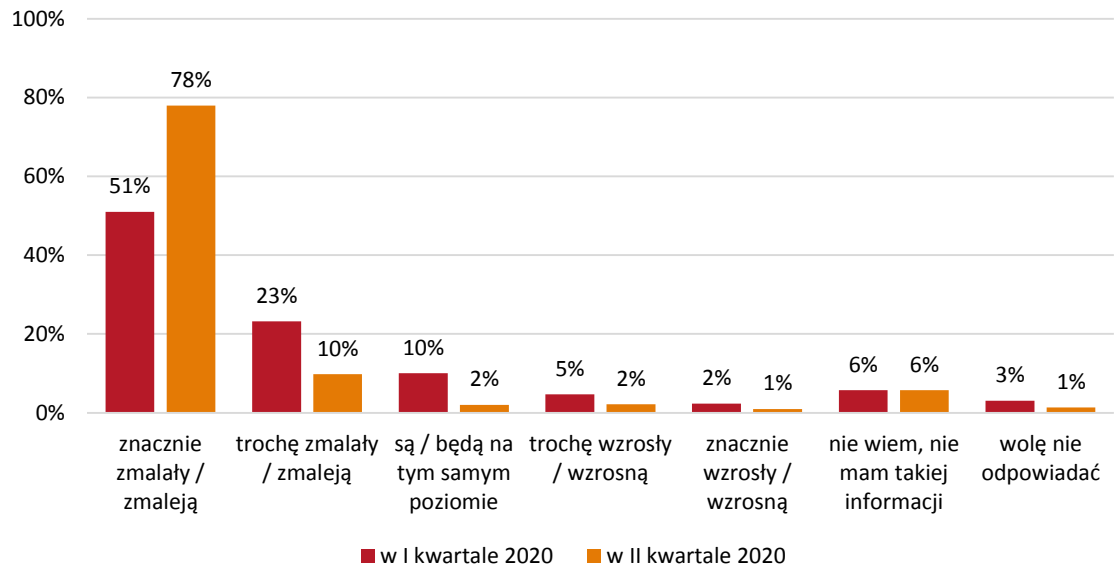
Liderzy, którzy najprawdopodobniej samo dobrze sobie poradzą na rynku usług zdalnych w sytuacji pandemii, stanowią zaledwie 6% podmiotów świadczących usługi rozwojowe. Największą grupą są potencjalni adresaci wsparcia (66%). Jednak na aż 28% oszacowano udział tych, którzy nie mają potencjału do rozwoju usług zdalnych i przekazywanie im na to środków prawdopodobnie nie byłoby zasadne. Warto jednak zaznaczyć, że jak wynika z analiz, które zostały szerzej opisane w części poświęconej potrzebom kompetencyjnym, część podmiotów, którym specyfika świadczonych usług nie pozwala realizować ich w formie zdalnej, poszukuje możliwości prowadzenia szkoleń czy doradztwa w nowych obszarach tematycznych.
W przypadku takich podmiotów wsparcie mogłoby być uzasadnione.

Epidemia – skutki i strategie

Zmiany przychodów

Badanie wykazało, że skutki pandemii i ograniczenia wprowadzone w celu jej zwalczania silnie uderzyły w branżę usług rozwojowych.

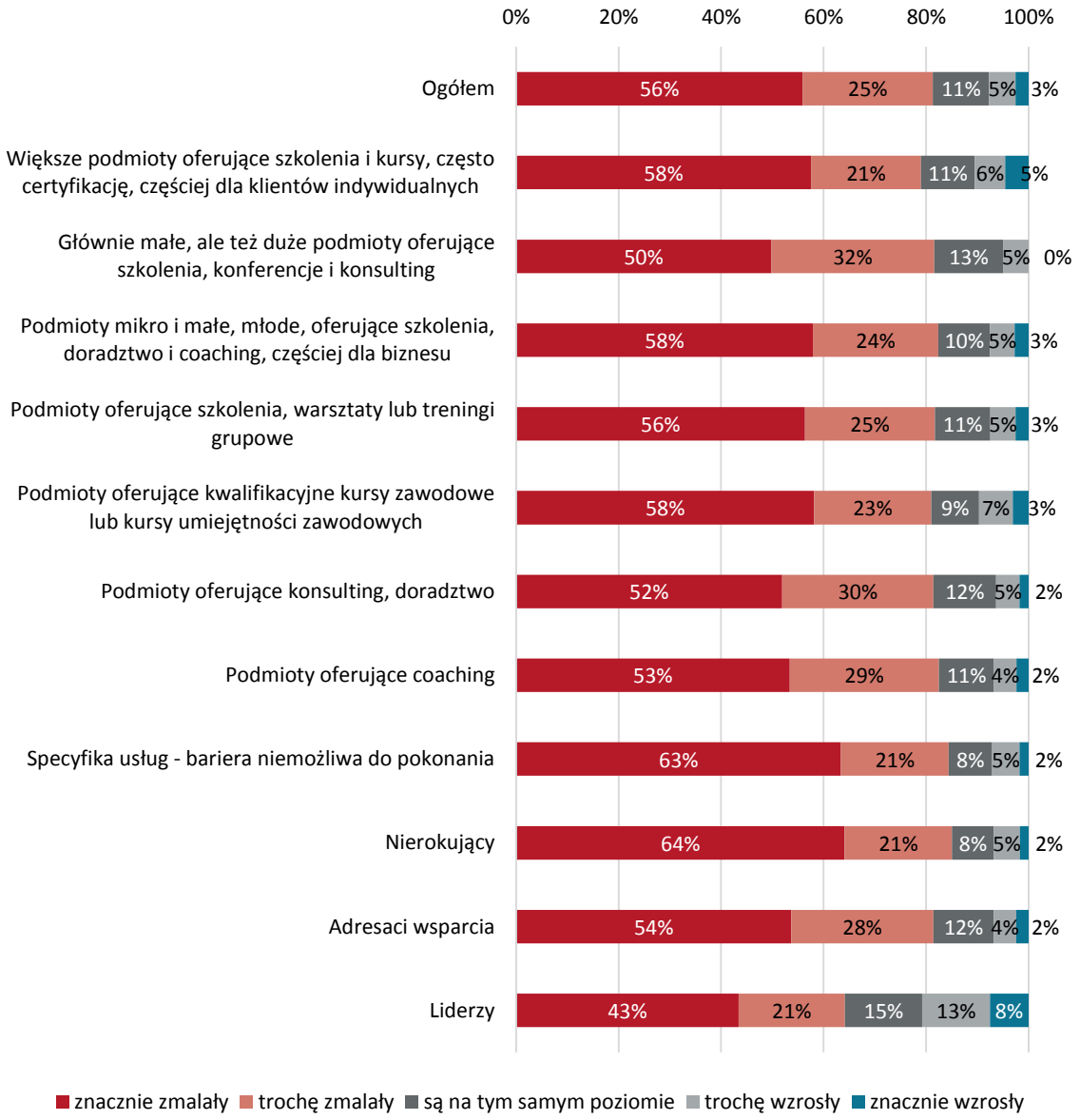
Wykres 5 Dotychczasowe i przewidywane zmiany przychodów w 2020 r.



Źródło: Badanie CAWI podmiotów świadczących usługi rozwojowe (N=940)

Przychody nie mniej niż 74% badanych podmiotów zmniejszyły się w I kwartale 2020 r. w porównaniu z pierwszym kwartałem roku 2019, a w przypadku co najmniej 51% podmiotów spadek przychodów był znaczny (odsetki te są trochę wyższe, jeżeli pominąć odpowiedzi „nie wiem" i odmowy odpowiedzi). Usługodawcy przewidują jeszcze większe spadki przychodów: aż 78% z nich spodziewało się, że ich przychody w II kwartale 2020 r. znacznie zmaleją w porównaniu do takiego samego okresu w roku poprzednim. Natomiast podmioty, które odnotowały wzrost przychodów, stanowią tylko 7%, a prawie nikt nie przewidywał wzrostu w następnym kwartale (tylko 3%).

Wykres 6 Zmiany przychodów w wybranych podgrupach podmiotów



Źródło: Badanie CAWI podmiotów świadczących usługi rozwojowe (N=940)

Opisane wcześniej trzy kategorie (segmenty) usługodawców zostały w niejednakowym stopniu dotknięte kryzysem, ale nie są to duże różnice. Jeżeli pominąć braki odpowiedzi z powodu niewiedzy lub odmowy, to udział podmiotów, które doświadczyły spadku przychodów jest w tych grupach bardzo zbliżony, natomiast ich skala trochę się różni. Podmioty z kategorii pośredniej, tj. głównie małe, ale też duże podmioty oferujące szkolenia, konferencje i konsulting trochę rzadziej odnotowały znaczny spadek przychodów od dwóch pozostałych grup, tj. podmiotów większych oferujących szkolenia, kursy i często certyfikację oraz od grupy najmniejszych i najmłodszych podmiotów często oferujących doradztwo i coaching dla biznesu. Z drugiej strony, jedynie w tych ostatnich dwóch grupach są tacy usługodawcy, których przychody znacznie wzrosły. Jeżeli zaś porównać sytuację potencjalnej grupy docelowej i pozostałych, to zgodnie z przewidywaniami spadek przychodów był największy

wśród nierokujących, przeciwnie wśród liderów był on najmniejszy i to w tej grupie najczęściej zdarzał się wzrost, a sytuacja grupy adresatów wsparcia kształtowała się bardzo podobnie do sytuacji ogółu badanych.

Do kluczowych uwarunkowań spadku przychodów **należy specyfika świadczonych** usług. Wśród podmiotów, w przypadku których specyfika usług jest niemożliwą do pokonania barierą w przeniesieniu ich do Internetu, 84% odnotowało spadki przychodów, w tym 63% – znaczne.

Spadek przychodów był względnie częściej niewielki, a rzadziej znaczny w przypadku tych podmiotów, które oferują doradztwo i konsulting (nie dotyczy to jednak szczególnej formy doradztwa jaką jest coaching). Nie jest to stwierdzenie zaskakujące, bo w odróżnieniu od szkoleń, usługi doradcze są ze swojej natury świadczone częściowo na odległość. Ponadto trochę mniejsze spadki odnotowały podmioty oferujące rzadsze formy tj. bootcampy lub studia podyplomowe oraz panele lub dyskusje.

Poziom przychodów został istotnie **częściej utrzymany** przez tych usługodawców, którzy w swojej ocenie nie mają potrzeby poprawy swoich kompetencji w obszarach: merytorycznego przygotowania nowych rodzajów usług możliwych do realizacji w formule zdalnej (nauczane treści. znajomość nauczanego zagadnienia), przygotowywania takich materiałów dydaktycznych, które będą odpowiednie do form zdalnych (np. prezentacji, tutoriali, video-wykładów, ćwiczeń itp.) oraz marketingu usług w Internecie. A więc **czynnikami częściowo chroniącymi** przed spadkiem przychodów lub go łagodzącymi są: **kompetencje** pozwalające łatwo **poszerzyć swoją ofertę** (swoista elastyczność), **skutecznie ją promować**, i realizować usługi z wykorzystaniem **atrakcyjnych materiałów dydaktycznych adekwatnych do form zdalnych**. Innymi słowy, w kryzysie najlepiej radzą sobie ci, którzy potrafią się do niego **dostosować** i **zapewnić wysoką jakość usług**.

Rozwiązania z obszaru technologii informacyjno-komunikacyjnych są potrzebne, ale nie kluczowe dla utrzymania przychodów. Zmiany sytuacji podmiotów mają niewielki związek z poziomem ich „dojrzałości technologicznej". Jedynie w bardzo nielicznej podgrupie tych, którzy lokują siebie na najwyższym poziomie „dojrzałości technologicznej", tj. nowoczesne technologie są ściśle powiązane ich celami biznesowymi i są wykorzystywane do tworzenia unikalnych rozwiązań, spadki dochodów były względnie najrzadsze, ale i tak wystąpiły u 71% z nich. Zatem w przypadku tych, którzy się nie specjalizują w nowych technologiach, to nie poziom zaawansowania technologicznego jest kluczowy.

Utrzymanie poziomu przychodów było też najczęściej niezależne od poziomu zaspokojenia potrzeb w dziedzinie zastosowania technologii. Wystąpiły nieliczne zależności w tym obszarze. W lepszej sytuacji są te podmioty, które do świadczenia swoich usług nie potrzebują oprogramowania do edycji materiału dźwiękowego i wideo oraz i nie widzą potrzeby korzystania z narzędzi służących wzmacnianiu zaangażowania uczestników spotkań online (np. Stormz, Mentimeter, Slido, SeeSaw). Najprawdopodobniej nie jest to kwestia wyposażenia lecz specyfiki usług. Sądząc po tym, jakich narzędzi im nie brakuje, można przypuszczać, że ich specjalizacją nie są usługi, które wymagałyby prowadzenia wykładów czy prezentacji

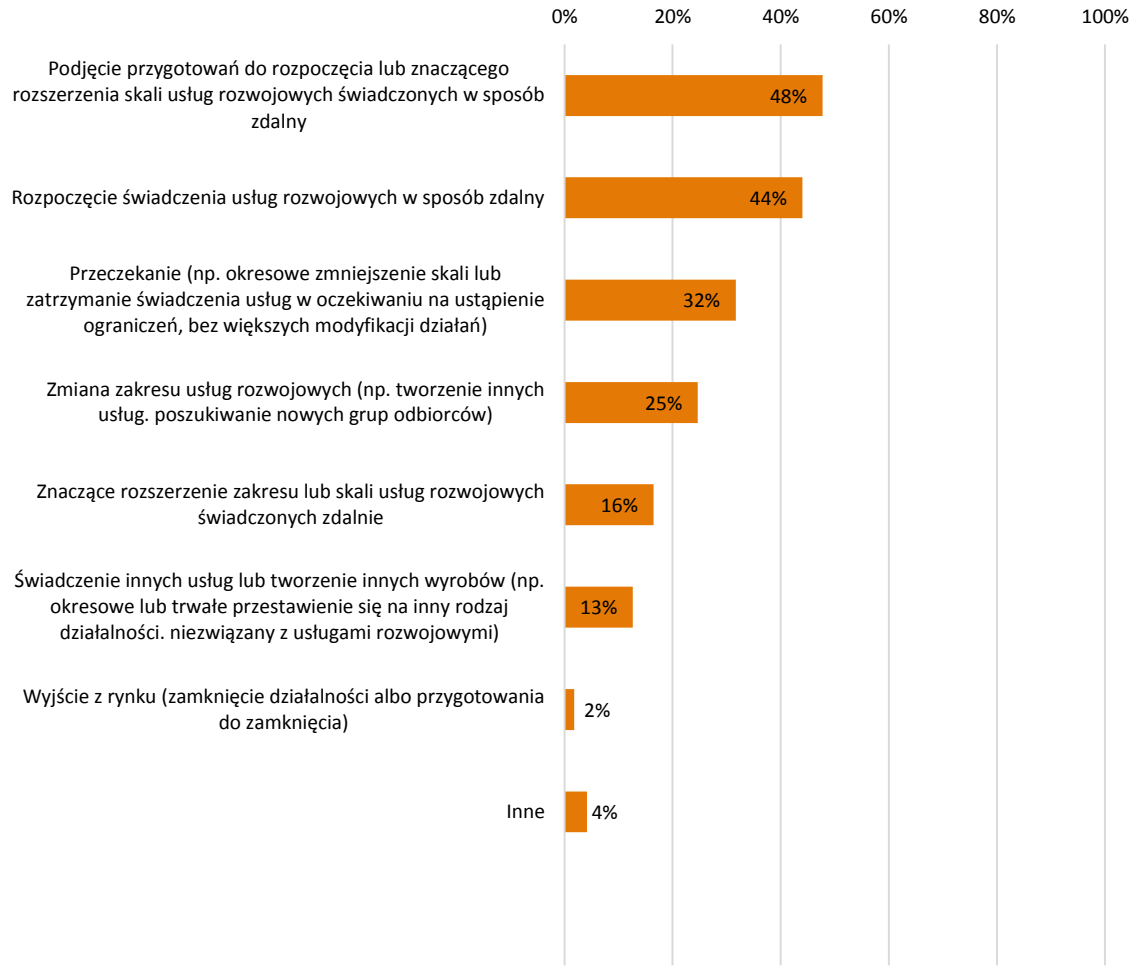
utrwalanych (lecz co najwyżej prowadzą je w czasie rzeczywistym), ani zajęć metodami aktywnymi dla grup uczestników. Jest to spójne z ustaleniem, że spadki były mniejsze w branży doradczej, niż szkoleniowej.

Niemniej, jak opisano powyżej, czynnikiem chroniącym wydaje się m. in. potencjał do przygotowania materiałów dydaktycznych, które będą odpowiednie do form zdalnych. Na taki potencjał składają się kompetencje, ale również rozwiązania technologiczne, np. do projektowania, edycji i publikacji materiałów. Jeżeli więc takie rozwiązania są potrzebne, a jednak utrzymanie przychodów okazało się niezależne od deklarowanego poziomu zaspokojenia potrzeb na nie, to można przypuszczać, że kluczowe jest trafne rozpoznanie potrzeb. Jak opisano szerzej w dalszej części raportu, potrzeby na które wskazywali respondenci są w pewnej mierze deklaratywne, przez część podmiotów identyfikowane powierzchownie. Zapewne ci, którzy starają się przygotowywać materiały dydaktyczne wysokiej jakości już się w jakiejś mierze zaopatrzyli w odpowiednie narzędzia, w tym bezpłatne. Natomiast wśród tych, którzy wskazują że takich narzędzi potrzebują lub że ich nie potrzebują, nie brakuje takich, którzy nie wiedzą o tym, że określone narzędzia byłyby dla nich przydatne lub nieprzydatne, bo nie mają pełnego rozeznania, jakie usługi mogliby świadczyć i jakie materiały przygotowywać.

Strategie

Podmioty świadczące usługi rozwojowe zareagowały w zróżnicowany sposób na zmiany spowodowane pandemią. Najczęściej podjęły **przygotowania do rozpoczęcia świadczenia usług w sposób zdalny lub do znaczącego rozszerzenia ich skali (48%)** oraz **rozpoczęły świadczenie usług zdalnych (44%)**, niektóre też znacząco rozszerzyły skalę usług świadczonych zdalnie (16%). Znacznie rzadszą strategią są modyfikacje oferty: 25% podmiotów zmieniło zakres świadczonych usług, np. zaoferowało nowe usługi i poszukiwało nowych grup klientów, a niektórzy podjęli nowy rodzaj działalności nie koniecznie związany z usługami rozwojowymi (13%).

Wykres 7 Strategie wobec pandemii



Źródło: Badanie CAWI podmiotów świadczących usługi rozwojowe (N=940)

Na próbę **przeczekania ograniczeń** związanych z pandemią, np. poprzez okresowe zawieszenie lub zmniejszenie skali świadczonych usług bez ich modyfikacji wskazało **32%**. Warto jednak zauważyć, że podejmowane działania nie wykluczają się. Wśród tych, którzy wskazali na „strategię przeczekania" mimo wszystko 31% podjęło przygotowania do świadczenia usług zdalnych, 16% zaczęło je realizować, a 12% zmieniło zakres świadczonych usług, jakkolwiek działania te były podejmowane przez nich istotnie rzadziej, niż przez podmioty, które nie wybrały „przeczekania".

Podobnie, ci, którzy podjęli przygotowania do rozpoczęcia lub rozszerzenia usług zdalnych, często nie zatrzymali się na przygotowaniach, ale już zaczęli świadczyć usługi zdalne (48%), rozszerzyli zakres usług zdalnych (57%) lub w ogóle – zakres usług (59%). Natomiast na likwidację działalności zdecydowało się tylko 4% podmiotów.

Tabela 2 Strategie wobec pandemii stosowane przez wybrane podgrupy

		Przychody z usług zdalnych (wybrane grupy)		Dojrzałość technologiczna				Wybrane typy podmiotów				Specyfika usług	Segmenty wg typów usług			Podgrupy		
Strategie	Ogółem	Brak przychodów z usług zdalnych	11% i więcej przychodów z usług zdalnych	Etap I: Korzystanie z podstawowych narzędzi (sprzętu i programów komputerowych)	Etap II: Rozwój w dziedzinie technologii jest ważnym celem, wykorzystują w części działań	Etap III: Wykorzystują nowoczesne technologie we wszystkich projektach i procesach	Etap IV: Nowoczesne technologie są ściśle powiązane z celami i używane do tworzenia unikalnych rozwiązań	Szkoła językowa	CKU, CKP lub ODDZ	Podmiot świadczący usługi rozwojowe w ramach działal-ności dodatkowej	Firma szkoleniowa, szkoleniowo-doradcza lub doradcza	Specyfika jako bariera nie do pokonania	Większe podmioty oferujące szkolenia i kursy, często certyfikację, częściej dla klientów indywidualnych	Gł, małe, ale też duże podmioty oferujące szkolenia, konferencje i konsulting	Podmioty mikro i małe, młode, oferujące szkolenia, doradztwo i coaching, częściej dla biznesu	Nierokujący	Adresaci wsparcia	Liderzy
Podjęcie przygotowań do rozpoczęcia lub znaczącego rozszerzenia skali usług świadczonych w sposób zdalny	48%	38%	51%	38%	54%	49%	33%	42%	43%	42%	50%	47%	39%	50%	51%	34%	54%	42%
Rozpoczęcie świadczenia usług rozw. w sposób zdalny	44%	19%	55%	33%	48%	53%	54%	84%	35%	38%	43%	43%	44%	51%	41%	26%	51%	49%
Przeczekanie (np. okresowe zmniejszenie skali / wstrzymanie usług)	32%	53%	16%	47%	26%	21%	13%	6%	46%	36%	32%	53%	37%	24%	33%	53%	24%	14%
Zmiana zakresu usług rozw. (np. tworzenie innych usług, poszukiwanie nowych grup odbiorców)	25%	19%	33%	18%	29%	28%	4%	19%	19%	21%	26%	21%	21%	29%	25%	20%	27%	26%
Znaczące rozszerzenie zakresu lub skali usług rozw. świadczonych zdalnie	16%	6%	31%	11%	17%	23%	33%	26%	14%	14%	18%	6%	20%	18%	14%	6%	19%	33%
Świadczenie innych usług lub tworzenie innych wyrobów (np. przestawienie się na inny rodzaj działalności, niezwiązany z usługami rozwojowymi)	13%	15%	14%	12%	12%	17%	8%	6%	8%	20%	14%	15%	15%	10%	12%	15%	12%	11%
Wyjście z rynku (zamknięcie działalności albo przygotowania do zamknięcia)	2%	2%	0%	2%	2%	1%	0%	0%	0%	2%	2%	3%	2%	1%	2%	6%	0%	0%
Inne	4%	5%	4%	4%	4%	6%	4%	6%	0%	6%	5%	3%	4%	4%	4%	4%	4%	5%
N	940	335	119	298	480	138	24	31	37	66	681	251	239	221	480	262	621	57

Źródło: Badanie CAWI podmiotów świadczących usługi rozwojowe (N=940)

Jak wykazano w powyższej tabeli, kombinacje strategii w podgrupach badanych podmiotów są zróżnicowane, przy czym najczęściej nie są to duże różnice. Czynnikiem istotnie i silnie różnicującym jest posiadane doświadczenie, o czym świadczą różnice pomiędzy tymi usługodawcami, którzy w 2019 r. nie mieli żadnych przychodów z usług świadczonych w formie zdalnej, a tymi, którzy mieli co najmniej jedenastoprocentowy udział takich przychodów. Podmioty bez doświadczenia w realizacji usług zdalnych często starają się przeczekać pandemię (53%), chociaż 38% z nich zaczęło się przygotowywać do rozpoczęcia usług zdalnych, a 19% już je realizuje. Podobnie często zaczęły świadczyć inne usługi (19%). Prawie żadne z nich nie zdecydowały się jednak na wyjście z rynku. Natomiast ci, którzy mieli już znaczący udział przychodów z działalności zdalnej rozwijają ją, zaczynają świadczyć (zapewne nowe) usługi w tej formie (55%) i znacząco je rozszerzają (31%).

Podobnie, choć nie tak ostro, zarysowują się różnice pomiędzy podmiotami „nierokującymi" a „liderami", co wynika m. in. stąd, że kryterium wyodrębnienia liderów były m. in. przychody z usług zdalnych. Również podmioty na najwyższym etapie „dojrzałości technologicznej" co oczywiste dobrze sobie radzą i znacząco rozszerzają zakres usług zdalnych (33%) lub zaczęły je świadczyć (54%).

Podmioty należące do odmiennych typów usługodawców przyjęły do pewnego stopnia zróżnicowane strategie działania. Należące do największej podgrupy podmioty głównie mikro i młode oferujące szkolenia i doradztwo nie wyróżniają się na tle ogółu usługodawców, może to jednak wynikać stąd, że stanowią aż połowę z nich, są więc grupą zbyt dużą, by mówić o jej specyfice.

Najlepiej radzą sobie podmioty (głównie małe, nie mikro, ale też duże) oferujące szkolenia, konferencje i konsulting. To one istotnie częściej od pozostałych podjęły przygotowania do rozwoju usług zdalnych i zaczęły je świadczyć. Bardzo podobnie kształtują się wyniki dla firm szkoleniowych, doradczych i szkoleniowo-doradczych, które (jeżeli nie są to nowe działalności jednoosobowe) najczęściej zaliczają się do tej grupy. Wielkość podmiotu ma znaczenie – te, które zatrudniają od 50 do 250 pracowników istotnie częściej zaczęły świadczyć usługi zdalne lub rozszerzyły ich zakres od tych podmiotów które zatrudniają tylko od 1 do 4 pracowników. Natomiast trochę lepiej od małych pracodawców radzą sobie osoby samozatrudnione.

W gorszej sytuacji są więksi usługodawcy mający w ofercie m. in. kursy i certyfikację. To oni istotnie częściej od pozostałych starają się przeczekać pandemię, ale z drugiej strony to w tej grupie jest najwięcej tych, którzy znacząco rozszerzyli skalę usług świadczonych zdalnie – czyli prawdopodobnie rozwijają takie usługi jeżeli już je prowadzili. Podobnie kształtuje się podejście placówek należących w dużej mierze do tej podgrupy, oferujących zawodowe kształcenie ustawiczne (CKU, CKP, ODDZ), co można wiązać ze specyfiką ich oferty edukacyjnej – do nauczania większości zawodów szkolnictwa zawodowego nie wystarczy komputer, niezbędne są fizyczne pomoce dydaktyczne.

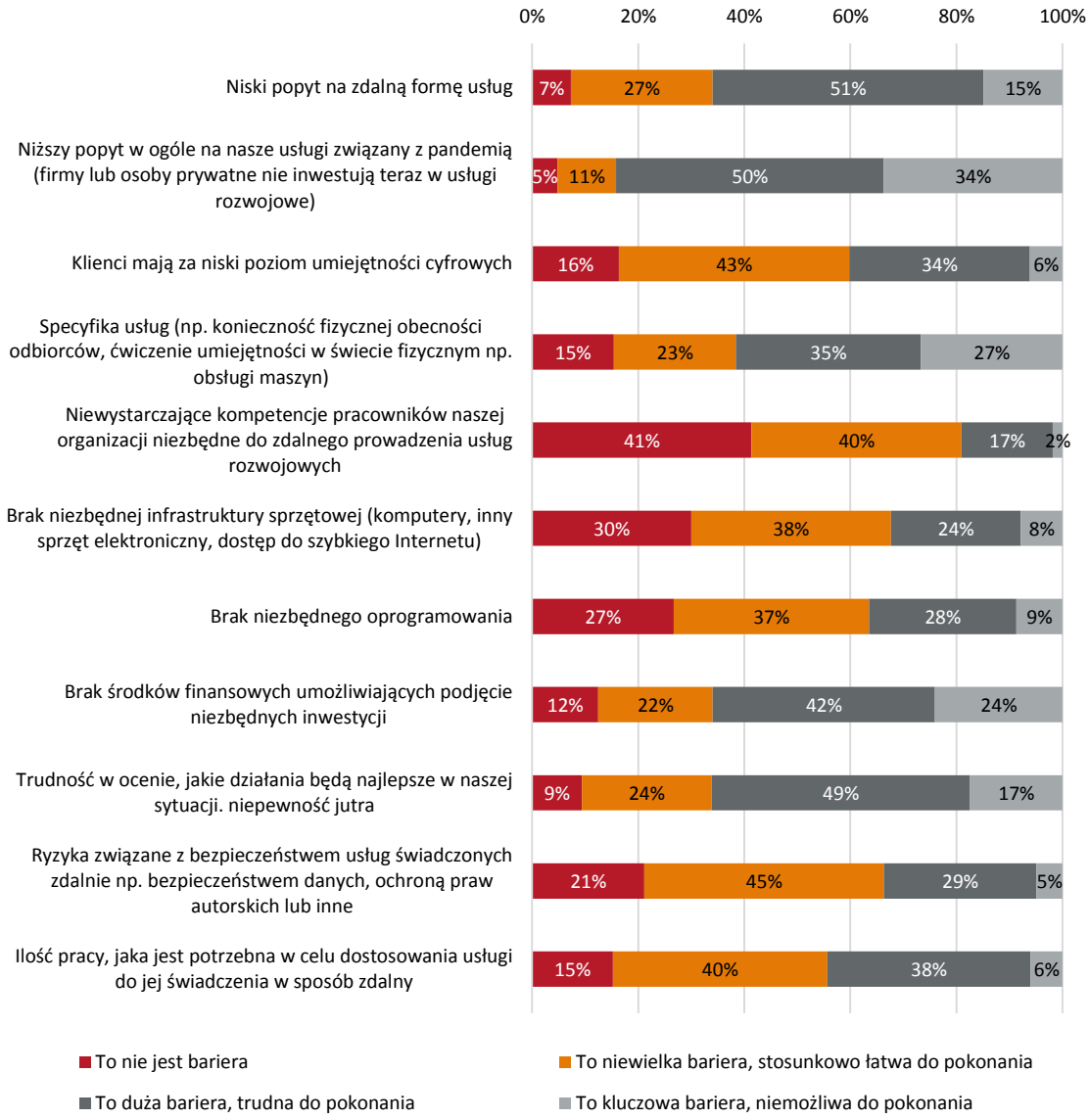
Usługodawcy, którzy wskazali specyfikę swoich usług jako barierę nie do pokonania, tj. niemożliwość przeniesienia tych usług do sieci, dość często starają się przeczekać ograniczenia (53%) ale niezależne od tego jest wśród nich podobny, jak wśród wszystkich usługodawców, udział podmiotów które zaczęły realizować usługi zdalne lub przygotowują się do ich świadczenia.

Zdecydowanie najlepiej w sytuacji pandemii radzą sobie szkoły językowe. Aż 84% z nich zaczęło uczyć zdalnie, 26% rozszerzyło zakres swoich usług, a prawie żadna nie próbuje „przeczekać" ograniczeń. Ich dobrą sytuację można wiązać zarówno ze specyfiką usług (zajęcia językowe można względnie łatwo poprowadzić zdalnie, bo do ich prowadzenia nie są konieczne fizyczne pomoce dydaktyczne, nie są to też warsztaty kompetencji społecznych które bazowałyby na procesie grupowym). Niemniej warto zaznaczyć, że dobra sytuacja szkół językowych może być krótkotrwała. Zawieszenie zajęć prowadzonych w formule bezpośredniej i rozpoczęcie prowadzenia ich online nastąpiło po rozpoczęciu semestru wiosennego. Zatem szkoły te kontynuują już rozpoczęte i opłacone przez uczestników kursy. Skutki pandemii mogą w nie uderzyć (choć zapewne w mniejszym stopniu niż w inne podmioty) jesienią, gdy część potencjalnych klientów nie zapisze się na kursy zdalne, oczekując na przywrócenie oferty stacjonarnej lub na poprawę własnej sytuacji finansowej, lub – jeśli taka oferta zostanie przywrócona – nie odważy się z niej skorzystać.

Postrzegane bariery w rozwijaniu usług zdalnych

W tym miejscu opisano postrzeganą przez usługodawców rolę barier, które mogą stać na przeszkodzie w rozwijaniu usług świadczonych zdalnie. Uwzględniono czynniki związane ze zmianami na rynku, specyfiką usług, a także – skrótowo – potencjał usługodawcy. Ten ostatni obszar, w zakresie kompetencji, sprzętu i oprogramowania został przeanalizowany szczegółowo we właściwych raportach tematycznych.

Wykres 8 Postrzegane przez usługodawców bariery w rozwijaniu usług zdalnych



Źródło: Badanie CAWI podmiotów świadczących usługi rozwojowe (N=940)

Główną przeszkodą w rozwijaniu usług zdalnych jest spadek popytu na usługi rozwojowe – klienci nie inwestują teraz w takie usługi. Zaledwie 5% usługodawców nie doświadczyło tego problemu, natomiast dla aż 84% usługodawców jest to znaczna bariera (duża lub kluczowa), w tym dla 34% – kluczowa i z ich perspektywy niemożliwa do pokonania. Jako o wiele mniejszą przeszkodę postrzegano niski popyt na zdalną formę usług. Nie należy jednak tego odczytywać w ten sposób, jakoby popyt był faktycznie wyższy, jeśli tylko usługi zostaną przeniesione do sieci. Jest to raczej wskazanie, że **problem polega nie tyle na występowaniu lub braku popytu na usługi w formie zdalnej, ile w ogóle na spadku lub braku popytu na usługi** – wskutek kryzysu gospodarczego. Taka interpretacja jest uprawomocniona szczególnie dlatego, że odpowiedzi były ułożone w kwestionariuszu w określonej kolejności – respondenci najpierw odnosili się do kwestii popytu na usługi zdalne, a potem – do popytu w ogóle na usługi które mają w ofercie.

Na drugim miejscu sytuuje się **specyfika usług wymagająca fizycznej obecności osób uczących się**. Dla ponad ¼ (27%) podmiotów jest to bariera kluczowa i nie do pokonania. Pozostali widzą możliwości przeniesienia swoich usług do sieci, nawet mimo że dla 35% jest to trudne do przeprowadzenia. Rzeczywiście, należy mieć świadomość, że uczenie się i doskonalenie w wielu zawodach wymaga udziału w zajęciach praktycznych czy to obejmujących obsługę maszyn i urządzeń, czy – uczestnictwo w bezpośredniej relacji z innymi ludźmi, w tym w procesie grupowym. Przeniesienie takich zajęć praktycznych do sieci jest niemal niemożliwe. Może nastąpić tylko w niezwykle ograniczonym zakresie, jeżeli uczestnicy mieliby własne narzędzia, przykładowo pojawiają się oferty szkoleń z szycia prowadzonych online. Zdarzają się też oferty szkoleń z zakresu kompetencji psychospołecznych, np. zarządzania stresem czy skutecznej komunikacji prowadzone online – przez videoplatformy, ale też ograniczone jedynie do form wykładowych. Można mieć wątpliwości czy skuteczność takich szkoleń będzie porównywalna do prowadzonych na żywo.

Dość rozpowszechnioną barierą jest „**trudność w ocenie, jakie działania będą najlepsze w naszej sytuacji, niepewność jutra**". Według deklaracji jest to znaczna przeszkoda dla 66% podmiotów, w tym dla 17% – kluczowa. Natomiast, jak wykazano w dalszej części opracowania, w istocie udział podmiotów które nie mają jasnej koncepcji możliwości i rozwiązań może być dużo wyższy. Z drugiej strony w pewnym sensie za pozytywne można uznać fakt, że „niepewność jutra" okazuje się barierą o mniejszej sile niż spadek popytu. Może to wskazywać, że przynajmniej część usługodawców ma jasność do co skali tego spadku, nie raczej nie spodziewają się oni, że popyt spadnie jeszcze bardziej i przynajmniej mają wyobrażenie tego, jak może wyglądać ich przyszłość. Nie wiadomo jednak, na ile tak jest rzeczywiście – być może po prostu niektórzy nie chcieli wskazywać, że nie wiedzą co robić.

Zaraz za głównymi barierami obiektywnymi (spadkiem popytu i specyfiką usług) sytuuje się **deficyt środków finansowych na inwestycje**. Nasilenie tego problemu (znaczny u 66% podmiotów, w tym kluczowy u 24%) nie może dziwić, skoro tak gwałtownie i znacznie spadły ich przychody. Znacznie niższe jest natężenie problemów w węziej określonych obszarach do ewentualnych inwestycji, tj. braku **sprzętu i oprogramowania**, niemniej są to znaczące przeszkody dla odpowiednio 32% i 36% podmiotów. Może to oznaczać, że aby rozwinąć usługi zdalne, potrzebowałyby one zainwestować w kilku obszarach, w tym w sprzęt, oprogramowanie, możliwe że także w kompetencje kadry, promocję itp. Z deklaracji respondentów wynika natomiast, że mniej znaczącą barierą są ryzyka związane z bezpieczeństwem usług świadczonych zdalnie, np. danych i praw autorskich. Jest to jednak duża lub kluczowa bariera dla 34% z nich, co również wskazuje na potencjalny obszar inwestycji. Poza tym nie można wykluczyć, że odpowiedzi na to pytanie były zależne od poziomu wiedzy o ryzykach, zabezpieczeniach i możliwościach.

Usługodawcy względnie najlepiej oceniali swoje możliwości kadrowe. Przejście na świadczenie usług zdalnych jest dla nich zadaniem pracochłonnym i stanowi dużą lub kluczową barierę dla 44% z nich (ale jedynie 5% uznało tę przeszkodę za kluczową).

Natomiast deklaratywna ogólna ocena posiadanych kompetencji (czy to własnych czy zespołu) wydaje się niezwykle korzystna – jedynie 19% deklaruje znaczące bariery kompetencyjne. **Przeczą temu odpowiedzi na pytania szczegółowe, które wykazały większą skalę deficytów kompetencyjnych**. Trochę gorzej od własnych kompetencji cyfrowych usługodawcy oceniają kompetencje cyfrowe swoich klientów – w ocenie 40% badanych niewystarczające umiejętności cyfrowe odbiorców są dużą lub (rzadko) kluczową barierą rozwoju usług zdalnych.

Tabela 3 Bariery w rozwijaniu usług zdalnych wskazane przez wybrane podgrupy (duża lub kluczowa bariera)

		Przychody z usług zdalnych (wybrane grupy)		Dojrzałość technologiczna				Wybrane typy podmiotów				Specyfika usług	Segmenty wg typów usług			Podgrupy		
Bariery (% wskazań odpowiedzi "duża lub kluczowa bariera")	Ogółem	Brak przychodów z usług zdalnych	11% i więcej przychodów z usług zdalnych	Etap I: Korzystanie z podstawowych narzędzi (sprzętu i programów komputerowych)	Etap II: Rozwój w dziedzinie technologii jest ważnym celem, wykorzystują w części działań	Etap III: Wykorzystują nowoczesne technologie we wszystkich projektach i procesach	Etap IV: Nowoczesne technologie są ściśle powiązane z celami i używane do tworzenia unikalnych rozwiązań	Szkoła językowa	CKU, CKP lub ODDZ	Podmiot świadczący usługi rozwojowe w ramach działal-ności dodatkowej	Firma szkoleniowa, szkoleniowo-doradcza lub doradcza	Specyfika jako bariera nie do pokonania	Większe podmioty oferujące szkolenia i kursy, często certyfikację, częściej dla klientów indywidualnych	Gł, małe, ale też duże podmioty oferujące szkolenia, konferencje i konsulting	Podmioty mikro i małe, młode, oferujące szkolenia, doradztwo i coaching, częściej dla biznesu	Nierokujący	Adresaci wsparcia	Liderzy
Niższy popyt w ogóle na nasze usługi związany z pandemią (firmy lub osoby prywatne nie inwestują teraz w usługi rozwojowe)	84%	87%	75%	85%	86%	81%	58%	81%	73%	76%	86%	89%	77%	87%	86%	89%	84%	63%
Specyfika usług (np. konieczność fizycznej obecności odbiorców, ćwiczenie umiejętności w świecie fizycznym np. obsługi maszyn)	62%	74%	49%	71%	63%	44%	17%	10%	81%	72%	63%	100%	62%	60%	62%	97%	49%	35%
Brak środków finansowych umożliwiających podjęcie niezbędnych inwestycji	66%	67%	67%	70%	69%	50%	38%	61%	65%	63%	68%	71%	67%	64%	66%	71%	65%	49%
Trudność w ocenie, jakie działania będą najlepsze w naszej sytuacji, niepewność jutra	66%	68%	58%	71%	67%	60%	17%	68%	70%	66%	67%	72%	64%	67%	67%	73%	66%	40%
Niski popyt na zdalną formę usług	66%	73%	54%	69%	67%	62%	29%	42%	65%	60%	70%	74%	60%	65%	70%	74%	64%	49%
Brak niezbędnego oprogramowania	36%	42%	30%	46%	41%	7%	4%	19%	54%	37%	36%	45%	36%	36%	37%	44%	35%	23%
Brak niezbędnej infrastruktury sprzętowej (komputery, inny sprzęt elektroniczny, dostęp do szybkiego Internetu)	32%	34%	28%	45%	36%	0%	0%	39%	43%	25%	32%	38%	30%	32%	34%	38%	31%	25%
Klienci mają za niski poziom umiejętności cyfrowych	40%	47%	33%	47%	41%	29%	13%	32%	49%	39%	41%	52%	36%	41%	42%	51%	37%	26%
Ilość pracy, jaka jest potrzebna w celu dostosowania usługi do jej świadczenia w sposób zdalny	44%	48%	38%	50%	47%	30%	4%	39%	54%	43%	45%	55%	44%	43%	45%	55%	42%	21%
Ryzyka związane z bezpieczeństwem usług świadczonych zdalnie np. bezpieczeństwem danych, ochroną praw autorskich lub inne	34%	41%	27%	41%	34%	20%	17%	13%	24%	30%	38%	44%	26%	32%	38%	44%	30%	25%
Niewystarczające Kompet, pracowników naszej organizacji niezbędne do zdalnego prowadzenia usług rozw.	19%	25%	18%	24%	20%	9%	0%	13%	30%	8%	19%	22%	14%	22%	20%	21%	19%	11%
N	940	335	119	298	480	138	24	31	37	66	681	317	239	221	480	262	621	57

Źródło: Badanie CAWI podmiotów świadczących usługi rozwojowe (N=940)

O ile w trzech głównych podgrupach usługodawców zaobserwowano zróżnicowane strategie wobec świadczenia usług w formie zdalnej, to grupy te nie różnią się istotnie pod względem natężenia doświadczanych barier. A zatem mają one podobne problemy, ale niejednakowy potencjał, by je rozwiązywać. Szczególnie uwagę podobne natężenie barier związanych ze specyfiką usług wymagających fizycznej obecności odbiorców (i to także w przypadku, gdy uwzględnić wyłącznie wskazania na „kluczową barierę niemożliwą do pokonania"). Jednak już w przypadku CKP, CKU i ODDZ jest to bariera duża lub kluczowa dla 81% podmiotów. Z kolei podgrupy „adresatów wsparcia", „liderów" i „nierokujących" są silnie zróżnicowane m. in. dlatego, że ci, którzy wskazali specyfikę usług jako barierę nie do pokonania zostali zaliczeni do „nierokujących".

Z kolei odpowiedzi „liderów" oraz tych, którzy znajdują się na najwyższym poziomie zastosowania nowoczesnych technologii obrazują dystans pomiędzy tą zaawansowaną mniejszością a doświadczającą problemów większością podmiotów. Z kolei **różnice pomiędzy „liderami" i „adresatami wsparcia" obrazują w przybliżeniu skalę inwestycji niezbędnych, by adresaci wsparcia dołączyli do liderów usług zdalnych**. Jak się okazuje, największa luka pomiędzy nimi dotyczy możliwości kadrowych. „Adresaci wsparcia" dwukrotnie częściej wskazali jako dużą lub kluczową barierę ilość pracy, jaką muszą wykonać by świadczyć usługi zdalne. Niemal równie duża okazuje się też **luka kompetencyjna** pomiędzy nimi a liderami (blisko dwukrotnie częstsze wskazania deficytów kompetencji jako dużej lub kluczowej bariery). Duże różnice w częstości wskazań dotyczyły też trudności w ocenie, **co robić w sytuacji pandemii**, oraz w obszarze **oprogramowania**. W dalszej kolejności niemałe jest znaczenie specyfiki usług oraz niskich kompetencji cyfrowych klientów, co sugeruje, że aby |adresaci wsparcia" dołączyli do „liderów", część z nich musi **zmienić charakter świadczonych usług i grupy docelowe**. Nadal jednak **może im być trudno znaleźć takie docelowe grupy klientów, zważywszy, że nie tylko oni, ale też liderzy doznali dużego spadku popytu**. Tym bardziej więc ewentualne **przyznanie środków w rozwijanie usług świadczonych zdalnie przez adresatów wsparcia powinno być uzasadnione przygotowanym przez nich wiarygodnym biznesplanem**. Zaś po to, **by go przygotować, wielu z nich potrzebuje wsparcia w dziedzinie przeprowadzenia diagnozy możliwości i zaplanowania strategii** (na co wskazują ich odpowiedzi na pytania o potrzeby).

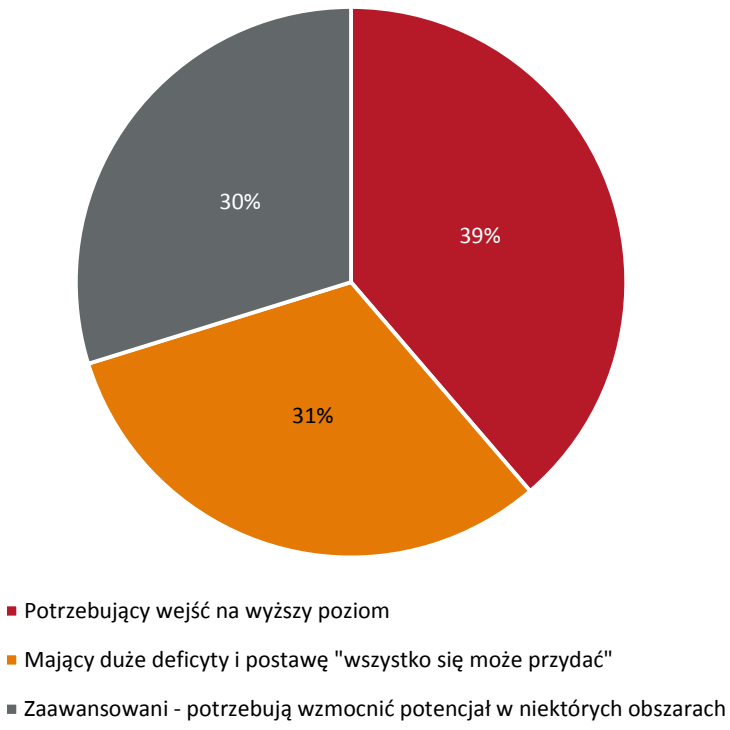
Jak już wspomniano, szkoły językowe najlepiej się dostosowały do warunków edukacji zdalnej. Mimo to aż 81% ich przedstawicieli wskazuje na spadek popytu na ich usługi jako na dużą lub kluczową barierę w rozwijaniu tej formy kształcenia. Tym bardziej więc uzasadniona jest obawa, że mogą doświadczyć większych trudności w następnym semestrze. Spadek popytu uderzył zaś najbardziej w firmy szkoleniowe, doradcze i szkoleniowo-doradcze. Dla 86% z nich jest to duża lub kluczowa bariera, w tym dla aż 37% – niemożliwa do pokonania. Zatem aż 1/3 firm szkoleniowych, doradczych i szkoleniowo-doradczych została zaliczona do „nierokujących" w przyjętej umownej klasyfikacji. Niemniej, jak już wspomniano, część takich podmiotów może być wspierana jeśli wypracują nowe usługi dla nowych grup klientów.

Okazuje się też, że doświadczenie w świadczeniu usług zdalnych chociaż ułatwia ich rozwijanie, to nie zapewnia szczególnie łatwego startu. Wprawdzie podmioty, które osiągały nie mniej niż 11% przychodów z usług zdalnych, istotnie rzadziej wskazywały na barierę jaką stanowi spadek popytu, specyfika usług, poziom kompetencji własnych i klientów, brak oprogramowania a także trudność w ocenie, jakie działania będą najwłaściwsze, niemniej jednak nadal dość często wskazywali na problemy we wszystkich tych obszarach – różnice nie są duże. Tym zaś, co łączy mających i niemających doświadczenia jest podobne natężenie przeszkód związanych z brakiem sprzętu, środków finansowych i ilością pracy, jaką muszą włożyć by rozwinąć usługi zdalne na dużą skalę.

Profile potrzeb

Usługodawcy zostali zapytani w badaniu kwestionariuszowym o swoje potrzeby w obszarach kompetencji, oprogramowania i sprzętu. W następnym rozdziale przedstawiono szczegółowo ten obszar potrzeb, na którym koncentruje się niniejszy raport. Stwierdzono przy tym, że odpowiedzi na pytania o poszczególne potrzeby są silnie współzależne oraz że można określić typowe wzory udzielania odpowiedzi na pytania o potrzeby. Z tego względu w tym miejscu zaprezentowano w sposób syntetyczny przegląd potrzeb i opisano podgrupy usługodawców różniące się pod względem deklarowanych potrzeb.

Wykres 9 Podgrupy usługodawców wyróżnione według specyfiki potrzeb

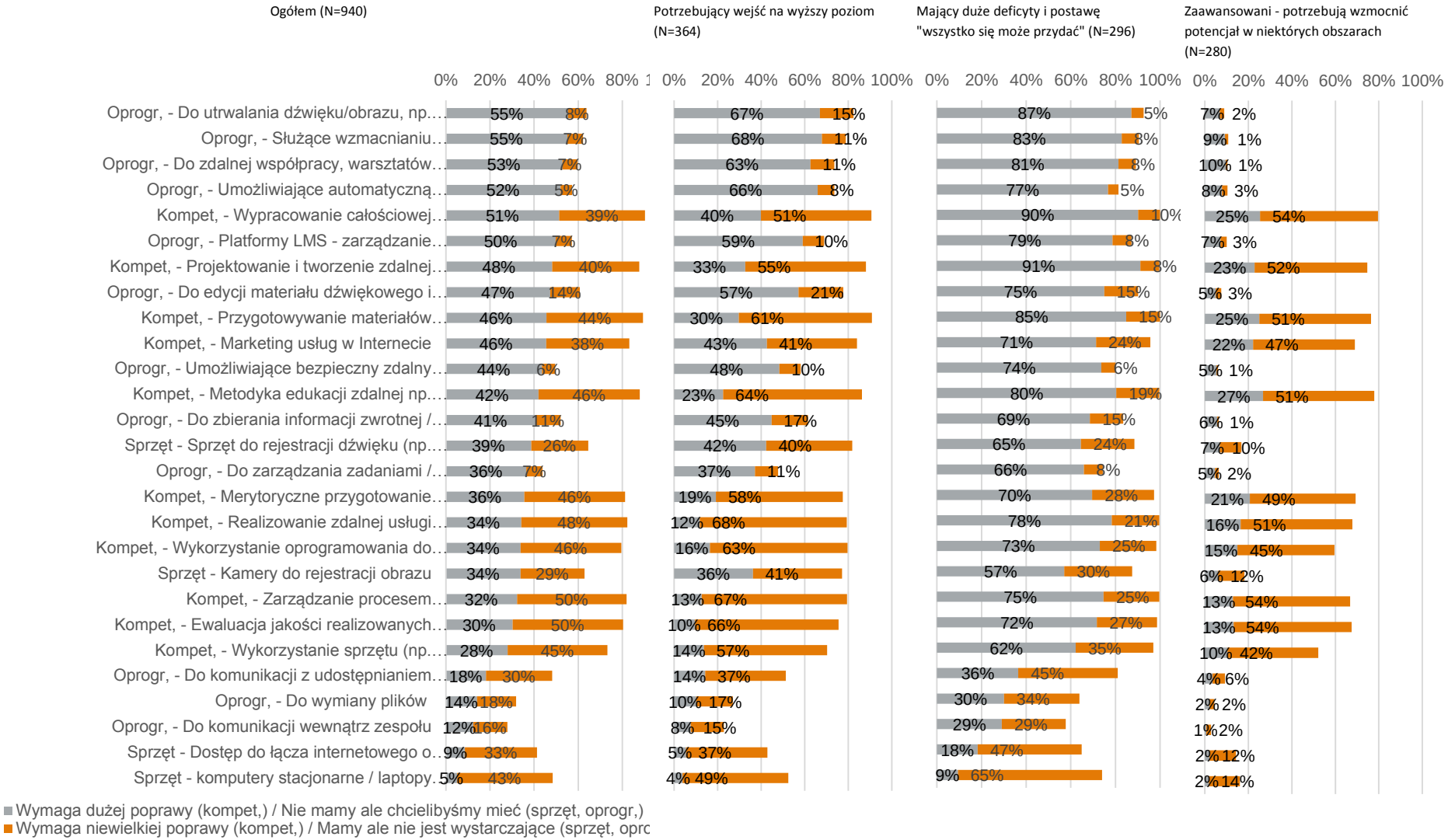


Źródło: Badanie CAWI podmiotów świadczących usługi rozwojowe (N=940).

Zidentyfikowano trzy, o zrównoważonej liczebności, kategorie usługodawców których charakteryzuje odmienny profil potrzeb. Są to usługodawcy:

- Potrzebujący wejść na wyższy poziom – którzy deklarują duże potrzeby w wybranych, specyficznych obszarach,
- Mający duże deficyty – cechuje ich podejście "wszystko się może przydać",
- Zaawansowani, którzy potrzebują głównie wzmocnić potencjał swój potencjał, a tylko pojedynczych obszarach mają duże potrzeby.

Wykres 10 Potrzeby podmiotów w podgrupach wyróżnionych wg specyfiki potrzeb



Tym, co łączy wszystkie trzy podgrupy jest rozpowszechniona potrzeba podwyższenia swoich kompetencji niezbędnych do **wypracowania całościowej koncepcji zmiany**, zdiagnozowania sytuacji i możliwości oraz przełożenia wniosków na plan działania. Grupy różnią się pod względem natężenia tej potrzeby: ci, z największymi deficytami deklarują dużą potrzebę poprawy w tym obszarze (jak i w większości innych obszarów). Wśród potrzebujących wejść na wyższy poziom 40% ma dużą potrzebę rozwinięcia się w obszarze diagnozy i planowania, a połowa potrzebuje niewielkiej poprawy związanych z tym kompetencji. Natomiast wśród najbardziej zaawansowanych tylko ¼ ma duże braki w tym obszarze a połowa potrzebuje uzupełnić posiadane kompetencje.

Potrzebujący wejść na wyższy poziom deklarują przede wszystkim zapotrzebowanie na różne rodzaje **oprogramowania, które pozwoli im przygotować profesjonalne i angażujące usługi**, w tym oprogramowania do utrwalania i edycji materiału dźwiękowego i video, oraz do aktywizowania uczestników szkoleń i spotkań grupowych. Ponadto deklarowane potrzeby świadczą o ich dość częstym dążeniu do profesjonalizacji procesów realizacji usług zdalnych (learning management systems, zabezpieczenia, zarządzanie projektami, ewaluacja).
W zakresie kompetencji potrzebują przede wszystkim rozwinąć swoje umiejętności prowadzenia marketingu w Internecie. Natomiast ich profil kompetencji merytorycznych związanych z przygotowaniem usług zdalnych i tworzeniem atrakcyjnych i adekwatnych odpowiednich materiałów dydaktycznych kształtuje się bardzo podobnie, jak w grupie podmiotów najbardziej zaawansowanych. Według deklaracji przeważająco radzą sobie w tych obszarach kompetencyjnych, a brakuje im narzędzi. Niemniej w obu kategoriach usługodawców występują podgrupy tych, którzy nie mają kompetencji w dziedzinie przygotowywania usług zdalnych i materiałów potrzebnych do ich profesjonalnej realizacji.

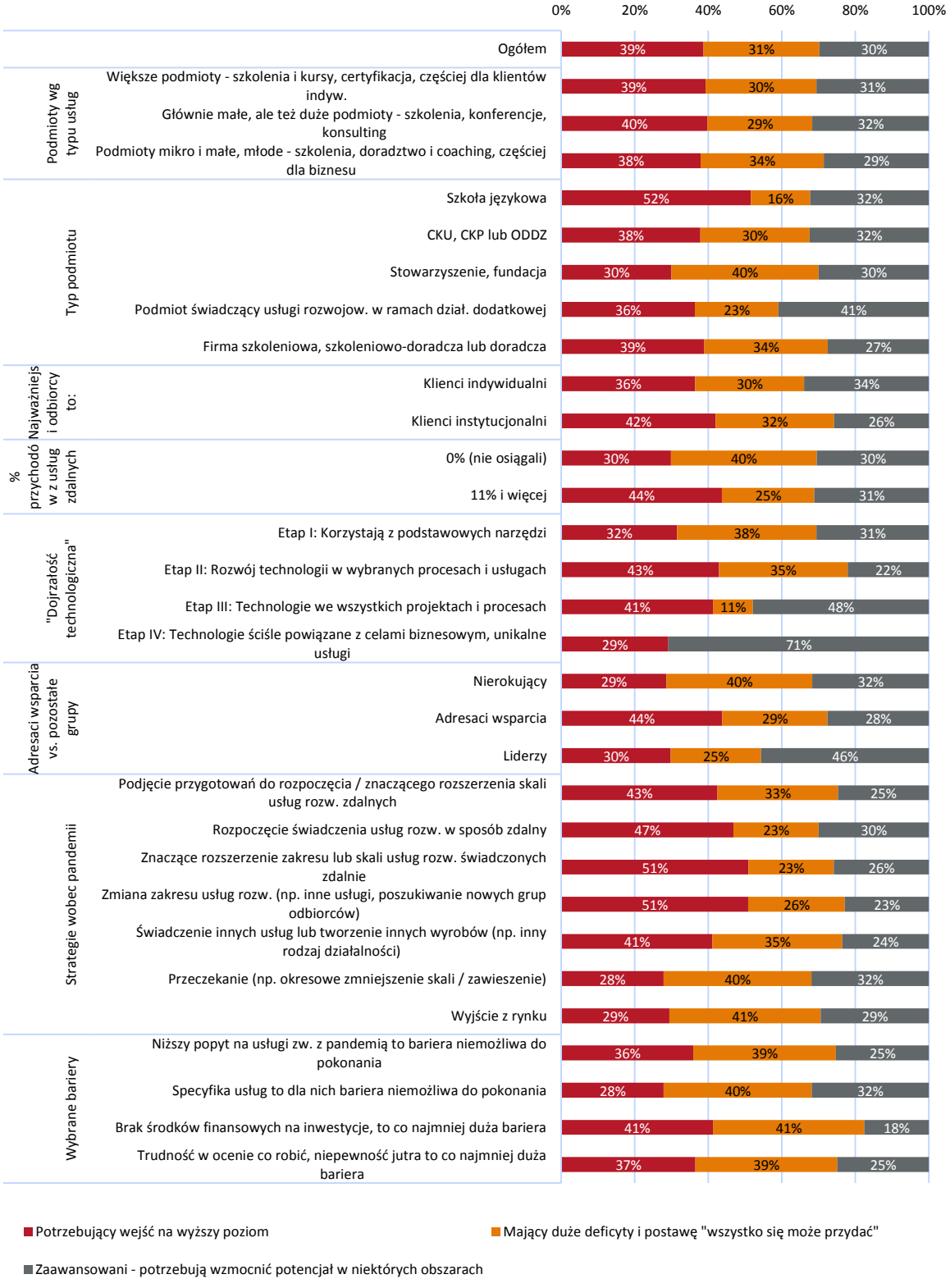
Druga grupa, to podmioty deklarujące duże deficyty. Ich wskazania dotyczące potrzeb są silnie współzależne i składają się na postawę **"wszystko się może przydać"**. Niemal powszechnie deklarują duże potrzeby w obszarze opracowania diagnozy i strategii, i deklarowane przez nich potrzeby szczegółowe to potwierdzają. Najwyraźniej nie mają jeszcze pomysłu, jak sobie radzić w trudnej sytuacji wszystkie możliwe kierunki wydają im się równie atrakcyjne.

Z tego powodu bezzasadne byłoby planowanie wsparcia dla sektora usług rozwojowych jedynie na podstawie deklarowanych potrzeb szczegółowych i zakładanie, że usługodawcom trzeba zapewnić wszystkie te narzędzia i szkolenia, które wskażą. Niewątpliwie duża część z nich potrzebuje wsparcia by od podstaw zdiagnozować warunki i możliwości i wypracować biznesplan, a pozostali najczęściej potrzebują pewnego wsparcia w tym zakresie.

Natomiast usługodawcy „zaawansowani" rzadko mają poważne deficyty (choć w dziedzinie kompetencji mają je podobnie często jak pierwsza grupa). Potrzebują natomiast wzmocnić potencjał w niektórych obszarach. Tak jak u pozostałych jest to przede wszystkim wypracowanie całościowej koncepcji zmiany oraz projektowanie, tworzenie usług zdalnych i ich marketing, zarządzanie nimi i ich ewaluacja, a ponadto merytoryczne przygotowanie oferty, metodyka i opracowanie materiałów dydaktycznych, umiejętności obsługi

oprogramowania do kontaktu z odbiorcami. Zatem ci usługodawcy mają niezbędne narzędzia, ale chcieliby w przemyślany sposób wypracować i rozwijać nową ofertę i zapewniając jej wysoką jakość.

Wykres 11 Potrzeby usługodawców w podgrupach



Źródło: Badanie CAWI podmiotów świadczących usługi rozwojowe (N=940).

Analiza częstości występowania poszczególnych profili potrzeb w podgrupach usługodawców wyróżnionych ze względu na szereg czynników wykazuje, że potrzeby – rozpatrywane całościowo, a nie szczegółowo jak w następnym rozdziale – są podobne, niezależnie od cech charakteryzujących podmioty np. od ich wielkości, doświadczenia na rynku i typu świadczonych usług. Wyjątek stanowią tylko szkoły językowe – najbardziej zaawansowane w dziedzinie usług zdalnych, i podmioty świadczące usługi rozwojowe w ramach działalności dodatkowej – które deklarują niewielkie potrzeby, najprawdopodobniej dlatego, że koncentrują się na przetrwaniu za pomocą pozostałej oferty.

Stan potrzeb jest silnie związany z istniejącym poziom cyfryzacji podmiotu, gdyż jest to poniekąd inny sposób opisania tego samego, tj. odróżnienia tych, którzy mają nowe technologie i je szeroko wykorzystują, tych, którzy korzystają z nich w mniejszym zakresie, i tych, którzy używają podstawowych narzędzi informatycznych. Wiąże się z tym oczywiście doświadczenie w prowadzeniu usług zdalnych. Czyli innymi słowy lepszej sytuacji są podmioty, które już przed pandemią działały w obszarach gospodarki cyfrowej, w tym – bardziej i intensywnie korzystały z narzędzi cyfrowych do realizacji usług nawet jeśli nie były to usługi świadczone zdalnie. Te zaś, które dotychczas miały zupełnie inny profil, a w związku z tym ich zasoby i kompetencje cyfrowe są podstawowe, są zaś częściej zagubione i mają trudności w wypracowaniu rozwiązań i przekształceniu swoich działań by przetrwać.

Aktywne działania dostosowawcze czyli przygotowanie do rozwinięcia usług zdalnych i rozwijanie ich prowadzą przede wszystkimi podmioty „potrzebujące wejść na wyższy poziom". Wcale nie wyróżniają się pod tym względem te „zaawansowane" tj. mające rozwinięte zasoby sprzętu i oprogramowania, a poziom kompetencji tylko trochę lepszych od pierwszej ww. grupy. Zapewne więc „zaawansowani" dalej świadczą swoje sprawdzone usługi, modyfikując je lub rozszerzając w mniejszym zakresie. Udział tych, którzy deklarują duże, ale nieprzypadkowo wymienione potrzeby rozwojowe, czyli „potrzebujących wejść na wyższy poziom" jest szczególnie wysoki w podgrupie „adresatów wsparcia", co pozwala wstępnie zdefiniować to wsparcie jako najbardziej zbliżone do profilu potrzeb tej grupy. „Potrzebujący wejść na wyższy poziom" doświadczają podobnie jak wszyscy problemów wynikających ze spadku popytu, nie są to jednak problemy bardziej nasilone niż w innych podgrupach. Są trochę mniej od innych ograniczeni specyfiką swoich usług, która dotychczas wymagała fizycznej obecności odbiorców, ale nie oznacza to, że mogą wszystkie usługi przenieść do sieci, połowa z nich stara się tworzyć nowe usługi i znajdować nowe grupy docelowe. Często natomiast brakuje im środków finansowych by samodzielnie przeprowadzić zmianę.

Z kolei podmioty, które starają się przeczekać pandemię, oraz te (bardzo nieliczne) które kończą działalność, to zarazem głównie ci, którzy deklarują dużą „potrzebę wszystkiego". Deklarujący takie potrzeby często podmioty nierokujące że faktycznie rozwiną usług zdalne. Zatem intensywne wsparcie od podstaw jest uzasadnione, ale nie dla wszystkich, którzy deklarują taką potrzebę.

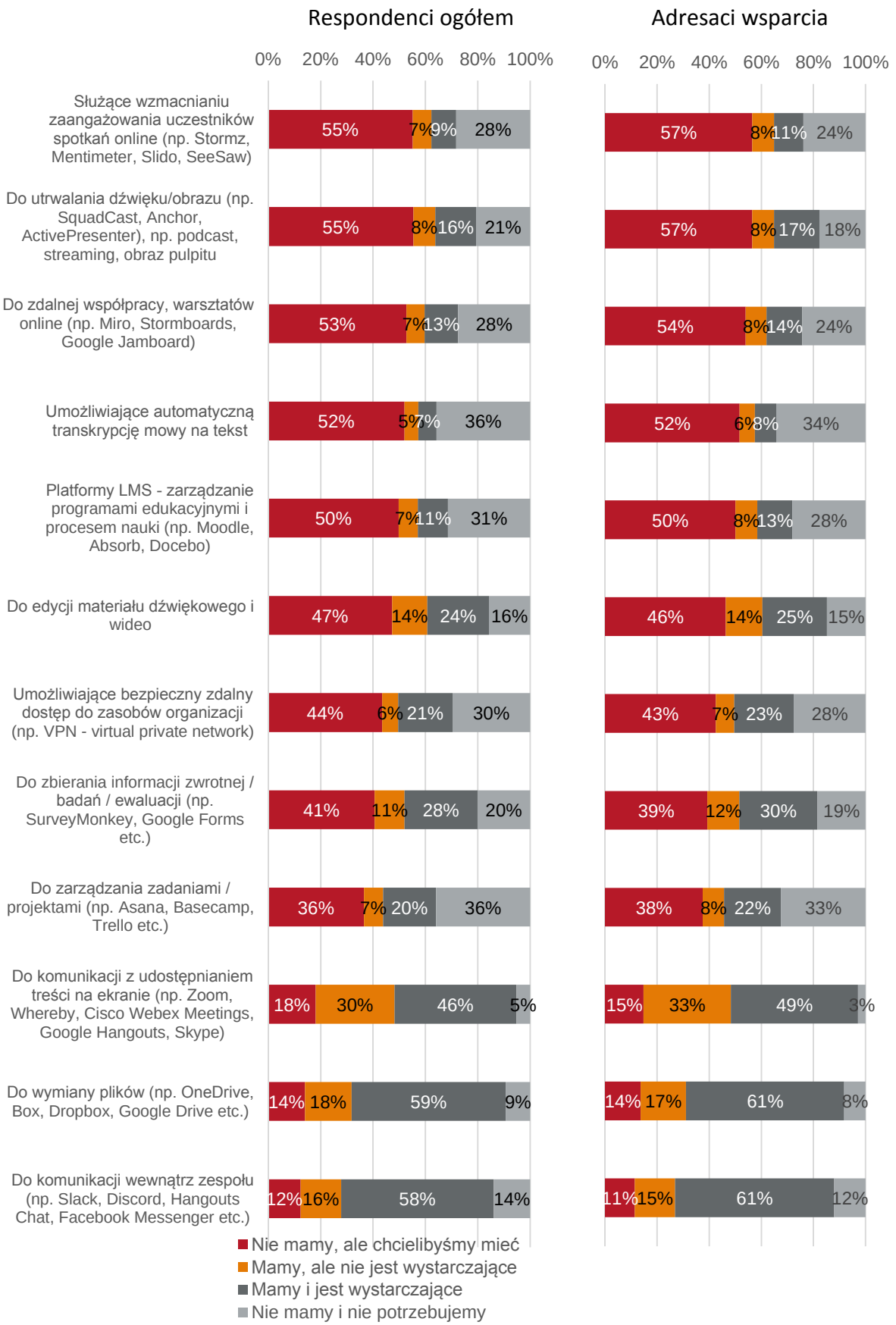
Potrzeby w zakresie oprogramowania

Wprowadzenie

W niniejszym rozdziale przedstawiono potrzeby podmiotów w zakresie oprogramowania niezbędnego do świadczenia usług rozwojowych w formie zdalnej. Przeanalizowano potrzeby wynikające z deklaracji respondentów oraz sformułowano hipotezy odnośnie potrzeb w kontekście odpowiedzi na inne pytania zadawane w badaniu kwestionariuszowym.

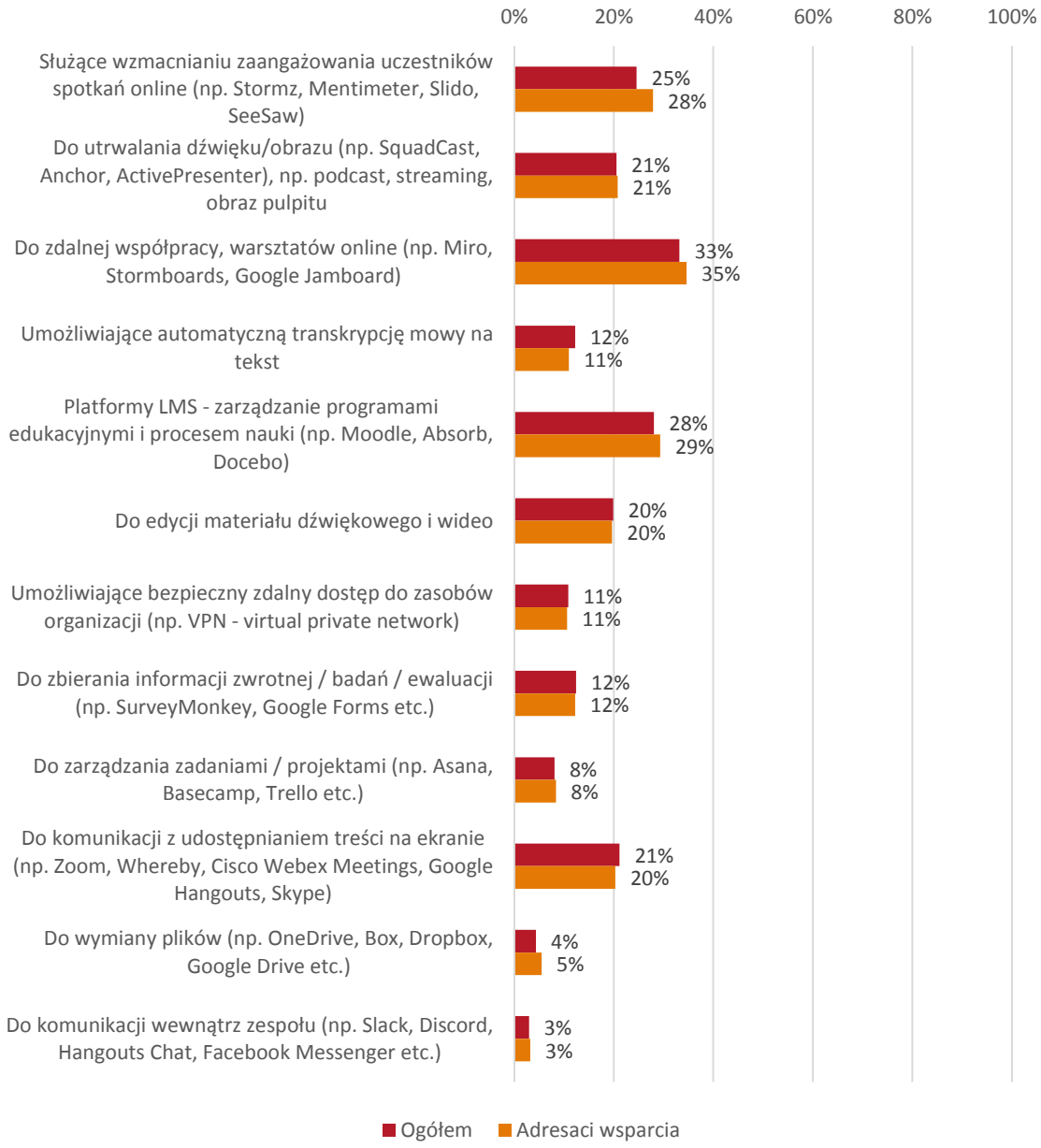
Przedstawiciele podmiotów świadczących usługi rozwojowe zostali poproszeni o wskazanie w odniesieniu do poszczególnych kategorii oprogramowania, czy jest to obszar niewymagający poprawy, wymagający niewielkiej lub też znacznej poprawy. Następnie wskazywali maksymalnie trzy najważniejsze – jedynie spośród tych, które wcześniej uznali za wymagające poprawy.

Wykres 12 Potrzeby uzupełnienia oprogramowania



Źródło: Badanie CAWI podmiotów świadczących usługi rozwojowe. N ogółem = 950, adresaci wsparcia = 621.

Wykres 13 Potrzeby uzupełnienia oprogramowania – najważniejsze dla przetrwania na rynku lub poprawy pozycji konkurencyjnej organizacji (max. 3 spośród wcześniej wymienionych)



Źródło: Badanie CAWI podmiotów świadczących usługi rozwojowe. N ogółem = 950, adresaci wsparcia = 621.

Głównymi przeszkodami w rozwijaniu usług zdalnych są: **spadek popytu na usługi rozwojowe, specyfika usług** często wymagająca fizycznej obecności osób uczących się (a w związku z tym nieraz konieczność zmiany obszaru usług i grupy docelowej by w ogóle móc kontynuować działania), **trudności w wypracowaniu koncepcji i przeprowadzeniu zmiany na poziomie strategicznym** i **brak środków na inwestycje**.

Narzędzia do komunikacji z uczestnikami i stosowania metod aktywizujących

Narzędzia, które chciałoby mieć najwięcej wielu usługodawców (choć niemały jest udział tych, którzy zadeklarowali, że ich nie mają i nie potrzebują), to te **służące wzmacnianiu zaangażowania uczestników spotkań online** (np. Stormz, Mentimeter, Slido, SeeSaw). Niemal równie wysokie jest zapotrzebowanie na i narzędzia **do zdalnej współpracy i warsztatów online** (np. Miro, Stormboards, Google Jamboard). Jednocześnie narzędzia do zdalnej współpracy i warsztatów online znalazły się na pierwszym miejscu wśród najważniejszych dla przetrwania na rynku i zbudowania swojej pozycji konkurencyjnej.

Zapotrzebowanie na takie narzędzia jest duże – tylko trochę mniejsze niż na te do utrwalania obrazu i dźwięku, a to dlatego, że nie wszyscy usługodawcy pracują z grupami w formule „na żywo", przykładowo formuła rzadziej będzie miała zastosowanie np. do doradztwa czy do szkoleń indywidualnych. Najwyraźniej więc większość usługodawców zarazem dostrzega wyzwania związane ze zbudowaniem relacji z uczestnikami (i pomiędzy nimi) i z utrzymaniem ich uwagi w przypadku pracy w formule zdalnej pracy z grupą, a jednocześnie jeszcze z takich narzędzi nie korzystała – czy to z powodu nieuruchomienia usług zdalnych, czy z niewiedzy o istnieniu tych narzędzi i o ich możliwościach.

Może niepokoić, że aż 26% podmiotów prowadzących grupowe szkolenia, kursy czy warsztaty jest zdania, że nie potrzebują narzędzi do wzmacniania zaangażowania uczestników spotkań online, a 25% nie potrzebuje narzędzi do zdalnej współpracy. Wskazuje to, jak duża jest podgrupa podmiotów mających najprawdopodobniej niską świadomość w zakresie metodyki kształcenia, niedoceniających metod aktywizujących uczestników. Jednocześnie wśród podmiotów, które nie chcą korzystać z narzędzi wzmacniających zaangażowanie uczestników, tylko 33% stwierdziło, że mają dużą potrzebę podwyższenia kompetencji w dziedzinie metodyki edukacji zdalnej. Podobnie stwierdziło 32% tych, którzy nie chcą korzystać z narzędzi do współpracy wirtualnej. Skala **niewiedzy o własnych deficytach metodycznych i o dostępnych możliwościach (a w związku z tym brak zainteresowania narzędziami)** wydaje się więc niemała, nawet jeżeli uwzględnić, że część z tych podmiotów, to takie, które nie potrzebują ww. narzędzi ani kompetencji z uwagi na specyfikę swoich usług. Jest to mniejszość usługodawców, ale nie mniejszość marginalna.

O wiele rzadziej deklarowano zapotrzebowanie na **narzędzia do komunikacji głosowej lub video** z możliwością udostępnienia treści na ekranie (np. Zoom, Whereby, Cisco Webex Meetings, Google Hangouts, Skype etc.). Wynika to stąd, że 77% usługodawców zadeklarowało, że dysponują takimi narzędziami, w tym dla 46% są one wystarczające. Są to podstawowe narzędzia do realizacji zdalnych usług w czasie rzeczywistym, i prawie wszystkie z wymienionych przykładowo narzędzi są bezpłatne. Dlatego można raczej zastanawiać się, dlaczego w ogóle niektórzy wskazali, że takich narzędzi nie mają (ale ich potrzebują). Jak wynika z analizy, wyjaśnieniem jest nieprowadzenie usług online. Najczęściej brak i zarazem potrzebę takich narzędzi wskazali ci, którzy jeszcze nie świadczyli usług zdalnych, podczas

gdy ci, którzy rozpoczęli lub rozszerzyli świadczenie tych usług niemal nigdy nie wskazywali tej odpowiedzi.

Narzędzia do przygotowania materiałów dydaktycznych

Narzędzia, w które chciałaby zainwestować niemal największa część usługodawców, i jednocześnie tylko niewielu z nich uważa je za zbędne, to te służące do **utrwalania dźwięku lub obrazu np. w celu uruchomienia podcastu, streamingu treści video, nagrania obrazu pulpitu komputera** etc. (takie jak SquadCast, Anchor, ActivePresenter), których nie ma a chciałoby nimi dysponować 55% badanych. Można więc sądzić, że, chcąc rozwijać świadczenie usług zdalnie usługodawcy chcieliby przede wszystkim przygotowywać **materiały multimedialne do e-learningu**. Przemawia za tym również ustalenie, że wśród kompetencji, które chcieliby rozwinąć, wysoką pozycję zajmuje przygotowywanie materiałów dydaktycznych do form zdalnych (prezentacji, tutoriali, video-wykładów, ćwiczeń itp.), ponadto obydwie potrzeby współwystępują: aż 57% tych, którzy chcieliby mieć ww. oprogramowanie, wskazało też, że ich umiejętności w zakresie przygotowywania materiałów dydaktycznych di form zdalnych wymagają znacznej poprawy. Skądinąd współzależność wskazań ma miejsce w odniesieniu do większości potrzeb w zakresie oprogramowania, sprzętu i kompetencji, czyli w, w pewnym uproszczeniu, im wyższe są kompetencje cyfrowe usługodawców, tym szerszym wachlarzem narzędzi dysponują (i odwrotnie). Zagadnienie to opisano szerzej w rozdziale dotyczącym strategii i barier. Warto też zaznaczyć, że chociaż duża część usługodawców chciałaby mieć narzędzia do utrwalania dźwięku lub obrazu, to nie są one z ich perspektywy kluczowe dla przetrwania na rynku lub zbudowania przewagi konkurencyjnej, jakkolwiek mają znaczenie w tym procesie.

Trochę mniej badanych wskazało zapotrzebowanie na narzędzia do **edycji materiału dźwiękowego i video** (47% ich nie ma i chciałoby je mieć). Jednak nie dlatego, że niektórzy uważają je za niepotrzebne, lecz raczej dlatego, że już nimi dysponują. Aż 89% podmiotów niemających i potrzebujących narzędzi do utrwalania obrazu i dźwięku wyraziło też zapotrzebowanie na narzędzia do ich edycji lub chciałaby dysponować lepszymi narzędziami do edycji. Zatem na poziomie deklaracji świadomość, że nagrane materiały warto opracować przed publikacją wydaje się powszechna.

Ponad połowa badanych (52%) chciałaby mieć oprogramowanie do **automatycznej transkrypcji mowy na tekst**. Pozostali najczęściej nie mają takiej potrzeby, natomiast niewiele podmiotów już dysponuje podobnym oprogramowaniem (tylko 12%) i podobnie często ocenia je jako wystarczające i jako niewystarczające. Duża różnica pomiędzy tym, jak często takie oprogramowanie jest pożądane, a jak często – używane może świadczyć o tym, że wielu usługodawców nie wie o tym, że istnieją programy, którym można podyktować tekst. Być może też w istocie zapotrzebowanie na nie jest umiarkowane, a dość częste wskazania wynikają z obecnej u części badanych tendencji by zaznaczyć wszelkie możliwe rozwiązania które „mogą się przydać”.

Narzędzia do organizacji usług

Wśród narzędzi do organizacji usług świadczonych zdalnie i do pracy zdalnej tymi, które usługodawcy najczęściej chcieliby mieć ale ich nie mają (50%) są **narzędzia typu LMS (Learning Management Systems) umożliwiające zarządzanie programami edukacyjnymi i procesem nauki (takie jak np. Moodle, Absorb, Docebo etc.)**. Jednocześnie aż 31% badanych stwierdziło, że nie potrzebują takich narzędzi, a nieliczni już ich używają. Są to narzędzia przeznaczone do organizacji większych przedsięwzięć e-learningowych. W podgrupie podmiotów, które osiągały nie mniej niż 11% przychodów z usług zdalnych, z takich narzędzi korzysta 32%, a więc nawet wśród nich nie są to narzędzia powszechnie używane. Jednocześnie narzędzia LMS należą do najbardziej powszechnie postrzeganych jako kluczowe dla utrzymania się na rynku lub poprawy swojej pozycji konkurencyjnej. Natomiast znacznie mniej respondentów zadeklarowało zapotrzebowanie na narzędzia do **zarządzania zadaniami i projektami**, takie jak np. Asana, Basecamp czy Trello (36%). Nie są to też narzędzia powszechnie używane – korzysta z nich 28% podmiotów, a aż 36% ich nie potrzebuje.

Można sądzić, że deklaracje o zapotrzebowaniu na oprogramowanie LMS były często „na wyrost". Można je uznać do pewnego stopnia za przejaw potrzeby zorganizowania i uporządkowania procesu zdalnego kształcenia i doradztwa oraz pragnienia uzyskania wysokiego poziomu zaawansowania oferowanych usług. Jest to również, u części badanych, przejaw postawy „wszystko się może przydać".

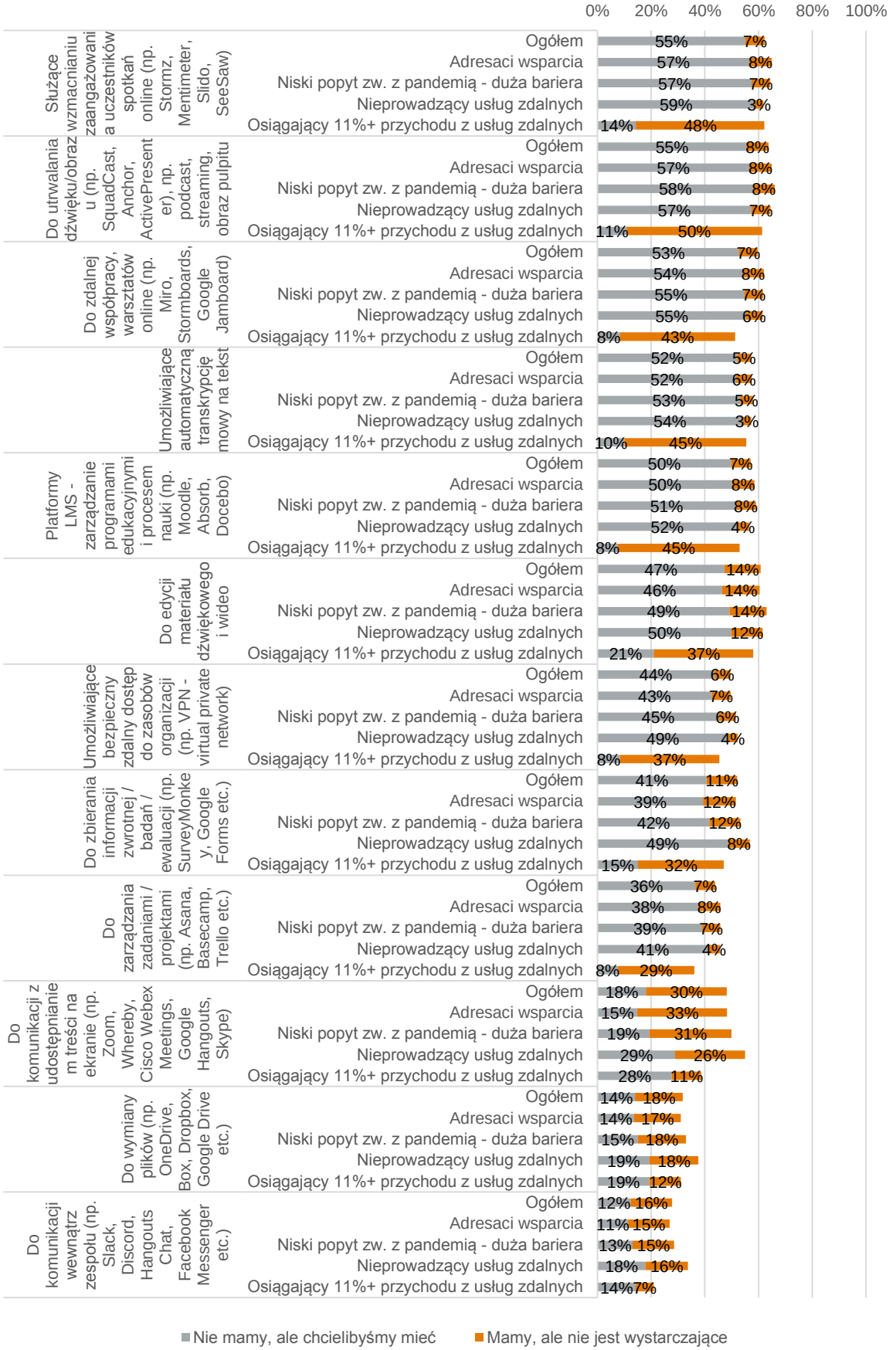
Do potrzeb wskazywanych najrzadziej należało zapotrzebowanie na rozwiązania do wymiany plików (np. OneDrive, Box, Dropbox, Google Drive etc.). Zapotrzebowanie na nie zadeklarowało tylko 14% badanych, podczas gdy 77% już z nich korzysta. Ponieważ korzystanie z „chmury" to najbardziej podstawowe rozwiązanie w zespołowej pracy zdalnej (najrzadziej potrzebują takich rozwiązań osoby prowadzące jednoosobową działalności niezatrudniające nikogo), nie zaskakuje, że badani albo już z niej korzystają, albo nie uważają tego za potrzebne. Brak takich rozwiązań i zarazem zapotrzebowanie na nie istotnie częściej wskazali przedstawiciele podmiotów najmniej zaawansowanych technologicznie i tych, które dotychczas nie realizowały usług zdalnych.

Dość znaczna część badanych (41%) nie korzysta ale deklaruje, że chciałaby korzystać z narzędzi do **zbierania informacji zwrotnej / badań / ewaluacji** (np. SurveyMonkey, Google Forms etc.). Takie narzędzia są dostępne bezpłatnie, korzystanie z nich wymaga natomiast opanowania umiejętności ich użycia – nie jest to jednak szczególnie trudne. Może przy tym zastanawiać, że brak takich narzędzi i jednocześnie zapotrzebowanie na nie wskazało 40% podmiotów które według deklaracji zajmują się ewaluacją swoich usług. Wyjaśnieniem może być to, że narzędzia do zbierania informacji zwrotnej sytuuje się nisko w kategorii niezbędnych do przetrwania lub poprawy pozycji konkurencyjnej. Świadczyłoby to o częstym nieprzywiązywaniu wagi do informacji zwrotnej jako informacji przydatnej do poprawy jakości usług i zwiększania własnej konkurencyjności.

Natomiast jeżeli już chodzi o bezpieczeństwo zasobów znajdujących się w sieci, to potrzeby są znacznie większe. Zapotrzebowanie na oprogramowanie umożliwiające **bezpieczny zdalny dostęp do zasobów organizacji (np. VPN - virtual private network)** wyraziło 44% badanych, a korzystanie z niego zadeklarowało tylko 27%. W rzeczywistości rozwiązania „chmurowe" zapewniają do pewnego stopnia zabezpieczenie danych, tj. są one dostępne dla zalogowanych użytkowników, ale też dla dostawcy „chmury". Dość częste wskazania w tej kategorii mogą świadczyć o obawach o bezpieczeństwo danych, w tym własności intelektualnej.

Najrzadziej deklarowaną potrzebą było natomiast zapewnienie narzędzi do komunikacji wewnątrz zespołu (np. Slack, Discord, Hangouts Chat, Facebook Messenger etc.) – wskazało na nią 12% badanych. Jest to też potrzeba łatwa do zaspokojenia i w dużym stopniu zaspokojona – z podobnych narzędzi korzysta 74% badanych podmiotów. Inni ich nie potrzebują – zapewne wystarcza im telefon i poczta elektroniczna. Może raczej zastanawiać, czym charakteryzują się podmioty, w których potrzeba jest deklarowana, a jeszcze się nie korzysta z komunikatorów. Są to istotnie częściej instytucje będące na najniższym poziomie wykorzystania technologii informacyjnych, a także te istniejące od wielu lat, zwłaszcza CKU/CKP/ODDZ. Zatem są to przede wszystkim ci, którzy dotychczas kształcili w znacznej mierze w zakresie kompetencji wymagających wykonywania zadań w świecie fizycznym, i ci, którzy mają od dawna wypracowane sposoby postępowania i być może cechuje ich pewna rutyna oraz niższy poziom kompetencji cyfrowych.

Wykres 14 Zapotrzebowanie na oprogramowanie w podgrupach usługodawców



Źródło: Badanie CAWI podmiotów świadczących usługi rozwojowe. N ogółem = 950, adresaci wsparcia = 621, niski popyt = 791, nieświadczący usług zdalnych = 335, co najmniej 11% przychodu z usług zdalnych = 119.

Analizując deklarowane zapotrzebowanie na oprogramowanie można stwierdzić, że potrzeby w tym zakresie są wskazywane niemal powszechnie niezalenie od tego, jak usługodawcy oceniają kluczowe uwarunkowanie wewnętrzne jakim jest popyt na ich usługi i czy mają jakiekolwiek doświadczenie w prowadzeniu usług zdalnie (za wyjątkiem tych z większym doświadczeniem). Można więc sądzić, że są to nie tyle potrzeby, które powinny być w całości zaspokojone, ile pomysły na to, jak przetrwać.

Potrzeby są – co oczywiste – mniejsze tylko wśród tych, którzy już wcześniej rozwinęli usługi w formie zdalnej, ale oni z kolei podobnie często chcieliby udoskonalić swoje narzędzia, jak pozostali chcieliby je wprowadzić.

Deklarowane potrzeby w dziedzinie oprogramowania są zróżnicowane w zależności od poziomów „dojrzałości technologicznej" podmiotów. Podmioty na „Etapie I", czyli korzystające z podstawowych narzędzi ale nie skupiające się na nowych technologiach, istotnie częściej od pozostałych wskazały, że nie dysponują poszczególnymi rodzajami oprogramowania (istotnie częściej nie mają go ale go potrzebują lub nie mają i nie potrzebują). Jeżeli zaś mają dane oprogramowanie, to często jest ono niewystarczające do świadczenia usług w formie zdalnej.

Podmioty na „Etapie II" czyli używające technologii w niektórych procesach czy usługach, w odpowiedzi na pytanie o każdy rodzaj oprogramowania istotnie częściej od bardziej zaawansowanych wskazywały, że nie go mają, ale potrzebują.

Ci, którzy są na „Etapie III" czyli wykorzystują nowoczesne technologie we wszystkich projektach i procesach, oczywiście są lepiej wyposażeni w oprogramowanie od podmiotów mniej zaawansowanych technologicznie. Jednocześnie najczęściej uważają posiadane oprogramowanie za wystarczające, za wyjątkiem tego do utrwalania dźwięku i obrazu oraz do wzmacniania zaangażowania uczestników spotkań online – w tych obszarach częściej niż w innych chcieliby wzmocnić swój potencjał.

Szacowanie wysokości wsparcia

Na podstawie wyników badania można podjąć próbę oszacowania wysokości wsparcia, które pomogłoby zaspokoić zidentyfikowane potrzeby firm działających w branży UR. Poniżej prezentujemy próbę takiego oszacowania dla firm szkoleniowych i szkoleniowo-doradczych. Dla tego segmentu sektora UR mamy możliwość przybliżonego określenia liczby aktywnych podmiotów w Polsce. PIFS jest w trakcie opracowywania zestawienia liczby aktywnych podmiotów w pozostałych segmentach, gdy to się stanie, możliwe będzie oszacowanie wysokości wsparcia także dla pozostałych firm.

Szacowanie liczby podmiotów w sektorze firm szkoleniowych i szkoleniowo-doradczych

W szacowaniu liczby podmiotów w tym segmencie sektora UR oparliśmy się na Rejestrze Instytucji Szkoleniowych (RIS). Sugestia oparcia się na tym rejestrze w próbie szacowania wielkości rynku znajduje się np. w tych publikacjach:

http://www.pkobp.pl/media_files/6df66082-489e-441f-9413-f66a726c945b.pdf

https://repozytorium.uwb.edu.pl/jspui/bitstream/11320/7145/5/M_Smolska_Trendy_rynku_uslug_szkoleniowych_w_Polsce.pdf

Baza RIS zawiera w momencie realizacji badania (maj 2020) 12.000 podmiotów. Baza nie zawiera informacji na temat tego, które z tych organizacji są firmami szkoleniowymi, a także zakłada, że wszystkie prowadzą aktywną działalność, co nie musi być prawdą. Wyniki zrealizowanego badania pokazują, że:

- spośród 1921 firm, które zgodziły się wziąć udział w badaniu (zaakceptowały klauzulę RODO, stanowiącą wstęp do ankiety), 1163 to firmy szkoleniowe, szkoleniowo-doradcze lub doradcze. Stanowi to 60,5% wszystkich firm, które zaakceptowały klauzulę,
- dodatkowo, 30% tych firm odpowiedziało, że w ciągu ostatnich 12 miesięcy nie osiągało przychodu z tytułu prowadzenia działalności szkoleniowej, a zatem uznajemy je za aktywne.

Zakładając losowy charakter zgód na uczestnictwo w badaniu, oznaczałoby to, że w bazie RIS, najlepszym operacie firm szkoleniowych i szkoleniowo-doradczych w Polsce, znajduje się ok. 5100 firm szkoleniowych, osiągających przychody ze swojej działalności (12000*60,5%*70%). Liczba ta (**5100**) stanowi podstawę poniższych szacunków.

Pozostałe założenia modelu estymacji

Pozostałe założenia modelu są następujące:

W szacowaniu uwzględniono tylko instytucje, które w niniejszym raporcie określa się jako „adresatów wsparcia". W przypadku firm szkoleniowych i szkoleniowo-doradczych jest to 64,3% badanych firm z tego segmentu,

W przypadku oprogramowania szacowane są koszty rocznej licencji dostępu do usługi. Dla poszczególnych kategorii oprogramowania przyjęto cenę najtańszej funkcjonalnej opcji. Jeśli dostępna jest darmowa alternatywa płatnych aplikacji, to postulowana wartość wsparcia wynosi 0 zł.,

Jeśli mowa o licencjach czy jednostkach sprzętu z przeznaczeniem dla pojedynczych pracowników, a nie dla firm, to przyjęto następujące założenia odnośnie do liczby licencji, w zależności od liczby pracowników:

Dla jednoosobowych działalności gospodarczych – 0,8925 licencji na jednostkę (współczynnik uwzględnia, że JDG pracujące wyłącznie pod marką pracodawcy otrzymują dostęp do sprzętu i oprogramowania pracodawcy, zaś JDG pracujące najczęściej, ale nie wyłącznie dla innego pracodawcy w połowi przypadków pracują na sprzęcie i oprogramowaniu własnym, a w połowie – na sprzęcie i oprogramowaniu pracodawcy,

- Firmy 1-4 zatrudnionych – 2 jednostki (licencje, oprogramowanie)
- Firmy 5-9 pracowników – 5 jednostek,
- 10-49 pracowników – 10 jednostek,
- 50-249 pracowników – 50 jednostek,
- 250 pracowników i więcej – 250 jednostek.

Biorąc pod uwagę rozkład cechy „wielkość zatrudnienia" uzyskany dla firm szkoleniowych w próbie daje to średnią liczbę jednostek (licencji, oprogramowania) na firmę ok. 5,15.

Tabela 4 Oszacowanie wielkości wsparcia dla firm szkoleniowych i szkoleniowo-doradczych

	Liczba firm szkoleniowych	% adresatów wsparcia	Nie mają, ale chcieliby mieć + mają, ale niewystarczajce	Cena (licencja na rok lub jednorazowy zakup)	Sztuk	SUMA
OPROGRAMOWANIE						
Służące wzmacnianiu zaangażowania uczestników spotkań online (np. Stormz, Mentimeter, Slido, SeeSa	5100	64,3%	65%	720 zł	1	1 532 115 zł
Do utrwalania dźwięku/obrazu (np. SquadCast, Anchor, ActivePresenter), np. podcast, streaming, obraz	5100	64,3%	65%	800 zł	1	1 702 350 zł
Do zdalnej współpracy, warsztatów online (np. Miro, Stormboards, Google Jamboard)	5100	64,3%	62%	384 zł	5,14575	4 017 471 zł
Umożliwiające automatyczną transkrypcję mowy na tekst	5100	64,3%	57%	218 zł	1	410 989 zł
Platformy LMS - zarządzanie programami edukacyjnymi i procesem nauki (np. Moodle, Absorb, Docebo	5100	64,3%	58%	0 zł	1	0 zł
Do edycji materiału dźwiękowego i wideo	5100	64,3%	60%	0 zł	1	0 zł
Umożliwiające bezpieczny zdalny dostęp do zasobów organizacji (np. VPN - virtual private network)	5100	64,3%	50%	221 zł	1	360 114 zł
Do zbierania informacji zwrotnej / badań / ewaluacji (np. SurveyMonkey, Google Forms etc.)	5100	64,3%	52%	0 zł	1	0 zł
Do zarządzania zadaniami / projektami (np. Asana, Basecamp, Trello etc.)	5100	64,3%	46%	0 zł	1	0 zł
Do komunikacji z udostępnianiem treści na ekranie (np. Zoom, Whereby, Cisco Webex Meetings, Googl	5100	64,3%	48%	720 zł	5,14575	5 868 262 zł
Do wymiany plików (np. OneDrive, Box, Dropbox, Google Drive etc.)	5100	64,3%	31%	0 zł	1	0 zł
Do komunikacji wewnątrz zespołu (np. Slack, Discord, Hangouts Chat, Facebook Messenger etc.)	5100	64,3%	27%	0 zł	1	0 zł
						13 891 301 zł
SPRZĘT						
Sprzęt do rejestracji dźwięku (np. mikrofony i membrany)	5100	64,3%	66%	463 zł	1	1 007 403 zł
Kamery służące do rejestracji obrazu	5100	64,3%	64%	2 572 zł	1	5 392 086 zł
Dostęp do łącza internetowego o niezbędnej przepustowości	5100	64,3%	40%	960 zł	1	1 267 436 zł
Sprzęt komputerowy (np. komputery stacjonarne lub laptopy wyposażone w głośniki i kamery interneto	5100	64,3%	49%	2 750 zł	5,14575	22 868 265 zł
						30 535 190 zł
SZKOLENIA						
Wypracowanie całościowej koncepcji zmiany (rozpoznanie szans, możliwości i źródeł przychodu, plan d	5100	64,3%	49%		1	0 zł
Projektowanie i tworzenie zdalnej usługi rozwojowej	5100	64,3%	45%	4 000 zł	1	5 956 521 zł
Przygotowywanie materiałów dydaktycznych do form zdalnych (prezentacji, tutoriali, video-wykładów,	5100	64,3%	44%		1	0 zł
Marketing usług w Internecie	5100	64,3%	48%		1	0 zł
Metodyka edukacji zdalnej np. dostosowanie sposobu przekazu, zadań, metod dydaktycznych i oceny d	5100	64,3%	39%		1	0 zł
Merytoryczne przygotowanie nowych rodzajów usług możliwych do realizacji w formule zdalnej (treści,	5100	64,3%	32%		1	0 zł
Realizowanie zdalnej usługi rozwojowej	5100	64,3%	30%	3 200 zł	1	3 109 301 zł
Wykorzystanie oprogramowania do kontaktu z odbiorcami (do videokonferencji, wykonywania zadań,	5100	64,3%	32%		1	0 zł
Zarządzanie procesem świadczenia zdalnej usługi rozwojowej	5100	64,3%	29%	2 400 zł	1	2 294 198 zł
Ewaluacja jakości realizowanych usług wykorzystująca narzędzia zdalne	5100	64,3%	26%		1	0 zł
Wykorzystanie sprzętu (np. komputerów, urządzeń do rejestracji obrazu i dźwięku)	5100	64,3%	26%		1	0 zł
						11 360 020 zł
SUMA						**55 786 511 zł**

PARP
Grupa PFR

Sektorowa Rada
ds. Kompetencji
Usługi Rozwojowe

ul. Londyńska 19 lok. 1; 03-921 Warszawa
tel.: 22 616 27 63
E-mail: radasektorowa@pifs.org.pl
www.rada.pifs.org.pl

Fundusze Europejskie Wiedza Edukacja Rozwój
Rzeczpospolita Polska
PARP Grupa PFR
Unia Europejska Europejski Fundusz Społeczny