



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Raport końcowy

„Badanie klientów i usługodawców usługi Punktów Konsultacyjnych KSU”

grudzień 2013



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Prezentowany raport jest wynikiem „Badania klientów i usługodawców usługi Punktów Konsultacyjnych KSU”, realizowanego przez firmę Quality Watch Sp. z o.o. w okresie wrzesień–grudzień 2013 r., na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości. Projekt jest współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w Ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

Wsparcie koordynacyjne projektu ze strony Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości: Sylwia Marczyńska. Wsparcie merytoryczne ze strony Zamawiającego zapewнили: Sylwia Marczyńska, Aleksandra Walczyk-Jansson, Małgorzata Czerwińska oraz Ewa Planutis.

Raport końcowy jest efektem pracy zespołu ekspertów firmy Quality Watch Sp. z o.o., do którego należeli: dr Joanna Hołub-Iwan, dr Andrzej Woźniakowski, Krystian Krawczyk, Piotr Szawiec oraz Anna Szczerbik.



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Spis treści

WPROWADZENIE	4
1. METODYKA BADAŃ	10
1.1. CEL I ZAKRES BADANIA	10
1.2. SZCZEGÓŁOWY OPIS METOD BADAWCZYCH	18
1.2.1. BADANIE DESK RESEARCH	18
1.2.2. ZOGNISKOWANE WYWIADY GRUPOWE.....	19
1.2.3. BADANIE ILOŚCIOWE METODĄ CAPI.....	19
2. WNIOSKI Z BADAŃ LITERATUROWYCH.....	23
3. CHARAKTERYSTYKA KLIENTÓW PUNKTÓW KONSULTACYJNYCH KSU	32
3.1. STRUKTURA PRZESTRZENNA BADANEJ POPULACJI ZE WZGLĘDU NA „TYP KLIENTA”	32
3.1. STRUKTURA PODMIOTÓW GOSPODARCZYCH – KLIENTÓW PK KSU	37
3.2. STRUKTURA OSÓB FIZYCZNYCH KORZYSTAJĄCYCH Z PUNKTÓW KONSULTACYJNYCH KSU	42
4. ZACHOWANIA KLIENTÓW W PROCESIE WYBORU USŁUG	45
4.1 PRZYCZYNY I MOTYWY KORZYSTANIA PRZEZ KLIENTÓW Z PUNKTÓW KONSULTACYJNYCH KSU (PB13)	45
4.2 CZYNNIKI WYBORU PRZEZ KLIENTÓW PK KSU. WIEDZA KLIENTÓW NA TEMAT STANDARDÓW ŚWIADCZENIA USŁUG PRZEZ PK KSU ORAZ MONITORINGU PK PRZEZ AGENCJĘ RZĄDOWĄ (PB3)	47
4.3 KWALIFIKACJE KONSULTANTÓW PK JAKO CZYNNIK O KLUCZOWYM ZNACZENIU W OCENIE USŁUG PKKSU....	53
4.4 SKŁONNOŚĆ DO PARTYCYPACJI W KOSZTACH USŁUG INFORMACYJNYCH ORAZ DORADCZYCH PRZEZ KLIENTÓW PK KSU (PB4)	55
4.5 ŹRÓDŁA WIEDZY KLIENTÓW NA TEMAT USŁUG PK KSU – KANAŁY KOMUNIKACJI Z KLIENTAMI (PB 9)	61
5. OPINIE NA TEMAT STANDARDÓW ŚWIADCZENIA USŁUG PK KSU	64
5.1 ADEKWATNOŚĆ I EFEKTYWNOŚĆ FORMUŁY „ONE STOP SHOP” W OPINII KLIENTÓW PK KSU (PB1).....	64
5.2 PREFEROWANY PRZEZ KLIENTÓW PK KSU MODEL ŚWIADCZENIA USŁUG (PB12).....	66
5.3 OPINIA KLIENTÓW PK KSU NA TEMAT „BONU DLA PRZEDSIĘBIORCÓW” NA USŁUGĘ (PB2)	69
6. PROPOZYCJE DOSKONALENIA ŚWIADCZONYCH USŁUG DORADCZYCH I INFORMACYJNYCH W PK KSU.....	72
6.1 OPINIE KLIENTÓW NA TEMAT PROCEDURY ŚWIADCZENIA PRZEZ PK KSU USŁUGI DORADCZEJ: ASYSTY W ROZPOCZYNANIU DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ I ASYSTY W PROWADZENIU DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ (PB 5).....	72
6.2 OPINIE KLIENTÓW NA TEMAT ROZWOJU USŁUG PK KSU (PB 6)	76
6.3 OPINIE KLIENTÓW PK KSU NA TEMAT POTENCJALNYCH/NOWYCH USŁUG, KTÓRE MOGŁYBY BYĆ ŚWIADCZONE PRZEZ PK KSU (PB 11)	78
7. SATYSFAKCJA KLIENTÓW Z USŁUG PK KSU ORAZ OPINIE NA TEMAT UZYSKANYCH KORZYŚCI.....	83
7.1 KORZYŚCI Z USŁUG PK KSU (PB 8).....	83
7.2 DOPASOWANIE USŁUG PK KSU DO POTRZEB KLIENTÓW	84
7.3 OGÓLNY POZIOM SATYSFAKCJI KLIENTÓW Z USŁUG PK KSU (PB 7)	88
8. WNIOSKI I REKOMENDACJE	91
9. ZAŁĄCZNIK: KWESTIONARIUSZ CAPI	116

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Wprowadzenie

Krajowy System Usług (KSU) powstał w 1996 r., na podstawie programu Phare 1995 – STEP I, realizowanego przez Polską Fundację Promocji i Rozwoju Małych i Średnich Przedsiębiorstw (obecnie PARP). W 2005 r. jego funkcjonowanie zostało sformalizowane zapisami rozporządzenia Ministra Gospodarki i Pracy w sprawie Krajowego Systemu Usług dla Małych i Średnich Przedsiębiorstw, a następnie strategią rozwoju Krajowego Systemu Usług, opracowaną w 2008 r. Krajowy System Usług jest wspierany przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości w zakresie projektu systemowego „Wsparcie i rozwój instytucji świadczących usługi na rzecz przedsiębiorczości oraz ich sieci”, współfinansowanego z Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach poddziałania 2.2.1 PO KL. **Misją KSU jest „rozwój przedsiębiorczości poprzez zapewnienie najwyższej jakości usług w kluczowych obszarach wymagających wsparcia państwa”¹.**

Instytucje zarejestrowane w KSU są na ogół organizacjami *non-profit*, niedziałającymi dla zysku lub takimi, które wypracowany zysk przeznaczają na cele statutowe związane z rozwojem przedsiębiorczości. Tym samym wśród instytucji KSU znajdują się np. agencje rozwoju regionalnego i lokalnego, centra wspierania biznesu, izby przemysłowo-handlowe, instytuty badawczo-rozwojowe, fundusze poręczeń kredytowych, fundusze pożyczkowe, szkoły biznesu, organizacje rzemiosła, fundacje i stowarzyszenia.

Obecnie Punkty Konsultacyjne KSU działają we wszystkich województwach w Polsce i w chwili badania było ich 56². Punkty Konsultacyjne Krajowego Systemu Usług świadczą na rzecz funkcjonujących i potencjalnych przedsiębiorców następujące rodzaje usług:

- usługi informacyjne,
- usługi doradcze, obejmujące asystę w prowadzeniu działalności gospodarczej i asystę w rozpoczynaniu działalności gospodarczej³.

Usługa informacyjna ma na celu zaznajomienie przedsiębiorcy lub osoby planującej założenie działalności gospodarczej z podstawowymi zasadami jej prowadzenia. Klient Punktu Konsultacyjnego KSU może dowiedzieć się m.in. jak wygląda procedura rejestracji działalności gospodarczej, jakie działania warto podjąć, by rozwijać działalność i dzięki temu osiągać coraz większe zyski oraz jak radzić sobie z typowymi problemami związanymi z codziennym prowadzeniem firmy. Ponadto, konsultanci KSU udzielają informacji na temat możliwości finansowania zewnętrznego na założenie lub rozwój działalności gospodarczej, co – jak wynika z badań – cieszy się bardzo dużym zainteresowaniem klientów.

W ramach usług doradczych: asysta w rozpoczynaniu działalności gospodarczej dla osób będących na etapie zakładania przedsiębiorstwa, potencjalni przedsiębiorcy pozyskują

¹ W oparciu o informacje ze strony internetowej PK KSU: http://ksu.parp.gov.pl/pl/oferta_ksu?first=Y

² W oparciu o informacje ze strony internetowej PK KSU: <http://ksu.parp.gov.pl/do/pKPublicList?sectionId=6369&pageId=6370&selectedProvince=58>

³ W oparciu o informacje ze strony internetowej PK KSU: http://ksu.parp.gov.pl/pl/oferta_ksu?first=Y

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

informacje na temat działań/czynności, jakie muszą podjąć w celu rejestracji działalności gospodarczej. Konsultanci KSU przeprowadzają klienta krok po kroku przez procedurę rejestracji działalności w CEIDG (Centralna Ewidencja i Informacja o Działalności Gospodarczej)⁴.

W ramach usług doradczych: asysta w prowadzeniu działalności gospodarczej, przedsiębiorcy mogą skorzystać z doradztwa w zakresie obowiązków formalno-prawnych, wynikających z prowadzenia działalności gospodarczej, organizacji wewnętrznej i zewnętrznej przedsiębiorstwa, marketingu dla sektora MŚP oraz źródeł finansowania dla przedsiębiorców. Usługi doradcze PK KSU są dofinansowywane w wysokości 90%.

Na potrzeby realizacji procesu badawczego przyjęto charakterystyki usług świadczonych przez PK KSU przedstawione w tabeli 1.

Nazwa usługi	Opis usługi
Usługi informacyjne	Udzielane są bezpłatnie. Usługa informacyjna odpowiada na potrzeby związane z prowadzeniem działalności gospodarczej i obejmuje informacje na temat np.: administracyjno-prawnych aspektów prowadzenia działalności gospodarczej, prawa ochrony konkurencji, ochrony własności intelektualnej, systemów jakości ISO 9001 i HACCP, możliwości uzyskania finansowania działalności z różnych źródeł, podstawowych informacji nt. usług specjalistycznych KSU.
Usługi informacyjne - opieka nad klientem (krótka lub długa)	Udzielane są bezpłatnie. W ramach usługi informacyjnej opieka nad klientem klienci mogą otrzymać informacje, jak i od kogo uzyskać specjalistyczną usługę, tj.: porady w obszarze transferu technologii, finansowania zwrotnego etc. Konsultanci KSU pomogą także w zaaranżowaniu spotkania z usługodawcą specjalistycznym oraz będą prowadzić dalszy monitoring losów klienta.
Usługi doradcze - asysta w rozpoczynaniu działalności gospodarczej	Udzielane są odpłatnie. Zakres usługi doradczej asysta w rozpoczynaniu działalności gospodarczej obejmuje między innymi: wstępną diagnozę potrzeb klienta, konsultację nt. profilu planowanej działalności, analizę SWOT planowanej działalności, analizę form i źródeł finansowania działalności, pomoc w przygotowaniu biznesplanu, pomoc w przygotowaniu dokumentów niezbędnych do rejestracji działalności gospodarczej itp.
Usługi doradcze - asysta w prowadzeniu działalności gospodarczej	Udzielane są odpłatnie. Zakres usługi doradczej asysta w prowadzeniu działalności gospodarczej obejmuje: diagnozę spełniania wymogów formalno-prawnych dotyczących prowadzenia działalności gospodarczej, doradztwo w marketingu przedsiębiorstwa, doradztwo w organizacji przedsiębiorstwa, doradztwo w obszarze finansów przedsiębiorstwa.

Tabela 1. Informacje na temat usług przekazywane klientom na początku badania

Źródło: Opracowanie własne na podstawie http://ksu.parp.gov.pl/pl/oferta_ksu?first=Y

Istotną kwestią w kontekście celów i problemów badawczych „Badania klientów Punktów Konsultacyjnych KSU” jest fakt, że we wszystkich PK KSU wdrożono standard organizacyjny i standard świadczenia usług oraz to, że PK KSU w swojej pracy przestrzegają zasad etyki zawodowej.

Projekt badawczy pn. „Badanie klientów Punktów Konsultacyjnych KSU” został zrealizowany w okresie wrzesień-grudzień 2013 przez firmę Quality Watch Sp. z o.o., na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości. Celem przeprowadzonych badań było poznanie opinii klientów Punktów Konsultacyjnych KSU na temat oferowanych przez te

⁴ Ibidem.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego punkty usług informacyjnych i doradczych oraz standardów ich świadczenia. W procesie badań klienci wyrażali swoje opinie na temat ogólnej satysfakcji ze skorzystania z usług oraz wskazywali kierunki doskonalenia procedur ich świadczenia. Istotnym zagadnieniem było określenie, jakie znaczenie dla klientów ma koordynacja usług PK KSU przez agencję rządową – Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości.

Tak sprecyzowane cele zamówienia miały służyć doskonaleniu usług informacyjnych i doradczych świadczonych przez PK KSU oraz ich lepszemu dopasowaniu do potrzeb zróżnicowanego grona klientów.

Ze względu na wielowymiarowość celów badania i wieloaspektowość problemów badawczych zastosowano zróżnicowane metody i techniki badań, zatem w procedurze gromadzenia danych posłużono się analizą źródeł wtórnych oraz metodami badań jakościowych i ilościowych. W tym sensie można mówić o zastosowaniu w ramach procedury badawczej triangulacji metod badań. Kluczowe znaczenie w strukturze zastosowanych metod i technik badawczych miały badania ilościowe, przeprowadzone techniką wywiadu osobistego wspomaganego komputerowo (CAPI) na próbie 1440 podmiotów – osób fizycznych oraz podmiotów gospodarczych, które skorzystały z usług PK KSU.

Raport z badania zawiera prezentację logiki wykonanych zadań w układzie: obszar badania i przyporządkowane mu problemy badawcze⁵. Odniesieniem tematycznym są problemy badawcze zawarte w zamówieniu PARP. Zgodnie z istotą triangulacji metod i podejść badawczych, analiza poszczególnych wyników jest pogłębiana na podstawie wyników innych dostępnych badań, w tym przypadku pierwotnych badań jakościowych (zogniskowanych wywiadów grupowych – FGI). Na wnioski z badań i rekomendacje zawarte w raporcie końcowym składają się więc wyniki wszystkich czynności badawczych.

Raport końcowy składa się z dziewięciu rozdziałów. W rozdziale pierwszym zaprezentowano cele, zakres oraz etapy badania, wraz z charakterystyką stosowanych metod i technik badawczych. Rozdział drugi poświęcono przedstawieniu wyników analizy desk research. W rozdziale trzecim zaprezentowano charakterystykę klientów Punktów Konsultacyjnych KSU, stworzoną w oparciu o przeprowadzone badania ilościowe CAPI oraz badania FGI. Informacje te mogą stać się istotną wskazówką odnośnie profilu społeczno-demograficznego grup docelowych, korzystających z PK KSU. Rozdział czwarty, zatytułowany „Zachowania klientów w procesie wyboru usług” traktuje o motywach korzystania z usług PK KSU, wiedzy respondentów na temat badanych usług, ich skłonności do partycypacji w kosztach usług informacyjnych oraz o istotności kwalifikacji pracowników Punktów Konsultacyjnych w ocenie jakości świadczonych usług. Aby określić najbardziej efektywne kanały komunikacji z obecnymi i potencjalnymi klientami, w rozdziale tym zawarto również informacje o źródłach, z których respondenci czerpali informacje na temat usług KSU. W rozdziale piątym przedstawiono opinie badanych na temat standardów świadczenia usług PK KSU, w szczególności adekwatności i efektywności formuły „Załatw wszystko w jednym miejscu” (one stop shop), jako preferowanego modelu świadczenia usług oraz idei „bonu dla

⁵ Szerszy opis logiki badań zamieszczono w rozdziale metodologicznym.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego przedsiębiorców”. Rozdział szósty koncentruje się na propozycjach doskonalenia świadczonych usług doradczych i informacyjnych. Dokonano w nim szczegółowej oceny badanych usług oraz wskazano potencjalne usługi, które mogłyby być świadczone przez PK KSU. Rozdział siódmy poświęcono ocenie poziomu satysfakcji klientów z usług PK KSU oraz wskazaniu korzyści, jakie uzyskali respondenci w wyniku skorzystania z nich. Ósmy rozdział, zawierający wnioski i rekomendacje, stanowi syntetyczne podsumowanie przeprowadzonych analiz. Na końcu raportu zamieszczono narzędzie badawcze: kwestionariusz CAPI.

Przeprowadzone w ramach badania analizy pozwoliły na wyciągnięcie następujących wniosków:

- Świadczenie usługi w formule „one stop shop” jest adekwatne do potrzeb klientów i efektywne. Formułę tę należy utrzymać. Formuła świadczenia usług PK KSU „one stop shop” jest efektywna w opinii 94% respondentów i adekwatna zdaniem 92,8% ankietowanych. Co więcej, zdaniem 85,7% uczestników badania CAPI, PK KSU faktycznie stwarza możliwość zaspokojenia wszystkich potrzeb informacyjnych w jednym miejscu.
- Usługi PK KSU powinny być dofinansowywane ze środków publicznych, ponieważ możliwość skorzystania z nich bezpłatnie lub z niewielkim zaangażowaniem finansowym jest ważnym czynnikiem wyboru takich usług przez klientów. Wyższy poziom dofinansowania – do ok. 80% – powinien dotyczyć usług informacyjnych. Dofinansowanie usług doradczych powinno być na poziomie ok. 60%.
- Poziom zadowolenia klientów z usługi PK KSU jest bardzo wysoki i, jak pokazują wyniki wcześniejszych badań desk research, od kilku lat utrzymuje się na stałym poziomie – 80,8% respondentów jest zadowolonych z usług PK KSU, z których skorzystali, w tym 41,5% jest bardzo zadowolonych.
- Usługi świadczone przez PK KSU są potrzebne i przynoszą klientom wymierne korzyści. Wśród najważniejszych korzyści, na jakie wskazywali, było założenie firmy, zwiększenie obrotów w firmie oraz znalezienie nowych odbiorców na produkty i usługi (w przypadku co trzeciego respondenta).
- Najczęstszym powodem korzystania z usług PK KSU są potrzeby informacyjne w zakresie źródeł finansowania działalności. Korzystanie z PK KSU jest raczej działaniem zaplanowanym i realizowanym w sytuacji planowanych inwestycji, rozwoju czy zmiany strategii.
- Najczęstszym źródłem informacji na temat PK KSU jest Internet (46,4%), rodzina i znajomi klienta (36%) oraz przedsiębiorcy (20,6%).
- Procedura świadczenia usług doradczych PK KSU została oceniona pozytywnie i odsetek klientów, którzy wskazywali na konieczność ich doskonalenia, był niewielki.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

- Dla klientów PK KSU rozpoczynających działalność gospodarczą, model wsparcia polegający na wyborze usługodawcy w konkursie przeprowadzonym przez agencję rządową jest bardziej atrakcyjny, niż skorzystanie z bonu na usługę.
- Większość klientów preferuje model świadczenia usług, polegający na przydzieleniu opiekuna. Konfrontując wyniki badań CAPI oraz FGI, warto jednak zaznaczyć, że opiekun nie powinien zajmować się klientem od etapu wypełniania dokumentów, po udzielanie wszystkich porad, a raczej pomagać mu w umówieniu spotkań ze specjalistami.
- Doskonalenie usług doradczych powinno dotyczyć przede wszystkim większego zaangażowania konsultantów w proces doradczy. W szczególności akcentuje się kwalifikacje konsultantów PK KSU.
- To, że usługi PK KSU są świadczone według jednolitych standardów nie jest jeszcze przez klientów PK KSU zauważane.
- Nie można stwierdzić istnienia korelacji między faktem skorzystania z usługi informacyjnej, a późniejszym skorzystaniem z usługi doradczej PK KSU.
- Istnieje niewielkie zainteresowanie klientów poszerzeniem usług PK KSU o wymienione w ankiecie usługi. Najwięcej wskazań uzyskały wspólne ekspozycje na targach i wystawach (ok. 26%), a także wspólne biura handlowe i przedstawicielstwa w innych województwach lub nawet w innych krajach (ok. 20%).

Najważniejsze rekomendacje, oparte na powyższych wynikach przedmiotowego badania są następujące:

Rekomendacja 1. Należy utrzymać ofertę PK KSU świadczenia bezpłatnych usług informacyjnych i dofinansowywanych usług doradczych. Respondenci podkreślają znaczenie i konieczność istnienia Punktów Konsultacyjnych. Potrzebują od konsultantów wsparcia we wszystkich obszarach prowadzenia działalności, począwszy od pomocy w wypełnianiu dokumentów, przez pomoc w znalezieniu pomysłów na działalność, po doradztwo marketingowe i prawne.

Rekomendacja 2. Możliwe jest wprowadzenie większej partycypacji klientów PK KSU w kosztach świadczenia usług doradczych. Wnioski z badań pozwalają przyjąć, że 45,7% respondentów mogłoby ponosić opłaty za usługi doradcze świadczone w takim standardzie, jak obecnie. Można też przyjąć, że z usług informacyjnych w obecnym standardzie skorzystałoby tylko ok. 35% badanych, gdyby były one odpłatne. Średnia kwota, jaką badani respondenci byliby w stanie zapłacić za usługi doradcze wynosi 305,4 zł, a za usługi informacyjne – 128 zł.

Rekomendacja 3. Zaleca się modyfikację zakresu oferowanych usług pod kątem pogłębienia obecnej oferty i rozszerzenia jej o nowe elementy.

Rekomendacja 4. Punkty Konsultacyjne KSU powinny stanowić „informatorium” dla klientów. Można to zrealizować przez rozwińnięcie zakresu informacji dostępnych

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
za pośrednictwem wyszukiwarek internetowych, będących do dyspozycji klientów po zalogowaniu.

Rekomendacja 5. Należy zrezygnować z wprowadzania „bonu dla przedsiębiorców” i utrzymać dotychczasowy model pomocy w wyborze usługodawców. Idea bonu jest mało znana (tylko co dziesiąty respondent CAPI posiadał wiedzę na ten temat), a samodzielny wybór usługodawcy przez przedsiębiorców budzi ich obawy, ponieważ nie czują się oni kompetentni w tym zakresie.

Rekomendacja 6. Zaleca się przetestowanie wdrożenia nowego modelu obsługi klientów PK KSU, w którym: klient (potencjalny przedsiębiorca lub przedsiębiorca) jest obsługiwany zawsze przez jednego, tego samego doradcę – opiekuna klienta. Doradca ten odpowiada na wszystkie zgłoszone przez przedsiębiorcę pytania i szuka rozwiązań.

Rekomendacja 7. Szczególny nacisk należy kłaść na doskonalenie wiedzy i kwalifikacji pracowników – konsultantów w PK KSU, przez ich udział w szkoleniach i warsztatach. Warto zatem zwracać szczególną uwagę na kontynuowanie planów szkoleniowych w PK KSU. Powinno się dążyć do pogłębiania wiedzy konsultantów w dziedzinach: prawa, finansów, rynku i marketingu, zarządzania zasobami ludzkimi, sieciowania przedsiębiorstw i podmiotów, a także funduszy publicznych, w tym z UE.

Rekomendacja 8. Istotnym aspektem rozwoju Punktów Konsultacyjnych jest specjalizacja i ukierunkowanie działań PK KSU na wybrane grupy docelowe, zidentyfikowane w kolejnych badaniach. Wydaje się, że w miarę rozwoju wiedzy w społeczeństwie na temat zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej oraz upraszczania przepisów w tym zakresie, formuła „wszystko dla wszystkich” będzie się mocno rozmięła z potrzebami klientów.

Rekomendacja 9. Ważne jest budowanie wizerunku i rozpoznawalności Punktów Konsultacyjnych KSU jako miejsc budzących zaufanie klientów.

Rekomendacja 10. Świadczenie usług w PK KSU powinno w szerszym zakresie wykorzystywać komunikację przez Internet oraz telefon. Ma to na celu usprawnienie procedur obsługi w Punktach Konsultacyjnych.

Szersze omówienie rekomendacji oraz wniosków, na podstawie których zostały sformułowane, wraz ze wskazaniem sposobu ich wdrożenia, a także podmiotu, który mógłby się podjąć tych działań, zamieszczono w rozdziale ósmym raportu (s. 94).

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

1. Metodyka badań

1.1. Cel i zakres badania

Przedmiotem zamówienia było przeprowadzenie „Badania klientów i usługodawców usługi Punktów Konsultacyjnych KSU”, którzy skorzystali z świadczonych przez te punkty usług informacyjnych i doradczych, pod kątem: kompleksowej oceny usług, standardów ich świadczenia, a także kierunków doskonalenia, co pozwoliłoby na ewentualne zaprojektowanie nowych usług okołobiznesowych dla przedsiębiorstw i osób rozpoczynających działalność gospodarczą. Istotnym zagadnieniem było określenie, jakie znaczenie dla klientów ma koordynacja usług PK KSU przez agencję rządową – Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości.

Analizy przeprowadzone w ramach badania miały dostarczyć odpowiedzi na następujące, wskazane przez Zamawiającego problemy badawcze:

1. Czy świadczenie usługi w formule „one stop shop” jest adekwatne do potrzeb klientów i efektywne?
2. Który z modeli wsparcia przedsiębiorstw i osób rozpoczynających działalność gospodarczą jest bardziej atrakcyjny dla klienta PK KSU: skorzystanie z bonu na usługę u dowolnego usługodawcy czy usługi usługodawcy wybranego w konkursie przeprowadzonym przez agencję rządową?
3. Czy usługobiorcy są świadomi, że usługa jest świadczona według standardów określonych i monitorowanych przez agencję rządową? Czy fakt świadczenia usługi według standardu jest istotny dla usługobiorców?
4. Czy usługi świadczone w PK KSU (informacyjne, informacyjne – opieka nad klientem, doradcze – asysta w rozpoczynaniu działalności gospodarczej, doradcze – asysta w prowadzeniu działalności gospodarczej) powinny być dofinansowywane ze środków publicznych (jeśli tak, to w jakiej wysokości)? Które elementy usługi PK KSU należałoby rozwinąć i kontynuować ich wsparcie ze środków publicznych, a z których elementów należałoby zrezygnować?
5. Czy zakres usługi doradczej – asysty w rozpoczynaniu działalności gospodarczej i asysty w prowadzeniu działalności gospodarczej świadczonej przez PK KSU i procedura jej świadczenia są właściwie zdefiniowane (wybrane aspekty)? O co powinny być wzbogacone?
6. Które elementy usługi doradczej świadczonej przez PK KSU należałoby rozwinąć, a z których zrezygnować?
7. Jaki jest poziom zadowolenia klientów z usługi PK KSU?

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

8. Czy usługa PK KSU przyniosła ich klientom realne korzyści (wpływ wyświadczanej usługi na działalność klienta, np. przechodzenie firm z kategorii mikro do kategorii małych i średnich przedsiębiorstw, wchodzenie na nowe rynki, zwiększanie innowacyjności prowadzonej działalności, zwiększanie zatrudnienia)?

9. Jaki jest sposób dotarcia usługodawcy do klienta?

10. Czy istnieje korelacja między faktem skorzystania z usługi informacyjnej a późniejszym skorzystaniem z usługi doradczej PK KSU?

11. Na jakie inne usługi okołobiznesowe istnieje zapotrzebowanie ze strony przedsiębiorstw (wsparcie w zakresie ograniczania kosztów działalności firm, pomoc w tworzeniu grup zakupowych, inne)?

12. Który model świadczenia usługi jest preferowany przez klienta – realizacja usługi przez jednego doradcę, czy przez zespół, którym kieruje jeden doradca?

13. W jakich sytuacjach klienci częściej zgłaszają się po usługi PK KSU – interwencyjnie (w przypadkach konkretnego problemu), czy też w poszukiwaniu możliwości rozwojowych firmy (nowych form finansowania, nowych rynków zbytu, inwestycji technologicznych, zmian organizacyjnych itp.)?

Wskazane przez Zamawiającego problemy badawcze pogrupowano na obszary badawcze:

- 1. Zachowania klientów w procesie wyboru usług**
- 2. Opinie na temat standardów świadczenia usług**
- 3. Propozycje doskonalenia świadczonych usług doradczych i informacyjnych w punktach KSU**
- 4. Satysfakcja z usług i korzyści uzyskane przez klientów punktów KSU**

Do każdego z obszarów przyporządkowano problemy badawcze, stanowiące istotę badania. Pogrupowanie takie umożliwiło lepsze rozpoznanie poszczególnych problemów badawczych, przez analizę związków między odpowiedziami na odmienne pytania w ramach tego samego obszaru problemowego. Strukturę tego podziału zaprezentowano w tabeli 2.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Wyszczególniony obszar badawczy	Problemy badawcze
<p>1.Zachowania klientów w procesie wyboru usług</p>	<p>Przyczyny i motywy korzystania przez klientów z Punktów Konsultacyjnych KSU (PB13)</p> <p>Czy usługobiorcy są świadomi, że usługa jest świadczona według standardów określonych i monitorowanych przez agencję rządową? Czy fakt świadczenia usługi według standardu jest istotny dla usługobiorców? (PB3)</p> <p>Czy usługi świadczone w PK KSU (informacyjne, informacyjne – opieka nad klientem, doradcze – asysta w rozpoczynaniu działalności gospodarczej, doradcze – asysta w prowadzeniu działalności gospodarczej) powinny być dofinansowywane ze środków publicznych? (PB4)</p> <p>Jaki jest sposób dotarcia usługodawcy do klienta?(PB 9)</p> <p>Czy istnieje korelacja między faktem skorzystania z usługi informacyjnej a późniejszym skorzystaniem z usługi doradczej PK KSU? (PB10)</p>
<p>2.Opinie na temat standardów świadczenia usług</p>	<p>Czy świadczenie usługi w formule „one stop shop” jest adekwatne do potrzeb klientów i efektywne? (PB1)</p> <p>Który model świadczenia usługi jest preferowany przez klienta – realizacja usługi przez jednego doradcę czy przez zespół, którym kieruje jeden doradca?(PB12)</p> <p>Który z modeli wsparcia przedsiębiorstw i osób rozpoczynających działalność gospodarczą jest bardziej atrakcyjny dla klienta PK KSU: skorzystanie z bonu na usługę u dowolnego usługodawcy czy usługi usługodawcy wybranego w konkursie przeprowadzonym przez agencję rządową?(PB2)</p>
<p>3.Propozycje doskonalenia świadczonych usług doradczych i informacyjnych w punktach KSU</p>	<p>Czy zakres usługi doradczej: asysty w rozpoczynaniu działalności gospodarczej i asysty w prowadzeniu działalności gospodarczej świadczonej przez PK KSU oraz procedura jej świadczenia są właściwie zdefiniowane (wybrane aspekty)? O co powinny być wzbogacone? (PB 5)</p> <p>Które elementy usługi doradczej świadczonej przez PK KSU należałoby rozwinąć, a z których zrezygnować?(PB 6)</p> <p>Na jakie inne usługi okołobiznesowe istnieje zapotrzebowanie ze strony przedsiębiorstw? (wsparcie w zakresie ograniczania kosztów działalności firm, pomoc w tworzeniu grup zakupowych, inne?) (PB 11)</p>
<p>4.Satysfakcja z usług i korzyści uzyskane przez klientów punktów KSU</p>	<p>Czy usługa PK KSU przyniosła ich klientom realne korzyści (wpływ wyświadczonych usług na działalność klienta, np. przechodzenie firm z kategorii mikro do kategorii małych i średnich przedsiębiorstw, wchodzenie na nowe rynki, zwiększanie innowacyjności prowadzonej działalności, zwiększanie zatrudnienia)? (PB 8)</p> <p>Jaki jest poziom zadowolenia klientów z usługi PK KSU?(PB 7)</p>

Tabela 2. Podział problemów badawczych na obszary badawcze, zastosowany w strukturze raportu

Źródło: Opracowanie własne.

Realizacja poszczególnych etapów badania oraz dobór i kolejność stosowania określonych technik badawczych były nakierowane na osiągnięcie celu głównego. W prezentowanym badaniu można wyróżnić siedem głównych etapów (rys.1).

W **etapie pierwszym** przeprowadzono analizę desk research. Dzięki uzyskanym w ten sposób informacjom skonstruowano adekwatne narzędzia badawcze oraz zidentyfikowano obszary, które powinny być pogłębione w badaniu.

W **etapie drugim** zorganizowano cztery zogniskowane wywiady grupowe. Zagadnienia

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego poruszane podczas dyskusji umożliwiły poznanie opinii grup docelowych. Ponadto, analiza zebranego materiału empirycznego dostarczyła wskazówek odnośnie do modyfikacji kwestionariusza CAPI pod kątem: dodania wyjaśnień pojęć niejasnych dla respondentów, ustalenia możliwych wariantów odpowiedzi, określenia zakresu wyróżnionych w kwestionariuszu obszarów tematycznych.

Ze względu na to, że jedynie odpowiednio skonstruowane narzędzie pozwala na uzyskanie miarodajnych wyników, w **etapie trzecim** przeprowadzono pilotaż kwestionariusza na próbie n=40. Dzięki temu ostatecznie dostosowano narzędzie badawcze do zakresu badania, postawionych pytań badawczych oraz specyfiki respondentów.

Etap czwarty objął realizację badania CAPI na próbie n=1440. Zebrane dane dostarczyły usystematyzowanych oraz przekrojowych informacji na temat klientów PK KSU.

Efektom prac w **etapie piątym** była wstępna wersja raportu końcowego, poddana dyskusji w ramach spotkania Wykonawcy z Zamawiającym (**etap szósty**).

W ostatnim – **siódmym etapie badania** – powstał raport końcowy, syntetyzujący kilkumiesięczny okres prac. Szczegółowy opis metodologii zamieszczono w podrozdziale 1.2.



Rysunek 1. Etapy badania

Celem zastosowania zróżnicowanych metod badawczych było wnikliwe wyjaśnienie poszczególnych problemów badawczych. Powiązanie metod badawczych z problemami badawczymi oraz pytaniami w kwestionariuszu ankiety CAPI zaprezentowano w tabeli 3.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Pytania/problemy badawcze	Desk research	FGI		CAPI	Pytania/Zagadnienia w kwestionariuszu
		strona popytowa	strona podażowa		
1. Czy świadczenie usługi w formule „one stop shop” jest adekwatne do potrzeb klientów i efektywne?		✓	✓	✓	<p>P10. Usługi punktów Konsultacyjnych KSU są świadczone według formuły - „Załatw wszystko w jednym miejscu” (tzw. one stop shop). Czy według Pani/Pana punkty Krajowego Systemu Usług faktycznie dają przedsiębiorcom możliwość zaspokojenia wszystkich potrzeb informacyjnych i doradczych w zakresie prowadzenia biznesu w jednym miejscu?</p> <p>P2. Które z poniższych aspektów mają dla Pani/Pana największe znaczenie przy podejmowaniu decyzji o wyborze punktu, ośrodka wsparcia biznesu świadczącego usługi informacyjne lub doradztwa?</p> <p>P11.1 Proszę ocenić, czy według Pani/Pana formuła „Załatw wszystko w jednym miejscu jest adekwatna do potrzeb firmy?</p> <p>P11.2 Proszę ocenić, czy według Pani/Pana formuła „Załatw wszystko w jednym miejscu jest efektywna? Dlaczego nie?</p> <p>P12. Które z poniższych korzyści, są z punktu widzenia Pani/Pana najistotniejsze w zastosowanej metodzie obsługi - „Załatw wszystko w jednym miejscu”?</p> <p>P17. Na jakie pytania nie uzyskała/uzyskał Pani/Pan odpowiedzi w punktach konsultacyjnych, a według Pani/Pana powinna/powinien Pani/Pan była/był uzyskać?</p>
2. Który z modeli wsparcia przedsiębiorstw i osób rozpoczynających działalność gospodarczą jest bardziej atrakcyjny dla klienta PK KSU: skorzystanie z bonu na usługę u dowolnego usługodawcy czy usługi usługodawcy wybranego w konkursie przeprowadzonym przez agencje rządową?	✓	✓		✓	<p>P15. Czy słyszała/słyszał Pani/Pan o tzw. „bonie dla przedsiębiorców” na usługę informacyjną lub doradczą?</p> <p>P16. Idea „bonu dla przedsiębiorcy” polega na tym, że przedsiębiorcy przydzielany jest bon do wykorzystania w wybranej przez niego samodzielnie instytucji świadczącej usługi informacyjne lub doradcze. Tym samym przedsiębiorca sam podejmuje decyzję, gdzie zrealizuje bon i jakie usługi informacyjne lub doradcze za niego wykupi. Czy według Pani/Pana takie rozwiązanie byłoby lepsze niż obecna oferta PK KSU?</p>
3. Czy usługobiorcy są świadomi, że usługa jest świadczona według standardów określonych i monitorowanych przez agencję rządową? Czy	✓	✓	✓	✓	<p>P3. Czy wybierając punkt informacyjny PK KSU kieruje się Pani/Pan następującymi czynnikami?</p> <p>P2. Które z poniższych aspektów mają dla Pani/Pana największe</p>

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Pytania/problemy badawcze	Desk research	FGI	CAPI	Pytania/Zagadnienia w kwestionariuszu
fakt świadczenia usługi według standardu jest istotny dla usługobiorców?				<p>znaczenie przy podejmowaniu decyzji o wyborze punktu, ośrodka wsparcia biznesu świadczącego usługi informacyjne lub doradztwa?</p> <p>P4. Czy zwróciła Pani/Pan uwagę na fakt, iż usługi świadczone przez ośrodek, punkt konsultacyjny KSU, z usług którego Pani/Pan korzystała/korzystał mają jednolity standard obsługi (zawsze ta sama procedura i jej przebieg)?</p>
<p>4. Czy usługi świadczone w PK KSU (informacyjne, informacyjne – opieka nad klientem, doradcze – asysta w rozpoczynaniu działalności gospodarczej, doradcze – asysta w prowadzeniu działalności gospodarczej) powinny być dofinansowywane ze środków publicznych (jeśli tak, to w jakiej wysokości)? Które elementy usługi PK KSU należałyby rozwinąć i kontynuować ich wsparcie ze środków publicznych, a z których elementów należałyby zrezygnować?</p>		✓	✓	<p>P5. Czy gdyby usługi informacyjne, jak np. opieka nad klientem punktów KSU były świadczone odpłatnie, to korzystałaby/korzystałby Pani/Pan z nich w takim samym stopniu jak obecnie?</p> <p>P6. Jaką kwotę byłaby/byłby Pani/Pan skłonna/skłonny zapłacić za skorzystanie z usługi, o której rozmawiamy?</p> <p>P7. Czy Pani/Pana zdaniem usługi informacyjne i doradcze powinny być dofinansowywane ze środków publicznych?</p> <p>P8. Jaka według Pani/Pana powinna być wartość dofinansowania ze środków publicznych?</p>
<p>5. Czy zakres usługi doradczej – asysty w rozpoczynaniu działalności gospodarczej i asysty w prowadzeniu działalności gospodarczej świadczonej przez PK KSU i procedura jej świadczenia są właściwie zdefiniowane (wybrane aspekty)? O co powinny być wzbogacone?</p>	✓	✓	✓	<p>P17. Na jakie pytania nie uzyskała/uzyskał Pani/Pan odpowiedzi w punktach konsultacyjnych, a według Pani/Pana powinna/powinien Pani/Pan była/był uzyskać?</p> <p>P19. Czy według Pani/Pana zakres usług doradczych świadczonych przez PK KSU powinien być wzbogacony o jakieś dodatkowe elementy, np. dodatkowe informacje, dodatkową pomoc ze strony doradców?</p> <p>P20. O jakie elementy należałoby według Pani/Pana wzbogacić następujące usługi doradcze?</p> <p>P20.3. Dlaczego według Pani/Pana należałoby wzbogacić usługi doradcze o wskazane elementy?</p> <p>P21. Gdyby to od Pani/Pana zależało, to co by Pani/Pan zmieniła w procedurze świadczenia usług doradczych przez Punkty Konsultacyjne KSU?</p>
<p>6. Które elementy usługi doradczej świadczonej przez PK KSU należałoby rozwinąć, a z których zrezygnować?</p>		✓	✓	<p>P17. Na jakie pytania nie uzyskała/uzyskał Pani/Pan odpowiedzi w punktach konsultacyjnych, a według Pani/Pana powinna/powinien Pani/Pan była/był uzyskać?</p>

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Pytania/problemy badawcze	Desk research	FGI	CAPI	Pytania/Zagadnienia w kwestionariuszu
				P19. Czy według Pani/Pana zakres usług doradczych świadczonych przez PK KSU powinien być wzbogacony o jakieś dodatkowe elementy, np. dodatkowe informacje, dodatkową pomoc ze strony doradców? P20. O jakie elementy należałoby według Pani/Pana wzbogacić następujące usługi doradcze?
7. Jaki jest poziom zadowolenia klientów z usługi PK KSU?		✓	✓	P24. Proszę ocenić całościowo, w skali od 1 do 5, stopień Pani/Pana satysfakcji z usługi doradczej/informacyjnej, z której Pani/Pan skorzystała/skorzystał? P2. Które z poniższych aspektów mają dla Pani/Pana największe znaczenie przy podejmowaniu decyzji o wyborze punktu, ośrodka wsparcia biznesu świadczącego usługi informacyjne lub doradztwa: P12. Które z poniższych korzyści, są z punktu widzenia Pani/Pana najistotniejsze w zastosowanej metodzie obsługi - „Załatw wszystko w jednym miejscu”? P17. Na jakie pytania nie uzyskała/uzyskał Pani/Pan odpowiedzi w punktach konsultacyjnych, a według Pani/Pan powinna/powinien Pani/Pan była/był uzyskać? P25. Czy poleciłaby/poleciłby Pani/Pan korzystanie z usług punktów, ośrodków KSU innym przedsiębiorcom?
8. Czy usługa PK KSU przyniosła ich klientom realne korzyści (wpływ wyświadczonej usługi na działalność klienta, np. przechodzenie firm z kategorii mikro do kategorii małych i średnich przedsiębiorstw, wchodzenie na nowe rynki, zwiększanie innowacyjności prowadzonej działalności, zwiększanie zatrudnienia)?		✓	✓	P23. Proszę określić, które z poniżej wymienionych korzyści osiągnęła Pani/Pana firma w wyniku korzystania z usług PK KSU?
9. Jaki jest sposób dotarcia usługodawcy do klienta?		✓	✓	P9. W jaki sposób/z jakich źródeł dowiedziała/dowiedział się Pani/ Pan o Punktach Konsultacyjnych KSU i ich ofercie? P18. Proszę ocenić następujące elementy określające sposób organizacji i świadczenia usług przez punkty, ośrodki KSU: zakres merytoryczny, zakres informacji objęty usługą, kompetencje osoby obsługującej, świadczącej usługę, miejsce i czas spotkań, w tym atmosfera w trakcie spotkania itd.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Pytania/problemy badawcze	Desk research	FGI	CAPI	Pytania/Zagadnienia w kwestionariuszu
10. Czy istnieje korelacja między faktem skorzystania z usługi informacyjnej a późniejszym skorzystaniem z usługi doradczej PK KSU?	✓	✓	✓	Tabela przestawna
11. Na jakie inne usługi okołobiznesowe istnieje zapotrzebowanie ze strony przedsiębiorstw (wsparcie w zakresie ograniczania kosztów działalności firm, pomoc w tworzeniu grup zakupowych, inne)?		✓	✓	P17. Na jakie pytania nie uzyskała/uzyskał Pani/Pan odpowiedzi w punktach konsultacyjnych, a według Pani/Pana powinna/powinien Pani/Pan była/był uzyskać? P22. Proszę wskazać, czy jest Pani/Pana firmie potrzebna (w chwili obecnej lub w najbliższej przyszłości) któraś z poniżej wymienionych usług?
12. Który model świadczenia usługi jest preferowany przez klienta – realizacja usługi przez jednego doradcę czy przez zespół, którym kieruje jeden doradca?		✓	✓	P13. Proszę ocenić, z punktu widzenia swoich preferencji, poniżej zaprezentowane modele/sposoby świadczenia usług w Punktach Konsultacyjnych KSU. Proszę wskazać model, który jest przez Panią/Pana preferowany. P14. Czy jest według Pani/Pana jakiś inny model/sposób oferowania pomocy początkującym przedsiębiorcom niż kierowanie przedsiębiorców do Punktów KSU, wybieranych przez agencję rządową w drodze konkursu? P14.1. Jaki to jest model/ jak to powinno być rozwiązane?
13. W jakich sytuacjach klienci częściej zgłaszają się po usługi PK KSU – interwencyjnie (w przypadkach konkretnego problemu) czy też w poszukiwaniu możliwości rozwojowych firmy (nowych form finansowania, nowych rynków zbytu, inwestycji technologicznych, zmian organizacyjnych itp.)		✓	✓	P1. Jakie sytuacje w trakcie prowadzenia działalności gospodarczej motywują/skłaniają Panią/Pana do korzystania z usług punktów konsultacyjnych?

Tabela 3. Matryca powiązań pytań badawczych z technikami badawczymi

Źródło: Opracowanie własne.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

1.2. Szczegółowy opis metod badawczych

Przedstawiony raport, zgodnie z istotą triangulacji metod i podejść badawczych, opiera się na wynikach wszystkich przeprowadzonych w ramach projektu badań, a więc na:

- analizie źródeł wtórnych – „desk research”;
- badaniach jakościowych – zogniskowanych wywiadach grupowych (FGI), w tym dwóch wśród klientów PK KSU oraz dwóch wśród konsultantów PK KSU (zorganizowano cztery spotkania);
- badaniach ilościowych – wywiadach osobistych wspomaganych komputerowo (CAPI), których przeprowadzono 1440.

1.2.1. Badanie desk research

Badanie desk research dla projektu PK KSU przeprowadzono w formie analizy porównawczej, z wykorzystaniem technik jakościowej i ilościowej analizy zawartości. Analiza zawartości jest metodą, która z jednej strony pozwala na jakościowe rozpoznanie zawartości zebranej w analizowanych dokumentach, z drugiej zaś – na ilościową analizę dokumentów, które są poddawane badaniu. Dodatkowo, w przypadku niektórych dokumentów, zastosowano analizę treści. Jej niewątpliwymi zaletami są: stosunkowo łatwy dostęp do danych oraz różnorodność źródeł.

Prezentowana w raporcie analiza została w dużej mierze oparta na danych udostępnionych przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości, pochodzących z systemu informatycznego, w którym gromadzone są informacje na temat usług KSU, oraz na raportach z badań dotyczących Krajowego Systemu Usług. Przeanalizowane dane można podzielić według następującej klasyfikacji:

- 1) standard świadczenia usług: informacyjnej, informacyjnej – opieka nad klientem, doradczej – asysta w rozpoczynaniu działalności gospodarczej, doradczej – asysta w prowadzeniu działalności gospodarczej;
- 2) dane uzyskane z Systemu Informatycznego KSU (Raport „Wskaźniki” dla wszystkich umów (usługodawców) dostępnych w systemie PARP), dotyczące wyników działalności Punktów Konsultacyjnych KSU;
- 3) raporty pokrewne tematycznie:
 - Badanie klientów Punktów Konsultacyjnych KSU. Wrzesień 2012,
 - Raport: Wizerunek Krajowego Systemu Usług. Wrzesień 2012,
 - Raport: Badanie klientów Punktów Konsultacyjnych KSU. Kwiecień 2012,
 - Raport: Wizerunek Krajowego Systemu Usług. Marzec 2012,
 - Raport: Wizerunek Krajowego Systemu Usług. Listopad 2011,
 - Raport: Badanie usług i klientów Punktów Konsultacyjnych. Wrzesień 2010,

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

- Raport: Badanie usług i klientów Punktów Konsultacyjnych. Kwiecień 2010.
- 4) publikacje prasowe (zarówno wydania papierowe, jak i internetowe) nt. systemu KSU.

1.2.2. Zogniskowane wywiady grupowe

Zogniskowany wywiad grupowy (Focus Group Interview) jest jedną z najczęściej stosowanych metod badań jakościowych, która polega na dyskusji grupy respondentów na ściśle określony temat. Dyskusję prowadzi moderator, na podstawie wcześniej opracowanego scenariusza, przy czym kolejność oraz treść pytań mogą być modyfikowane w celu lepszego dopasowania do dynamiki dyskusji i jej przebiegu. Wywiad grupowy ma na celu wyjaśnienie i zrozumienie zjawisk, motywacji oraz postaw i zachowań badanej grupy.

Dyskusja w grupie, przeprowadzona przez doświadczonego moderatora, pozwala na uzyskanie różnorodnych opinii i zebranie bogatego materiału empirycznego. Przede wszystkim jednak, istotą takich wywiadów jest wzajemna stymulacja wypowiedzi przez uczestników dyskusji. Stąd też mówimy o efektach grupy społecznej, które powstają w trakcie wywiadów grupowych (np. efekt stymulacji, efekt kuli śnieżnej czy efekt bezpieczeństwa). Ważnym aspektem jest też możliwość obserwacji całego spotkania bez zakłócania przebiegu dyskusji, dzięki zaletom specjalnie przygotowanego pomieszczenia – tzw. focusowni.

Dobór uczestników wywiadów grupowych (FGI) miał charakter celowy. W ramach badania zorganizowano cztery zogniskowane wywiady grupowe. W dwóch wzięli udział klienci PK KSU, którzy skorzystali z usług po 31 lipca 2012 r. Poszukiwanym respondentem była osoba, która miała bezpośredni kontakt z przedstawicielami Punktów Konsultacyjnych. Do udziału w dwóch pozostałych wywiadach zaproszono konsultantów świadczących usługi w Punktach Konsultacyjnych PK KSU, zarządzających Punktami Konsultacyjnymi oraz partnerów Punktów Konsultacyjnych; byli to przedstawiciele powiatowych urzędów pracy, urzędów marszałkowskich, jednostek samorządu terytorialnego. Dokonując rekrutacji dbano o to, by zarówno konsultanci, jak i zarządzający PK KSU oraz partnerzy nie byli związani z jednym Punktem Konsultacyjnym. Bazy z danymi teleadresowymi dostarczył Zamawiający.

Każdy z przeprowadzonych wywiadów został zarejestrowany, a następnie sporządzono transkrypcje, które przekazano Zamawiającemu, jako dokumentację badania.

1.2.3. Badanie ilościowe metodą CAPI

CAPI (Computer Assisted Personal Interviewing) to technika badawcza, należąca do grupy metod badań ilościowych, polegająca na tym, że respondent podczas osobistego spotkania odpowiada na pytania ankietera, które wyświetlają się na ekranie komputera. Zalety tej metody można ująć w kilku punktach:

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

- wysoka jakość otrzymywanych wyników dzięki:
 - eliminacji podstawowych błędów ankieterskich związanych ze stosowaniem reguł przejść,
 - kontroli logiczności udzielanych odpowiedzi,
 - możliwości skupienia uwagi ankietera na aranżacji wywiadu i na prawidłowym zadawaniu pytań,
 - lepszej kontroli pracy ankietera (kontrola czasu trwania wywiadów);
- randomizacja i rotacja zarówno odpowiedzi w pytaniu, jak i całych bloków pytań;
- eliminacja kosztów związanych z wprowadzaniem danych;
- bieżące, sukcesywne sptywanie danych;
- stała kontrola zbioru.

W związku z relatywnie dużą liczbą podmiotów mogących wziąć udział w badaniu, założono dotarcie do maksymalnej liczby respondentów, ustalając minimalną liczbę wywiadów na N = 1440 (szczegółowy opis rozkładu próby przedstawiono w tabeli 4). Operat zawierał dane wszystkich klientów PK KSU, którzy skorzystali z ich usług w okresie od 31 lipca 2012 r. do września 2013 r.

Typ usługi		Odsetek w populacji	Liczba wywiadów do zrealizowania	
			przed korektą	po korekcie
	Usługa doradcza	4,7%	68	440
	Usługa informacyjna	95,3%	1.372	1.000

Tabela 4. Typ usługi – pierwszy stopień warstwowania

Źródło: Opracowanie własne Quality Watch.

Podczas tworzenia operatu zdecydowano się na odstępianie od dokładnego odwzorowania populacji, w celu zmniejszenia błędu oszacowania dla kategorii: usługa doradcza. Skorygowane wartości pozwoliły na przeprowadzenie analiz dla każdej z wyróżnionych warstw. W ramach przekazanej przez PARP bazy uzyskano N = 52.278 unikalnych kontaktów do klientów PK KSU. Każdy z klientów mógł skorzystać z pięciu typów usług. Ponad 92% klientów skorzystało z usługi informacyjnej. Uzyskane unikalne kontakty potraktowano jako operat do konstrukcji próby. Próbę skonstruowano w oparciu o logikę doboru warstwowo-losowego, ponieważ taki sposób doboru próby zapobiega zdominowaniu badanej zbiorowości przez najliczniejsze warstwy i pozwala na analizę wyników w podgrupach.

W ramach badania zachowano następujące warstwy doboru podmiotów:

- **zróznicowanie ze względu na typ usługi z której korzystał klient PK KSU:**
 - usługa doradcza,
 - usługa informacyjna;



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

- **zróźnicowanie ze względu na „typ klienta”:**
 - typ B (osoba bezrobotna),
 - typ N (uczeń nieaktywny zawodowo, w tym uczący się),
 - typ P (przedsiębiorstwo),
 - typ S (samozatrudniony),
 - typ Z (zatrudniony);
- **zróźnicowanie ze względu na lokalizację:**
 - Dolnośląskie,
 - Kujawsko-Pomorskie
 - Lubelskie,
 - Lubuskie,
 - Łódzkie,
 - Małopolskie,
 - Mazowieckie,
 - Opolskie,
 - Podkarpackie,
 - Podlaskie,
 - Pomorskie,
 - Śląskie,
 - Świętokrzyskie,
 - Warmińsko-Mazurskie,
 - Wielkopolskie,
 - Zachodniopomorskie;
- **zróźnicowanie ze względu na rodzaj usługi:**
 - usługa bezpośrednia,
 - usługa elektroniczna,
 - usługa telefoniczna⁶.

Warstwowanie odbyło się w dwóch krokach. W pierwszym kroku przeprowadzono warstwowanie ze względu na typ usługi, z której korzystał klient, w drugim zaś zastosowano warstwowanie w oparciu o: „typ klienta”, lokalizację geograficzną i rodzaj usługi.

Wyniki przeprowadzonego badania są reprezentatywne ze względu na wskazane powyżej parametry doboru warstw.

Nie istnieją statystyczne narzędzia, pozwalające na wyznaczenie wielkości błędu próby dla prób nielosowych (a do takich zalicza się próba warstwowo-losowa, która jest pewną odmianą próby kwotowej). Przeprowadzone badania porównawcze (por. Wywiat 2012, Lissowski i in. 2011) pokazują, że warstwowanie populacji co najmniej nie pogarsza (przy dużej jednorodności w obrębie warstwy) szacowania wartości przeciętnej. Można zatem

⁶ Brak uwzględnienia w badaniu zróźnicowania ze względu na udział w seminarium. Nie uwzględniono tego elementu przy warstwowaniu z uwagi na jego niewielką liczebność.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
założyć, że błąd próby będzie wynosił co najwyżej tyle samo, co w przypadku próby losowej.
W tabeli 5. przedstawiono całkowite wielkości błędów oszacowania dla poszczególnych grup objętych badaniem.

Opis próby	Wielkość próby	Minimalna wielkość błędu oszacowania, %	Maksymalna wielkość błędu oszacowania, %
Próba całkowita	N = 1.440	+/-1,55	+/-2,55
Próba klientów usług informacyjnych	N = 1.000	+/-1,73	+/-3,07
Próba klientów usług doradczych	N = 440	+/-2,67	+/-4,23

Tabela 5. Wielkość błędu oszacowania wartości przeciętnej (wielkość frakcji 10%, poziom ufności 0,95 – dla wartości minimalnej oraz wielkość frakcji 50%, poziom ufności 0,95 – dla wartości maksymalne)

Źródło: Opracowanie własne Quality Watch.

Analizując wyniki przedstawione w raporcie należy każdorazowo zwracać uwagę na wielkość frakcji i odpowiednio uwzględnić wielkość błędu oszacowania w interpretacji wyników.



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

2. Wnioski z badań literaturowych

Analiza dostępnych źródeł wtórnych miała na celu pogłębienie wyników badań i uzupełnienie wiedzy ekspertów z zakresu standardów i sposobu świadczenia usług PK KSU, poziomu zadowolenia klientów oraz modeli świadczenia usług informacyjnych i doradczych w innych krajach.

Programy wsparcia rozwoju przedsiębiorczości funkcjonują w bardzo wielu krajach. Na przykład w USA programy wsparcia dla małych i średnich firm są koordynowane przez specjalną agencję rządową Small Business Administration⁷. Small Business Administration (SBA) została utworzona w 1953 r. jako niezależna agenda rządu federalnego, mająca zapewniać pomoc, wsparcie i doradztwo małym firmom w celu rozwijania wolnej konkurencji na rynku i wzmocnienia gospodarki narodowej. W ostatnich kilku latach podkreśla się znaczenie małych firm w odbudowie potencjału gospodarki USA po kryzysie, który rozpoczął się w 2008 r. Small Business Administration realizuje swoje cele dzięki współpracy z różnego typu organizacjami prywatnymi i samorządowymi, szkołami wyższymi i fundacjami. Duże znaczenie, jakie jest nadawane w USA działalności SBA wynika między innymi z jej roli w tworzeniu nowych miejsc pracy i stabilizowaniu sytuacji na rynku pracy.

Działalność doradcza i informacyjna koordynowana przez Small Business Administration jest realizowana między innymi przez współpracę z organizacjami, takimi jak: SCORE Association i Small Business Development Centres (SBDCs), których zasięg działania obejmuje całe USA.

SCORE Association jest instytucją nonprofit, która zrzesza tysiące wyspecjalizowanych doradców biznesowych. Usługi świadczone przez SCORE Association, w tym mentoring oraz szkolenia, są dla przedsiębiorców bezpłatne.

Drugą z kluczowych organizacji, z którymi współpracuje Small Business Administration, jest Small Business Development Centers (SBDCs). Organizacja ta wspiera przedsiębiorców na terenie całego USA, zapewniając usługi informacyjne, doradcze i szkoleniowe. Oddziały tej organizacji funkcjonują w ramach szkół wyższych i stanowych agencji gospodarczych. Usługi doradcze i informacyjne są dla klientów bezpłatne, a w przypadku usług szkoleniowych klienci pokrywają tylko część faktycznych kosztów.

Analizując działania informacyjne i doradcze wspierające rozwój przedsiębiorczości dofinansowanej przez SBA, można wyróżnić jej dwa wyraźne cele.

1. Dążenie do zapewnienia wsparcia informacyjnego i doradczego, o jak najszerszym zasięgu, tak aby dotrzeć do możliwie jak największej grupy przyszłych i obecnych przedsiębiorców i jednocześnie osiągnąć wysoki poziom ekonomicznej efektywności działań. Ten nurt działań charakteryzuje się szerokim zakresem wykorzystywania

⁷ Informacje na temat działalności Small Business Administration pochodzą z dokumentów: „The US Small Business Administration Strategic Plan. Fiscal years 2011-2016” i „Small Business Resource. SBA Fall 2013” oraz ze strony internetowej www.sba.gov



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego narzędzi internetowych (zmniejszających koszty środków), takich jak:

- a. bazy wiedzy dostępne przez Internet – formularze, wzory dokumentów, poradniki i odpowiedzi na często zadawane pytania, które są stale dostępne online;
 - b. archiwa czatów i zapisów rozmów między doradcami a ich klientami;
 - c. szkolenia e-learningowe.
2. Dążenie do zapewnienia długotrwałego wsparcia informacyjnego i doradczego dla grup przedsiębiorców, którzy mogą natrafiać na szczególnie dużo trudności w realizacji swoich planów gospodarczych. Do takich grup należą między innymi:
- a. przedsiębiorcy wywodzący się z mniejszości etnicznych;
 - b. przedsiębiorcy działający na terenach wiejskich;
 - c. przedsiębiorcy należący do grupy wiekowej 50+;
 - d. byli wojskowi;
 - e. kobiety prowadzące działalność gospodarczą;
 - f. młodzi przedsiębiorcy;
 - g. przedsiębiorcy z terenów dotkniętych katastrofami naturalnymi, np. huraganami lub powodzią;
 - h. przedsiębiorcy niepełnosprawni;
 - i. przedsiębiorcy prowadzący działalność eksportową.

Wśród form pomocy oferowanych wyżej wymienionym grupom można znaleźć między innymi: bezpośredni mentoring osobisty lub mentoring z kontaktem internetowym, doradztwo, warsztaty on-line i szkolenia.

Różne formy wsparcia agencji rządowych dla małych i średnich firm są również rozwijane w krajach Unii Europejskiej. Komisja Europejska promuje rozwijanie różnych form wspierania małych i średnich firm i wprowadzanie nowych, bardziej skutecznych rozwiązań w tym zakresie⁸.

W ramach analiz danych wtórnych, szczegółowej analizie poddano dane pochodzące z systemów informatycznych Krajowego Systemu Usług, udostępnionych przez PARP. Analiza ta pozwoliła na diagnozę w następujących obszarach⁹:

- odsetka klientów nowych i powracających,
- modułów w ramach usługi, z których klienci najczęściej i najrzadziej korzystają,
- sposobów świadczenia usług w PK KSU,
- miejsca realizacji usług,
- zadowolenia klientów z usług.

⁸ Wiele informacji na temat działań wspierających rozwój małych i średnich firm w Unii Europejskiej można znaleźć w opracowaniu „Thinking big for small businesses” wydanym przez Komisję Europejską w 2011r.).

⁹ Raport „Wskaźniki” dla wszystkich umów (usługodawców) dostępnych w systemie PARP.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Odsetek klientów nowych i powracających różni się znacząco w zależności od typu usługi, co jest związane ze specyfiką usług. W przypadku usług informacyjnych (poza usługą opieki nad klientem), zdecydowaną większość stanowią klienci nowi. W niektórych punktach PK KSU odsetek klientów nowych wynosi 80-90%, a w innych 100% obsługiwanych klientów. W przypadku usługi informacyjnej – opieka nad klientem, odsetek klientów nowych wynosi 10-20%. Zdecydowaną większość stanowią klienci powracający¹⁰.

Z usług doradczych, w zależności od Punktu Konsultacyjnego oraz kwartału, korzysta od kilku do kilkudziesięciu (50-70%) klientów powracających. W większości PK KSU odsetek klientów powracających nie przekracza 20%.

Z danych pozyskanych z systemu informatycznego KSU wynika, że największym zainteresowaniem klientów w 2012 roku cieszyły się usługi informacyjne; udzielono ich 103 014 w tym najwięcej z:

- finansowania działalności gospodarczej (72 882),
- podejmowania i wykonywania oraz rezygnacji z prowadzenia działalności gospodarczej (51 940),
- usług specjalistycznych (27 215)¹¹.

W module – finansowanie działalności gospodarczej – możliwość uzyskania finansowania działalności z różnych źródeł była szczególnie często wybieranym etapem (68 068).

W ramach usług informacyjnych opieka nad klientem, które sytuują się na drugim miejscu, najwięcej usług udzielono w ramach etapu I – wybór usługodawcy (19 901) oraz w ramach etapu II – opieka długa (2 728). Spośród etapów w ramach modułu etap II, pod względem liczby udzielonych usług wyróżnia się:

- wypełnianie dokumentów (1 769),
- pomoc konsultanta w trakcie korzystania z usługi (1 563)
- asysta przy podpisaniu usługi (1 284).

Usług doradczych – asysta w prowadzeniu działalności gospodarczej udzielono w 2012 roku ponad dwa razy więcej (10 016), niż asysty w rozpoczynaniu działalności gospodarczej (4 994). W Module IV – finanse przedsiębiorstwa, w ramach którego udzielono najwięcej usług, kluczowymi pozycjami były:

- pomoc w przygotowaniu dokumentacji wymaganej przez instytucję finansową (3 878),

¹⁰ Skala klientów powracających wynika też zapewne z limitu godzin doradztwa do wykorzystania przez klienta, jaki został określony w standardzie usługi (odpowiednio 16 godzin dla rozpoczynających działalność i 24 dla prowadzących działalność gospodarczą).

¹¹ Moduły w ramach usługi nie sumują się do 103 014, gdyż klient mógł skorzystać z więcej niż jednej usługi. W związku z tym mówimy o liczbie usług, z których skorzystano, nie zaś o liczbie klientów.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

- konsultacje w opracowaniu kosztorysu przedsięwzięcia (2 269),
- porównywanie dostępnych źródeł finansowania pod względem korzyści ekonomicznych (2 007).

Usługi doradcze – asysta w rozpoczynaniu działalności gospodarczej sytuują się na ostatnim miejscu (4 994 udzielonych usług). Najczęściej wybierane moduły w ramach tej usługi to: Moduł VII – założenie działalności, Moduł VI – przygotowanie dokumentów do rejestracji oraz Moduł I – profil zakładanej działalności.

Moduły usługi		Liczba usług w module	Ogółem	% Ogółu*
Usługi informacyjne	Usługi specjalistyczne	27 215	103 014	26%
	Zarządzanie w działalności gospodarczej	799		1%
	Podejmowanie i wykonywanie oraz rezygnacja z prowadzenia działalności gospodarczej	51 940		50%
	Narzędzia informatyczne	5 577		5%
	Finansowanie działalności gospodarczej	72 882		71%
	Inne informacje	17 749		17%
Usługi informacyjne opieka nad klientem	etap I (wybór usługodawcy)	19 901	20 265	98%
	opieka krótka (wybór usługodawcy)	1 026		5%
	opieka długa	341		2%
	etap II (opieka długa)	2 728		13%
Usługi doradcze: asysta w rozpoczynaniu działalności gospodarczej	Moduł I - profil zakładanej działalności	2 680	4 994	54%
	Moduł II - analiza SWOT	936		19%
	Moduł III - formy i źródła finansowania	1 510		30%
	Moduł IV - biznes plan	2 485		50%
	Moduł V - forma organizacyjno-prawna	2 280		46%
	Moduł VI - przygotowanie dokumentów do rejestracji	3 302		66%
	Moduł VII - założenie działalności	3 372		8%
Usługi doradcze: asysta w prowadzeniu działalności gospodarczej	Moduł I - wymogi formalno-prawne prowadzenia działalności gospodarczej	2 582	10 016	26%
	Moduł II - marketing przedsiębiorstwa	2 311		23%
	Moduł III - organizacja przedsiębiorstwa	1 727		17%
	Moduł IV - finanse przedsiębiorstwa	5 887		59%

Tabela 6. Szczegółowy rozkład modułów w ramach usług świadczonych przez Punkty Konsultacyjne KSU. Wyniki ogółem za 2012 rok

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z systemu informatycznego KSU.

*Klienci PK KSU w ramach modułu mogą korzystać z kilku wybranych etapów, stąd też wartości procentowe nie sumują się do 100%.

Analizując powyższe dane z perspektywy typu klienta (bezrobotni, nieaktywni zawodowo, zatrudnieni, przedsiębiorstwa, samozatrudnieni) okazuje się, iż:

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

1. Klienci PK KSU po rozmowie z konsultantem, niezależnie od tego jaki typ reprezentują, decydują się najczęściej na skorzystanie z usług informacyjnych. Dwie główne grupy w 2012 roku stanowiły: przedsiębiorstwa (31 492) oraz osoby bezrobotne (26 874). Etapy w ramach usług informacyjnych, z których najczęściej korzystali przedstawiciele wszystkich typów klienta: to finansowanie działalności gospodarczej, a także podejmowanie i wykonywanie oraz rezygnacja z prowadzenia działalności gospodarczej. Najbardziej wykorzystywanym modułem w ramach usług informacyjnych było zarządzanie w działalności gospodarczej.
2. Usługi informacyjne opieka nad klientem świadczone są najczęściej przedsiębiorstwom (8 119), osobom bezrobotnym (4 562) i zatrudnionym (3 578). Opieka krótka w ramach tej usługi jest świadczona głównie na rzecz przedsiębiorstw (692) i samozatrudnionych (275), zaś etap II (opieka długa) dla przedsiębiorstw (1 576) i bezrobotnych (555). Najmniejszym zainteresowaniem wśród bezrobotnych, nieaktywnych zawodowo i zatrudnionych w ramach tej usługi, cieszył się moduł opieka długa, w ramach której klientowi asystowano przy podpisaniu umowy, wypełnianiu dokumentów oraz udzielano pomocy w trakcie korzystania z usługi.
3. Klienci usługi doradczej: asysta w rozpoczynaniu działalności gospodarczej to głównie osoby bezrobotne (3 186), które najczęściej korzystały z Modułu VII – Założenie działalności (2 059), Modułu VI – Przygotowanie dokumentów do rejestracji (2 011), a także Modułu IV – Biznes plan (1 796). Najmniejszym zainteresowaniem osób bezrobotnych w ramach tej usługi cieszył się Moduł II – analiza SWOT (705). Najbardziej z usługi asysty w rozpoczynaniu działalności gospodarczej korzystali: samozatrudnieni (15) oraz przedsiębiorstwa (39).
4. Z usługi doradczej: asysta w prowadzeniu działalności gospodarczej zdecydowanie najczęściej korzystają przedsiębiorstwa (8 067) i samo zatrudnieni (1 925). Moduły, w ramach których udzielono najwięcej usług dla obu grup to Moduł IV – finanse przedsiębiorstwa oraz Moduł I – wymogi formalno-prawne prowadzenia działalności gospodarczej. Zainteresowanie pozostałych grup tą usługą było znikome. Wynika to z tego, iż osobom bezrobotnym i nieaktywnym zawodowo nie przysługują usługi doradcze. Ogólnie usługi doradcze: asysta w rozpoczynaniu działalności gospodarczej są najbardziej wybierane przez każdy typ klienta.

Można zatem powiedzieć, że:

1. Dla osób bezrobotnych największą użyteczność mają usługi informacyjne, w tym głównie finansowanie działalności gospodarczej, podejmowanie i wykonywanie oraz rezygnacja z prowadzenia działalności gospodarczej. Na drugim miejscu wśród usług najczęściej wybieranych przez osoby bezrobotne są usługi informacyjne opieka nad klientem.
2. Preferencje osób nieaktywnych zawodowo odnośnie usług, z których korzystają najczęściej, a z których najbardziej są takie same jak osób bezrobotnych to znaczy: na

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

pierwszym miejscu znajdują się usługi informacyjne (14 190), na drugim informacyjne opieka nad klientem (2 034), następnie doradcze: asysta w rozpoczynaniu działalności gospodarczej (745).

3. Osoby zatrudnione również preferują oferowane usługi w kolejności wskazanej dla osób bezrobotnych i nieaktywnych zawodowo. W ramach usług informacyjnych najrzadziej wybierane przez tę grupę jest zarządzanie w działalności gospodarczej, jak również narzędzia informatyczne.
4. Przedsiębiorcy, w porównaniu do innych typów klienta, w największym stopniu korzystają z oferty Punktów Konsultacyjnych KSU w przypadku: usług informacyjnych, usług informacyjnych – opieka nad klientem, a także usług doradczych – asysta w prowadzeniu działalności gospodarczej. Szczególnie w przypadku ostatnich, obok samozatrudnionych jest to grupa, która w zasadzie jest ich głównym klientem.
5. Samozatrudnieni na tle pozostałych typów klienta, najrzadziej korzystają z wszystkich usług świadczonych przez PK KSU, za wyjątkiem usług doradczych – asysta w prowadzeniu działalności gospodarczej.

	Bezrobotni	Nieaktywni zawodowo	Zatrudnieni	Przedsiębiorstwa	Samozatrudnieni
Usługi informacyjne	26 874	14 190	22 898	31 492	7 560
Usługi specjalistyczne	6 489	3 353	6 694	8 684	1 995
Zarządzanie w działalności gospodarczej	104	67	147	391	90
Podejmowanie i wykonywanie oraz rezygnacja z prowadzenia działalności gospodarczej	16 934	8 573	13 051	10 637	2 745
Narzędzia informatyczne	1 687	1 271	1 646	767	206
Finansowanie działalności gospodarczej	17 685	9 205	15 126	24 987	5 879
Inne informacje	4 206	2 411	3 801	5 756	1 575
Usługi informacyjne opieka nad klientem	4 562	2 034	3 578	8 119	1 973
etap I (wybór usługodawcy)	4 534	2 016	3 551	7 316	1 685
opieka krótka (wybór usługodawcy)	21	14	24	692	275
opieka długa	6	5	4	260	66
etap II (opieka długa)	555	98	174	1 576	325

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

	Bezrobotni	Nieaktywni zawodowo	Zatrudnieni	Przedsiębiorstwa	Samozatrudnieni
Usługi doradcze – asysta w rozpoczynaniu działalności gospodarczej	3 186	745	1 009	39	15
Moduł I - profil zakładanej działalności	1 731	373	550	20	6
Moduł II - analiza SWOT	705	89	140	1	1
Moduł III - formy i źródła finansowania	1 000	193	288	24	5
Moduł IV - biznes plan	1 796	278	395	13	3
Moduł V - forma organizacyjno-prawna	1 378	380	505	9	8
Moduł VI - przygotowanie dokumentów do rejestracji	2 011	519	736	26	10
Moduł VII - założenie działalności	2 059	521	756	27	9
Usługi doradcze – asysta w prowadzeniu działalności gospodarczej	11	5	8	8 067	1 925
Moduł I - wymogi formalno-prawne prowadzenia działalności gospodarczej	4	1	3	2 058	516
Moduł II - marketing przedsiębiorstwa	1	1	2	1 826	481
Moduł III - organizacja przedsiębiorstwa	1	1	2	1 487	236
Moduł IV - finanse przedsiębiorstwa	6	2	2	4 779	1 098

Tabela 7. Szczegółowy rozkład modułów w ramach usług świadczonych przez Punkty Konsultacyjne KSU. Wyniki dla każdego z typów klienta za 2012 rok

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z systemu informatycznego KSU.

Dane z systemu pozwalają również na analizę sposobu świadczenia usług PK KSU (usługa bezpośrednia, usługa telefoniczna, usługa elektroniczna). Odsetek osób korzystających z poszczególnych sposobów świadczenia zależy od rodzaju usługi i od Punktu Konsultacyjnego, w którym usługa jest świadczona, na ogół jednak zdecydowana większość usług jest świadczona bezpośrednio. Można wskazać tylko nieliczne przykłady PK KSU, w których usługi informacyjne są świadczone telefonicznie np. w województwie dolnośląskim, lubelskim. Wszystkie usługi doradcze są świadczone w sposób bezpośredni

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
i nie zidentyfikowano w badanym okresie usług doradczych świadczonych drogą elektroniczną lub telefonicznie.

Największy odsetek osób korzystających z usług świadczonych telefonicznie zanotowano w przypadku usług informacyjnych (poza opieką nad klientem). Różni się on znacząco w zależności od PK KSU oraz kwartału, na ogół jednak ok. 20-50% usług informacyjnych (poza opieką nad klientem) w poszczególnych PK jest świadczonych telefonicznie.

Na uwagę zasługuje fakt, że coraz więcej (z kwartału na kwartał) usług informacyjnych (poza opieką nad klientem) PK KSU jest świadczonych drogą elektroniczną. Istnieją znaczące różnice pod tym względem w zależności od PK KSU. W niektórych Punktach odsetek osób korzystających z usług informacyjnych (poza opieką nad klientem) świadczonych tym sposobem nie zmienia się istotnie z kwartału na kwartał (np. w województwie lubelskim), w innych natomiast – wzrasta.

Analiza danych z systemów udostępnionych przez PARP pozwoliła również na zdiagnozowanie zadowolenia klientów z usługi świadczonej przez PK KSU. Zdecydowana większość klientów korzystających z usług PK KSU jest z nich zadowolona. W przypadku usług doradczych w większości analizowanych PK zadowolonych jest 100% klientów. Podobnie jest w przypadku usług informacyjnych – opieka nad klientem. W przypadku usług informacyjnych (poza opieką nad klientem) zidentyfikowano tylko nielicznych klientów, którzy wyrażali niezadowolenie. Średnio odsetek niezadowolonych klientów w przypadku usługi informacyjnej (poza opieką nad klientem) wynosi 2-3%. Warto podkreślić, że nieliczne przypadki niezadowolonych klientów notowano tylko w pojedynczych kwartałach, co oznacza interwencję w takiej sytuacji kierownictwa poszczególnych Punktów. Notowane niezadowolenie nie ma więc charakteru systematycznego, występuje tylko w pojedynczych kwartałach i tylko w niektórych Punktach.

W ramach pozyskiwania informacji ze źródeł wtórnych analizom poddano również raporty z badań przeprowadzonych w latach 2010-2012, dotyczące usług PK KSU oraz standardów ich świadczenia. Trzeba jednak podkreślić, że dane pochodzące z tych raportów traktowano z dużą ostrożnością z uwagi na następujące fakty, determinujące ich analizę:

- w ramach przeprowadzonych wówczas badań testowano inny standard usług świadczonych przez PK;
- inne były zakres i treść pytań ankietowych.

W badaniach przeprowadzonych metodą CAPI w 2012 r. stwierdzono, że zdecydowana większość klientów (prawie trzech na czterech) oceniła usługi PK KSU pozytywnie. Zdecydowana większość badanych usługobiorców była zadowolona z usługi świadczonej w PK KSU – poziom zadowolenia wynosił ponad 84% (odpowiedzi bardzo zadowolony i raczej zadowolony). Odsetek niezadowolonych z usługi wynosił mniej niż 5%. Jeszcze wyższy był odsetek zadowolonych klientów w latach 2010-2011 – wynosił 88,1% (odpowiedzi bardzo zadowolony i raczej zadowolony).



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Zadowolenie klientów zostało również potwierdzone pytaniami dotyczącymi ogólnej opinii na temat Punktów Konsultacyjnych KSU w 2012 r. Była ona zdecydowanie pozytywna: nieco ponad 80% respondentów miało bardzo lub raczej dobrą opinię na temat PK KSU, a złą opinię miało jedynie 3% badanych. Lepszą opinię mieli klienci usług innych niż informacyjne (czyli np. usługi asysty w rozpoczynaniu działalności).

W badaniach z 2012 r. widać również wysoką ocenę konsultantów i zadowolenie klientów z ich pracy. Ponad połowa badanych była bardzo zadowolona, a odsetek niezadowolonych nie przekraczał 3%.

W 2012 r. badano również preferencje klientów odnośnie wariantu współpracy z konsultantem PK KSU. Przeważały preferencje współpracy z jednym konsultantem, mającym wiedzę ogólną. Klienci preferowali informacje uzyskane w jednym miejscu, od jednej osoby, przekazywane wielokrotnie, a nie przez jednorazowy kontakt z wysokiej klasy specjalistą – takie były oczekiwania większości klientów.

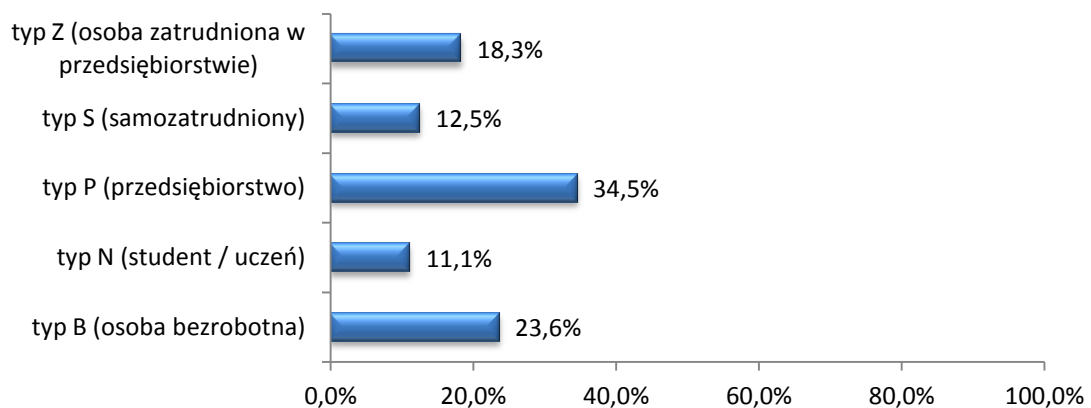
Na uwagę zasługuje zmiana, jaka nastąpiła w strukturze źródeł pozyskiwania informacji na temat PK KSU przez klientów. Większość klientów badanych w październiku 2012 r. wskazywała, że pozyskuje informacje na temat PK KSU z Internetu (prawie 54%).

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

3. Charakterystyka klientów Punktów Konsultacyjnych KSU

3.1. Struktura przestrzenna badanej populacji ze względu na „typ klienta”

Wśród ogółu badanych respondentów najwięcej było przedsiębiorstw – 34,5% (wykres 1.). Przedsiębiorcami są również samozatrudnieni. Grupę tę można traktować jako mikroprzedsiębiorców. Tym samym grupa przedsiębiorców zdecydowanie dominuje w strukturze próby badawczej – stanowi 47% badanej populacji. Drugą co do wielkości grupą reprezentowaną w badaniach byli bezrobotni – 23,6%. Dość dużą grupę stanowili studenci i uczniowie (11,1%).



n=1440

Wykres 1. Typ klienta korzystającego z usług Punktów Konsultacyjnych KSU

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań pierwotnych, październik – listopad 2013.

Struktura próby badawczej nie odbiega od struktury ogółu klientów PK KSU, określonej na podstawie danych wtórnych pozyskanych z systemów informatycznych PARP (tabela 8.). Znaczący odsetek klientów PK KSU – około 25% – stanowią osoby bezrobotne. Ponad 40% to przedsiębiorstwa, w tym osoby samozatrudnione – ponad 8%.

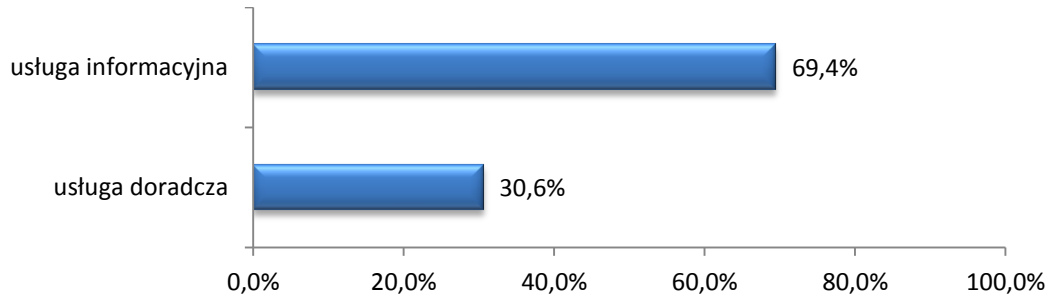
Typ klienta	[%]
B (osoba bezrobotna)	24,8
N (student / uczeń)	12,2
P (przedsiębiorstwo)	34,1
S (samozatrudniony)	8,1
Z (osoba zatrudniona w przedsiębiorstwie)	20,8
Ogółem	24,8

Tabela 8. Typ klienta korzystającego z usług Punktów Konsultacyjnych KSU

Źródło: Opracowanie własne na podstawie analizy źródeł wtórnych.

Większość badanych – 69,4% – stanowili respondenci korzystający z usług informacyjnych (wykres 2.). Z usług doradczych korzystało 30,6% badanych.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego



n=1440

Wykres 2. Typ usługi z jakiej korzystali klienci

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań pierwotnych, październik – listopad 2013.

Rozkład badanych w próbie ze względu na szczegółowy typ usługi, z której korzystali prezentuje się następująco: z usług informacyjnych skorzystało 1001 osób, tj. 69,4%, w tym 8,2% respondentów wskazało na korzystanie z usługi krótkiej opieki nad klientem, a 1,8% – z długiej opieki nad klientem (tabela 9.).

Typ usługi	[%] ogółu badanych N=1440	Liczba osób
Usługi informacyjne, w tym	69,4	1001
usługi informacyjne – opieka nad klientem (krótka)	8,2	118
usługi informacyjne – opieka nad klientem (długa)	1,8	26
Usługi doradcze – asysta w rozpoczynaniu działalności gospodarczej	13,8	198
Usługi doradcze – asysta w prowadzeniu działalności gospodarczej	17,4	250
Ogółem		*

Tabela 9. Szczegółowy podział typów usług, z jakich korzystali klienci

*Pytanie multiplikatywne odpowiedzi nie sumują się do 100%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań pierwotnych, październik – listopad 2013.

Mogły to być informacje z zakresu objętych usługą informacyjną, a więc dotyczące:

- administracyjno-prawnych aspektów prowadzenia działalności gospodarczej;
- zatrudniania cudzoziemców;
- świadczenia usług na odległość, w tym elektronicznych;
- prawa ochrony konkurencji;
- społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR);
- ochrony własności intelektualnej;
- systemów jakości ISO 9001 i HACCP;
- rozwoju zasobów ludzkich;
- wykorzystywania technologii informacyjnych;
- ochrony interesów klientów, konsumentów (wykorzystanie BIK, baz ZBP);
- możliwości uzyskania finansowania działalności z różnych źródeł;

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

- wymogów ochrony środowiska w działalności przedsiębiorstw;
- prawa zamówień publicznych;
- zakresu korzystania z bazy CEIDG, platformy ePUAP, podpisu elektronicznego, profilu zaufanego ePUAP;
- podstawowych informacji nt. usług specjalistycznych KSU.

Spośród badanych klientów, którzy skorzystali z usług doradczych, większość – 250 osób – skorzystało z asysty w prowadzeniu działalności gospodarczej. Usługi z tego zakresu obejmują:

- konsultacje nt. profilu planowanej działalności;
- analizy SWOT planowanej działalności;
- analizy form i źródeł finansowania działalności;
- pomoc w przygotowaniu biznesplanu;
- wybór formy organizacyjno-prawnej prowadzenia działalności gospodarczej;
- przygotowanie dokumentów niezbędnych do rejestracji działalności gospodarczej;
- pomoc w rejestracji działalności gospodarczej w bazie CEIDG oraz w dokonywaniu zmian w dalszym etapie jej prowadzenia.

198 badanych klientów PK KSU skorzystało z usługi doradczej: asysta w rozpoczynaniu działalności gospodarczej. Usługi te mogły dotyczyć spełnienia wymogów formalno-prawnych dotyczących prowadzenia działalności gospodarczej, doradztwa w obszarze działalności marketingowej przedsiębiorstwa, organizacji przedsiębiorstwa oraz finansów.

W drugim etapie badania – podczas zogniskowanych wywiadów grupowych – okazało się, że respondenci często nie potrafili prawidłowo zakwalifikować usługi, z której skorzystali. Przybliżono im zatem istotę i zakres usług informacyjnych oraz doradczych, wspierając ich we wskazaniu usługi, z której rzeczywiście skorzystali, dzięki czemu respondenci FGI aktywnie uczestniczyli w dyskusji.

Dla respondentów najbardziej charakterystycznym elementem odróżniającym usługi informacyjne od doradczych jest to, że jedne są nieodpłatne, a drugie częściowo odpłatne. Wynika to między innymi z tego, że informacje na temat założenia firmy często są traktowane jako doradztwo.

Trudności w odróżnieniu usług informacyjnych od doradczych potwierdzają następujące wypowiedzi uczestników zogniskowanych wywiadów grupowych (FGI).

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Moderator: (...) Mam tutaj opis usług, o których będziemy dzisiaj rozmawiać, może się państwo spotkali z takimi określeniami jak „usługi informacyjne”, „usługa informacyjna, opieka nad klientem”, „asysta w rozpoczynaniu działalności gospodarczej”, „asysta w prowadzeniu działalności gospodarczej”. Te nazwy są państwu znane, spotkaliście się państwo z tym?

Uczestnik: Nie.

Uczestnik: (...)W moim przypadku informacyjne. Głównie ta asysta działalności gospodarczej. Ja płaciłem. 10% płatne.

Moderator: Asysta to te doradcze, nie te na pierwszej stronie, tylko na kolejnej.

Uczestnik: Ok. Rozumiem. Doradcze, a drugie to było analiza kondycji finansowej przedsiębiorstwa.

Uczestnik: Tego było bardzo dużo. Już nie pamiętam. Oprócz wykładów, które mieliśmy, mieliśmy konsultacje indywidualne, na których po prostu rozwiązywaliśmy problemy.

Uczestnik: To był taki trochę mix. To była raczej opieka nad klientem. Ponieważ ja miałem przygotowane pytania odnośnie każdego elementu z wniosku i to były dosyć precyzyjne pytania, a więc ja odbyłem chyba dwa czy trzy spotkania po godzinie.

Moderator: Asysta prowadzenia.

Uczestnik: Nie asysta tylko prowadzenie.

Moderator: W każdym razie nie te pierwsze bezpłatne informacyjne...

Uczestnik: Nie, to właśnie to, tak.

Uczestnik: Usługi doradcze, tak. No, asystę ja rozumiem trochę inaczej niż doradztwo, ale...

Problem identyfikacji usługi, z jakiej faktycznie skorzystali badani można tłumaczyć następującymi faktami:

- badani korzystali z podobnych usług jakiś czas temu, gdy nie obowiązywał jeszcze obecny (obowiązujący od 2012 r.) podział usług i standardy ich świadczenia;
- w międzyczasie respondenci brali udział w wielu programach i projektach, co powodowało zatarcie się wiedzy na temat konkretnych usług;
- przed 2012 r. w Punktach Konsultacyjnych KSU obowiązywały inne standardy obsługi i sposób komunikacji z klientami, nie wszyscy klienci posiadali informacje na ten temat.

Doświadczenia z wywiadów FGI wykorzystano na etapie wywiadów CAPI: ankietowanym również przedstawiano charakterystykę usług doradczych i informacyjnych. Zastosowanie takiego rozwiązania pomogło badanym precyzyjnie określić, z której usługi skorzystali, co usprawniło realizację badań CAPI oraz pozwoliło na znaczne ograniczenie braków danych.

Jeden z problemów badawczych zakładał analizę korelacji między skorzystaniem z usług informacyjnych i doradczych. Nie można ustalić takiej korelacji, że względu na to, że tylko niewielka część badanych skorzystała z usług informacyjnych, a następnie doradczych. Znotowano tylko 52 takie przypadki na 1440 badanych, co stanowi zaledwie 3,6%.

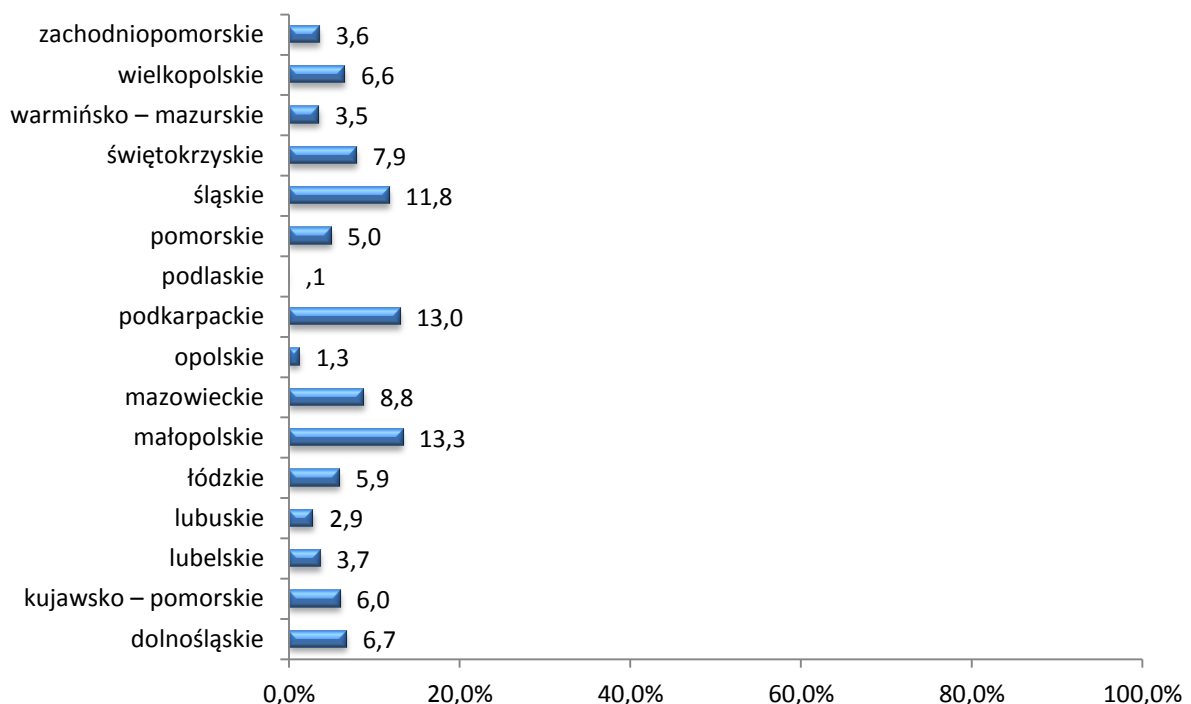
Analiza źródeł wtórnych¹² umożliwia wskazanie odsetka klientów nowych i powracających, czyli ponownie korzystających z usług PK KSU. Z analizy tej wynikają

¹² Na podstawie analizy danych udostępnionych przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości z systemu informatycznego Krajowego Systemu Usług.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
następujące wnioski:

- w przypadku usług informacyjnych (poza usługą informacyjną – opieka nad klientem) odsetek klientów nowych, w zależności od województwa, wynosi 75-95%;
- w przypadku usług informacyjnych – opieka nad klientem, odsetek klientów nowych i powracających jest bardzo zróżnicowany i ściśle uzależniony od Punktu Konsultacyjnego – w niektórych Punktach 90% stanowią klienci nowi, a w innych relacja ta jest niemal odwrotna – 90% stanowią klienci powracający.
- w przypadku usług doradczych odsetek klientów nowych jest zróżnicowany w zależności od Punktu świadczącego usługi, a także kwartału – zdarzają się kwartały, w których Punkt obsługiwał 100% powracających klientów, jak również takie, w których w tym Punkcie 100% stanowili klienci nowi.

Badania klientów PK KSU przeprowadzono we wszystkich województwach w Polsce. Największy był odsetek klientów PK KSU pochodzących z województw: małopolskiego, podkarpackiego oraz śląskiego (wykres 3.).



Wykres 3. Odsetek respondentów z poszczególnych województw n=1440, dane w %
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań pierwotnych, październik – listopad 2013.

Dane pochodzące z systemów informatycznych PARP umożliwiają analizę liczby usług zrealizowanych w poszczególnych województwach i tym samym – udziału tych województw w strukturze geograficznej świadczonych usług.

W analizowanym okresie (od sierpnia 2012 r. do września 2013 r.) największy udział w świadczeniu usług informacyjnych i doradczych miały punkty zlokalizowane

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego w województwach śląskim i małopolskim (tabela 10.). Najmniej klientów skorzystało z usług PK KSU w województwie podlaskim – tylko 0,1% ogółu klientów.

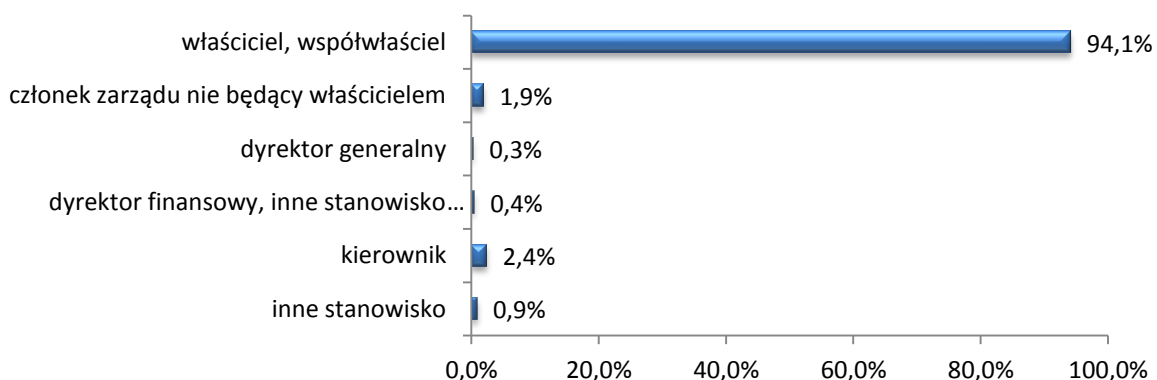
Województwo	Udział [%]	Liczba
Dolnośląskie	8,5	6125
Kujawsko-Pomorskie	6,9	4967
Lubelskie	5,0	3611
Lubuskie	2,3	1643
Łódzkie	5,8	4223
Małopolskie	11,2	8130
Mazowieckie	6,0	4244
Opolskie	2,3	1689
Podkarpackie	10	7259
Podlaskie	0,1	62
Pomorskie	5,6	4041
Śląskie	15,0	10878
Świętokrzyskie	3,6	2588
Warmińsko-Mazurskie	2,1	1492
Wielkopolskie	3,1	9485
Zachodniopomorskie	2,5	1820
Ogółem	100	72357

Tabela 10. Liczba i odsetek usług PK KSU świadczonych klientom z poszczególnych województw

Źródło: Opracowanie własne na podstawie analizy danych wtórnych.

3.1. Struktura podmiotów gospodarczych – klientów PK KSU

Opinie na temat korzystania z oferty Punktów Konsultacyjnych KSU wyrażali najczęściej właściciele i współwłaściciele firm (94,1% – wykres 4.), a więc osoby mające największą wiedzę oraz doświadczenie w tym zakresie. Tylko incydentalnie odpowiedzi uzyskiwano od innych osób na stanowiskach zarządczych i kierowniczych.



n=677

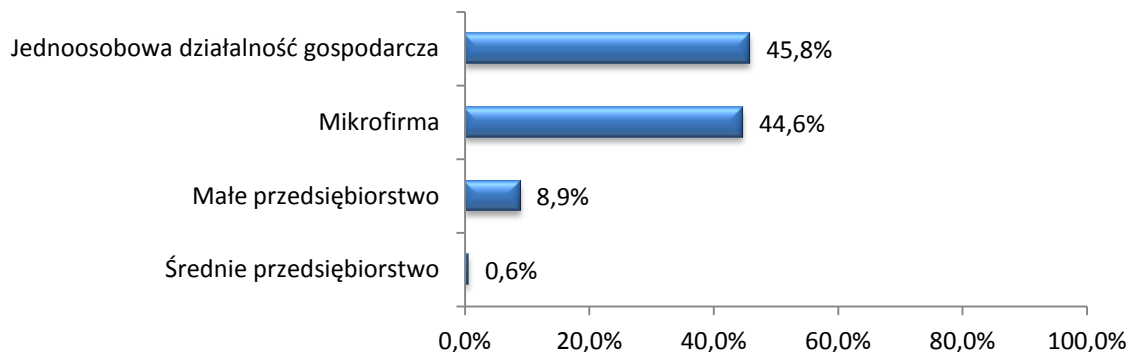
Wykres 4. Struktura badanej populacji ze względu na funkcje lub stanowisko pełnione przez respondenta w firmie

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań pierwotnych, październik – listopad 2013.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Ze względu na wielkość firmy w próbie dominowały dwie grupy podmiotów (wykres 5.):

- jednoosobowa działalność gospodarcza (45,8%),
- mikrofirma (44,6%).

Obie te grupy stanowiły 90,4% badanej populacji. Firmy małe stanowiły niecałe 9% próby, zaś średnie – jedynie 0,6%.



n=677

Wykres 5. Struktura badanej populacji ze względu na wielkość firmy

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań pierwotnych, październik – listopad 2013.

Jednoosobowe działalności gospodarcze, funkcjonujące w oparciu o osobę właściciela, zostały wyłączone z segmentu mikrofirm. Zabieg ten miał na celu ustalenie, jaką część badanych podmiotów stanowiły jednoosobowe działalności gospodarcze, czyli grupa samozatrudnionych, a jaką – mikrofirmy. Mikrofirmy biorące udział w badaniu zatrudniały średnio 3 pracowników (wartość mediany) – tabela 11.

	Jednoosobowa działalność gospodarcza	Mikrofirma	Małe przedsiębiorstwo	Średnie przedsiębiorstwo
Średnia arytmetyczna	1	3,62	19,05	68,25
Mediana	1	3	16	51,5

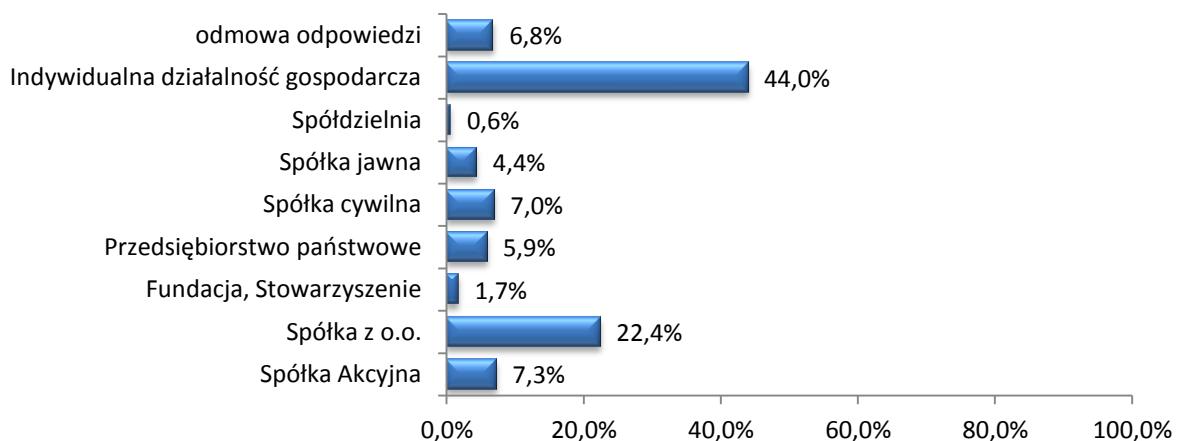
Tabela 11. Średnia liczba zatrudnionych w poszczególnych podmiotach

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań pierwotnych, październik – listopad 2013.

Największą grupę podmiotów gospodarczych, klasyfikowanych ze względu na formę działalności, stanowiły firmy prowadzone w formie indywidualnej działalności gospodarczej – 44% (wykres 6.). 22,4% badanych firm funkcjonuje w formie spółki z o.o. Ogółem w formie podmiotów spółek prawa handlowego funkcjonuje 29,7% badanych respondentów. Udział spółek prawa handlowego w ogólnej liczbie klientów PK KSU jest duży i powinno to być uwzględnione w kształtowaniu oferty usług Punktów.

Prawie 7% badanych podmiotów nie udzieliło odpowiedzi na pytanie dotyczące formy działalności firmy (wykres 6.).

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego



n=309

Wykres 6. Struktura badanej populacji ze względu na formę działalności

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań pierwotnych, październik – listopad 2013.

Forma prawna prowadzonej przez klientów działalności może być wskazówką dla organizatorów usług PK w zakresie kształtowania oferty. Wyniki przeprowadzonych badań wskazują, że wśród konsultantów PK KSU brakuje wiedzy na temat bardziej zaawansowanych form prowadzenia działalności podmiotów gospodarczych, przykładowo na temat spółek prawa handlowego. Fakt ten potwierdzają badania prowadzone w formie wywiadów pogłębionych zogniskowanych (FGI).

Uczestnik: *Potrzebą było założenie spółki.*

Uczestnik: *Ja punkt pierwszy - założenie spółki.*

Uczestnik: *Ja poszłam po poradę prawną dotyczącą samej formy działalności – która w moim przypadku będzie lepsza, dlatego że mam trzech wspólników, włącznie ze mną, i różne problemy rodzinne i jakby jeden ze wspólników miał spółkę, w której miał dług straszny ze względu na poprzednich wspólników, i co by nie było przełożone na naszą spółkę, żebyśmy nie musieli później płacić za coś, więc pomoc w wyborze, wytłumaczenie dokładnie... Ja wiedziałam mniej więcej jak wygląda, czytałam jakieś ustępy kiedyś z kodeksu spółek handlowych, ale jednak to jest taka dość gruba pozycja do przeczytania i język...*

Uczestnik: *U mnie to też była porada prawna. Zamykanie.*

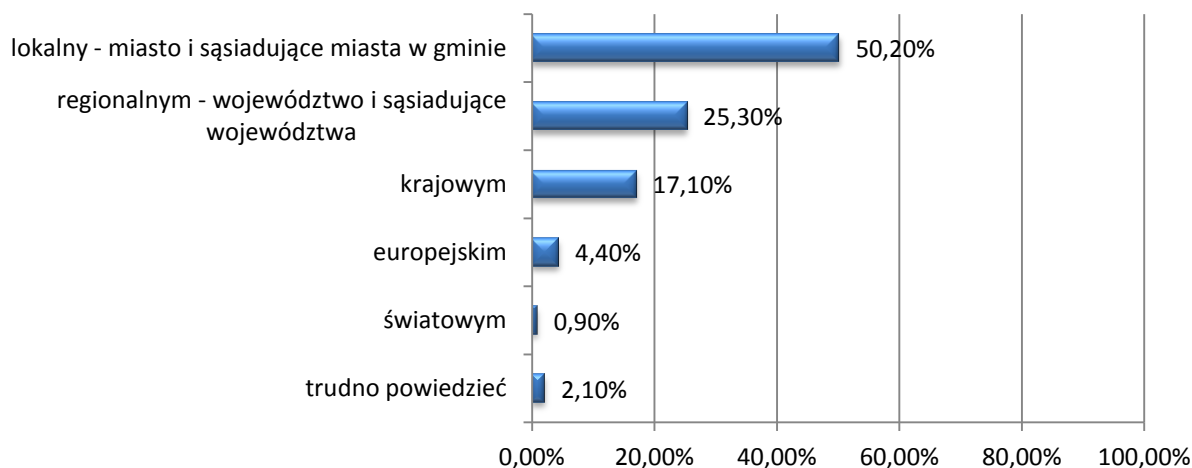
Uczestnik: *U mnie to było trochę... Znaczący tutaj było kilka składników, bo po pierwsze trzeba było podjąć decyzję jaka to będzie spółka i to nie zawsze jest takie oczywiste, bo oczywiście można sobie te wszystkie definicje przeczytać itd., ale to wszystko zależy od wielu czynników, więc tego typu porada.*

Z przytoczonych wypowiedzi klientów PK KSU wynika, że warto pogłębić ofertę Punktów Konsultacyjnych KSU w obszarze spółek prawa handlowego, ponieważ jest to przedmiotem zainteresowania i dociekań klientów.

Zdecydowana większość badanych klientów Punktów Konsultacyjnych KSU (50,2%) to firmy o zasięgu lokalnym (wykres 7.). Znacznie mniej, bo już tylko 25,3% firm prowadzi działalność o zasięgu regionalnym. Można zatem uznać, że klienci Punktów Konsultacyjnych KSU to firmy o niewielkim zasięgu działania. Tylko 17,1% z nich ma zasięg ogólnopolski,

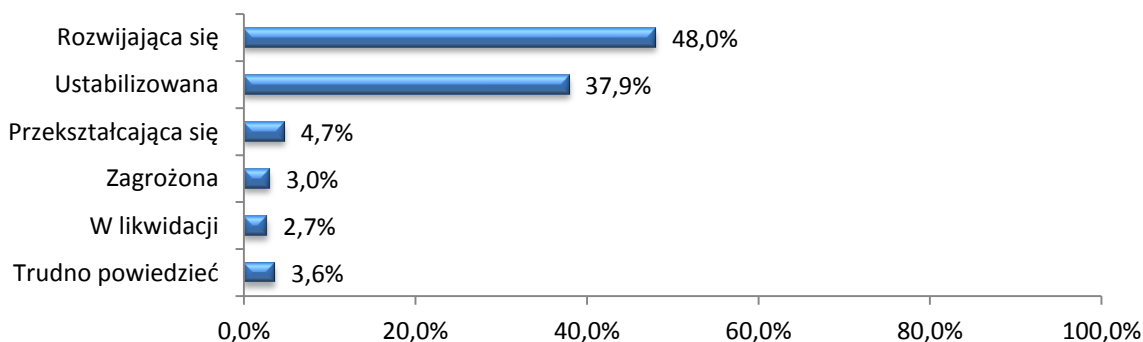
Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego a niecały 1% to firmy działające na rynku światowym.

Zasięg prowadzenia działalności, podobnie jak forma organizacyjna podmiotu, może być wskazówką w zakresie kierunków doskonalenia usług informacyjnych i doradczych. Klienci PK KSU oczekują od konsultantów wsparcia w zakresie wiedzy na temat rynku, na którym funkcjonują ich podmioty. Jak sami słusznie zauważają, trudno aby konsultant miał tak szeroką wiedzę o wszystkich branżach w Polsce, jeśli jednak firmy działają lokalnie, potrzebne wsparcie dotyczy zazwyczaj pozyskania wiedzy o rynku lokalnym. Taki monitoring można już prowadzić z pozycji Punktów Konsultacyjnych KSU, nawet w oparciu o oficjalne statystyki, lokalne badania koniunktury gospodarczej czy plany rozwoju regionu.



Wykres 7. Struktura badanej populacji ze względu na zasięg przestrzenny rynku n=677
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań pierwotnych, październik – listopad 2013.

Z usług PK KSU najczęściej korzystają przedsiębiorcy aktywni, rozwijający się, o ustabilizowanej pozycji na rynku. Prawie połowa badanych podmiotów gospodarczych (48%) to firmy rozwijające się (wykres 8.). Drugą, co do liczebności grupę stanowią firmy ustabilizowane – 37,9%. Niewiele jest firm, które są w fazie przekształceń (4,7%) czy firm zagrożonych (3%). Informacja ta stanowi pośrednią odpowiedź na problem badawczy, dotyczący motywów korzystania z działalności PK KSU.



Wykres 8. Struktura badanej populacji ze względu na kondycję firmy n=677
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań pierwotnych, październik – listopad 2013.

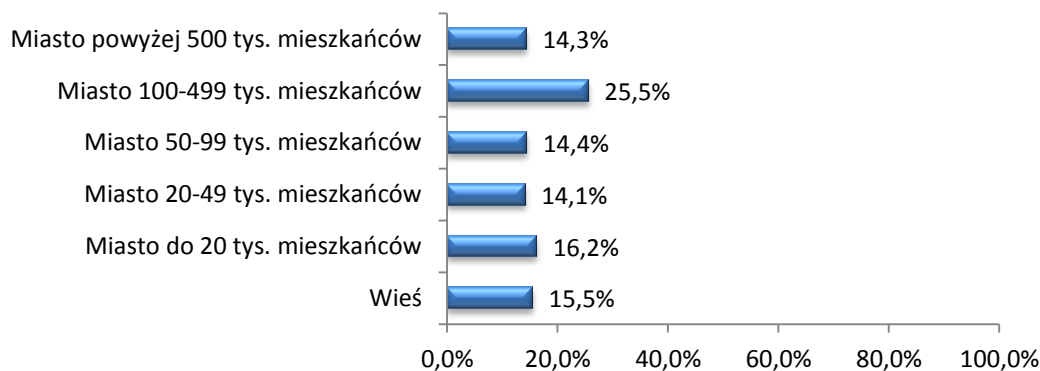


Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Z PK KSU rzadko korzystają firmy w sytuacji zagrożenia czy bieżących problemów w działalności gospodarczej. W sytuacji zagrożenia, interwencyjnie, przedstawiciele firm szukają innych źródeł informacji i doradztwa niż te, które są oferowane przez Punkty Konsultacyjne. Potwierdzeniem tego są wypowiedzi uczestników wywiadów grupowych (FGI).

Uczestnik: (...) *Fajnie, że mogłam, kosztowało mnie to naprawdę niewiele, natomiast gdybym miała taki problem naprawdę duży i chciałabym skorzystać z tej pomocy, to sądzę, że problemem była by ilość godzin i jakby powierzchowność całej tej pomocy. Musielibyśmy chyba siedzieć te 16 godzin i rzeczywiście pracować, bo rzeczywiście jest nie sposób i też przecież nie ma specjalisty od wszystkiego i nie sądzę żeby tam oni zatrudniali ludzi, którzy znają się na wszystkim.*

Najwięcej badanych podmiotów gospodarczych było zlokalizowanych w miastach o wielkości 100-499 tys. mieszkańców – był to co czwarty badany podmiot. Dużo jest też podmiotów zlokalizowanych w mniejszych miastach (do 20 tys. mieszkańców – 16,2%) i na wsiach – 15,5%. (wykres 9.).



n=677

Wykres 9. Struktura badanej populacji ze względu na wielkość miejscowości, w której firma jest zarejestrowana

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań pierwotnych, październik – listopad 2013.

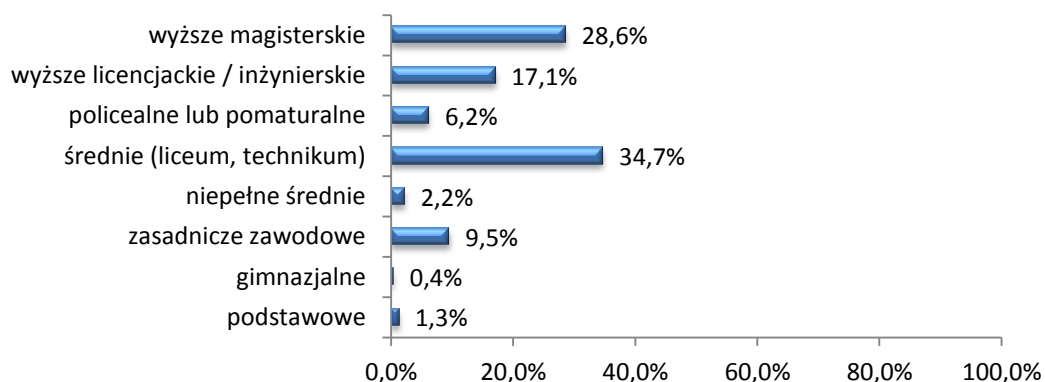
Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

3.2. Struktura osób fizycznych korzystających z Punktów Konsultacyjnych KSU

Z badań wynika, że klienci Punktów Konsultacyjnych KSU to osoby wykształcone (wykres 10.). Ponad 86,6% klientów ma wykształcenie średnie i powyżej średniego, a więc:

- średnie (liceum, technikum),
- policealne lub pomaturalne,
- wyższe licencjackie / inżynierskie,
- wyższe magisterskie.

45,7% klientów ma wykształcenie wyższe. Oznacza to, że ich oczekiwania wobec kwalifikacji konsultantów są duże. Wykształcenie jest istotną charakterystyką klientów, którą warto brać pod uwagę w kontekście doskonalenia obsługi w PK KSU, ponieważ wykształceni klienci to wyższa świadomość i większe wymagania. Wykształceni klienci mają też większą wiedzę własną i zdolność poszukiwania informacji, a także kompetencje do kwestionowania przydatności treści informacyjnych oraz doradczych przekazywanych przez konsultantów PK KSU. Obsługa segmentu klientów ze średnim i wyższym wykształceniem wymaga od konsultantów kompleksowych kwalifikacji.



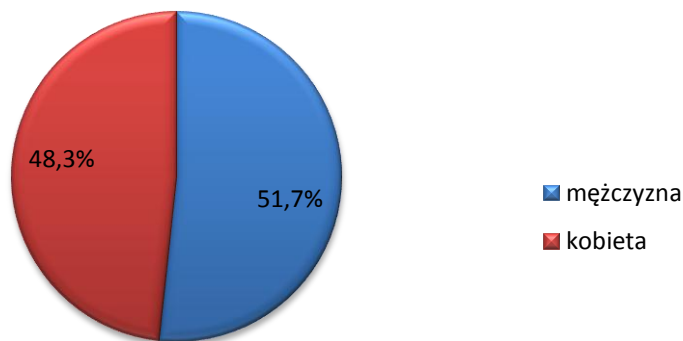
Wykres 10. Struktura badanej populacji ze względu na wykształcenie

n=763

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań pierwotnych, październik – listopad 2013.

Wśród osób fizycznych korzystających z PK KSU nieznaczną większość stanowili mężczyźni – 51,7%. Kobiety stanowiły 48,3% populacji (wykres 11.). Można przypuszczać, że informacjami na temat uruchomienia i prowadzenia działalności gospodarczej częściej będą zainteresowani mężczyźni, jednak – jak wynika z badań – dużą grupę odbiorców usług PK KSU stanowią kobiety. Fakt ten należy ocenić pozytywnie, ponieważ może on świadczyć o aktywizacji zawodowej kobiet.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

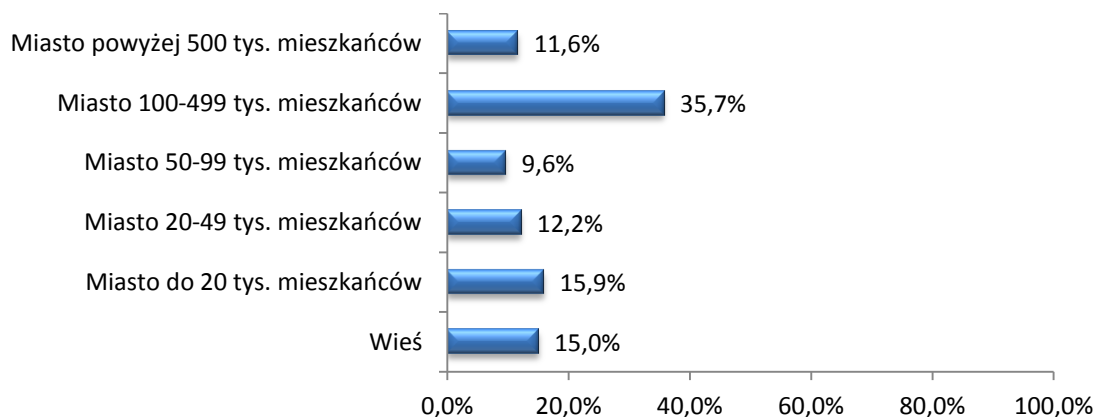


n=763

Wykres 11. Struktura badanej populacji ze względu na płeć

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań pierwotnych, październik – listopad 2013.

Podobnie jak w przypadku podmiotów gospodarczych, większość badanych osób fizycznych pochodziła z miast o wielkości 100-499 tys. mieszkańców (35,7%). Drugą z kolei najliczniejszą grupę stanowiły osoby pochodzące z małych miast do 20 tys. mieszkańców (15,9%). 15% badanych mieszka na wsiach (wykres 12.).



n=763

Wykres 12. Struktura badanej populacji ze względu na wielkość miejscowości zamieszkania

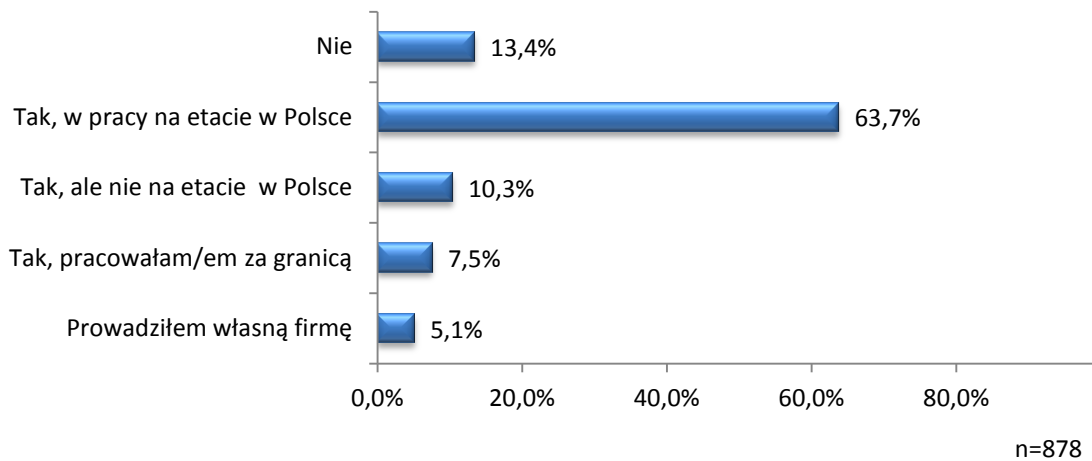
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań pierwotnych, październik – listopad 2013.

Zdecydowana większość klientów – osób fizycznych – to osoby, które przed korzystaniem z usług były zatrudnione na etatach – 63,7% (wykres 13.). Może to oznaczać zmianę formy zatrudnienia – z etatu na samozatrudnienie.

Klienci korzystający z Punktów Konsultacyjnych KSU, to osoby mające już doświadczenie w pracy zawodowej, niekoniecznie jednak w prowadzeniu działalności gospodarczej – tylko 5,1% prowadziło wcześniej działalność gospodarczą. Zdecydowana większość klientów PK KSU (63,7%) to osoby, które mają doświadczenie w pracy na etacie. Za granicą pracowało 7,5% badanych. Tylko 13,4% badanych to nowicjusze na rynku pracy niemający doświadczenia ani w pracy na etacie, ani w prowadzeniu działalności gospodarczej.



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego



Wykres 13. Struktura badanej populacji ze względu na doświadczenie na rynku pracy

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań pierwotnych, październik – listopad 2013.



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

4. Zachowania klientów w procesie wyboru usług

4.1 Przyczyny i motywy korzystania przez klientów z Punktów Konsultacyjnych KSU (PB13)

Klienci korzystający z Punktów Konsultacyjnych KSU zgłaszają się w celu pozyskania informacji związanych z prowadzeniem i rozwijaniem firmy. Z badań wynika, że najczęstszą przyczyną i zarazem motywem zgłaszania się do Punktów Konsultacyjnych KSU, zarówno przedsiębiorców, jak i osób fizycznych, jest poszukiwanie informacji na temat źródeł finansowania rozwoju działalności. Odpowiedź ta uzyskała największą liczbę wskazań (raczej tak i zdecydowanie tak), można zatem stwierdzić, że potrzeby informacji na temat źródeł finansowania rozwoju wyprzedzają wszystkie inne. Informacje te są w takim samym stopniu motywem działania każdego „typu klienta”.

Dla klientów ważne są również informacje niezbędne na etapie zakładania działalności gospodarczej, najczęściej takie, których nie można pozyskać z urzędów, stron internetowych czy ulotek, ponieważ na ogół osoby zakładające działalność taką wiedzę już mają (co podkreślali uczestnicy FGI).

Warto również zaznaczyć, że klienci rzadziej wybierają Punkty Konsultacyjne KSU w sytuacji, gdy w firmie zdarzy się problem wymagający nagłej interwencji. Zatem korzystanie z PK KSU jest raczej działaniem zaplanowanym i realizowanym w sytuacji planowanych inwestycji, rozwoju czy zmiany strategii.

Respondenci w badaniach CAPI, pytani o powody, które skłoniły ich do skorzystania z usług oferowanych przez Punkty Konsultacyjne PK KSU, najczęściej wskazywali na: potrzebę uzyskania pomocy na temat źródeł finansowania działalności (49,7% wskazań dla wariantu odpowiedzi „zdecydowanie tak” – wykres 14). Na drugim miejscu znalazła się potrzeba założenia działalności gospodarczej i pozyskania informacji co do warunków (45,5%), zaś na trzecim – potrzeba konkretnej informacji, której nie można uzyskać w urzędzie na etapie zakładania lub prowadzenia działalności (44,7%).

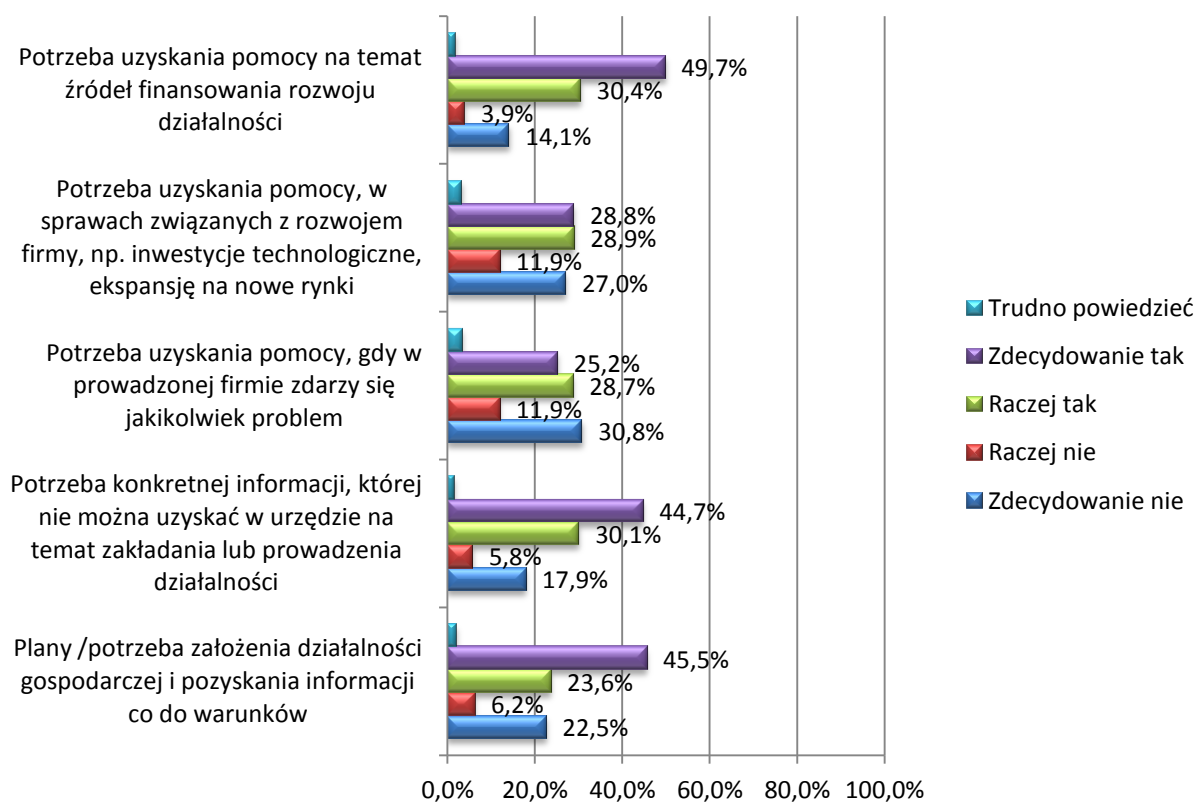
Prawdopodobnie istnieje związek statystyczny¹³ między przyczynami i motywami korzystania z Punktów Konsultacyjnych KSU a „typem klienta”. Potrzeby z zakresu zakładania działalności gospodarczej częściej zgłaszają osoby bezrobotne i studenci oraz uczniowie. Potrzeba konkretnej informacji na temat prowadzenia działalności, której nie można uzyskać w urzędzie, jest ważniejsza dla osób bezrobotnych niż dla innych „typów klienta”.

Konkretna informacja, której nie można uzyskać w urzędzie, na temat prowadzenia działalności jest natomiast najmniej ważna dla podmiotów gospodarczych – przedsiębiorców i pracowników przedsiębiorstw. Dla przedsiębiorców i samozatrudnionych najistotniejszymi motywami korzystania z PK KSU jest potrzeba uzyskania pomocy (opinii, porady) w sprawach związanych z rozwojem firmy, takich jak np. inwestycje technologiczne, ekspansja na nowe rynki, zmiany organizacyjne.

¹³ Na etapie analizy odrzucono hipotezę o niezależności pomiędzy zmiennymi (chi2).

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Mamy więc do czynienia ze zróżnicowaniem oczekiwań klientów wobec Punktów Konsultacyjnych KSU, co powinno prowadzić do różnicowania ich oferty.



n=1440

Wykres 14. Powody skorzystania z usług Punktów Konsultacyjnych KSU

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań pierwotnych, październik – listopad 2013.

Przyczyny i motywy działania są zróżnicowane (i zmienne te są zależne)¹⁴ ze względu na rodzaj usługi z jakiej korzystają klienci. Klienci, którzy mają plany/potrzebę założenia działalności gospodarczej wybierają usługi informacyjne, co należy uznać za oczywiste. Jednak prawie 32% klientów planujących założenie działalności gospodarczej wybiera też usługi doradcze. Może to wynikać z tego, że posiadają już dużo informacji na temat zakładania działalności i potrzebują usług doradczych w konkretnych obszarach.

Dodatkowo respondenci pytani o to, co skłoniło ich do korzystania z usług PK KSU wskazywali na:

- poszukiwanie form dofinansowania działalności;
- chęć uzyskania fachowej pomocy, między innymi w wypełnianiu dokumentacji;
- konieczność przygotowania biznesplanu;
- chęć podniesienia kwalifikacji, poszerzenia wiedzy, przebranżowienia się;
- potrzebę awansu zawodowego;
- poszukiwanie pracy.

¹⁴ Na etapie analizy odrzucono hipotezę o niezależności pomiędzy zmiennymi (chi2).



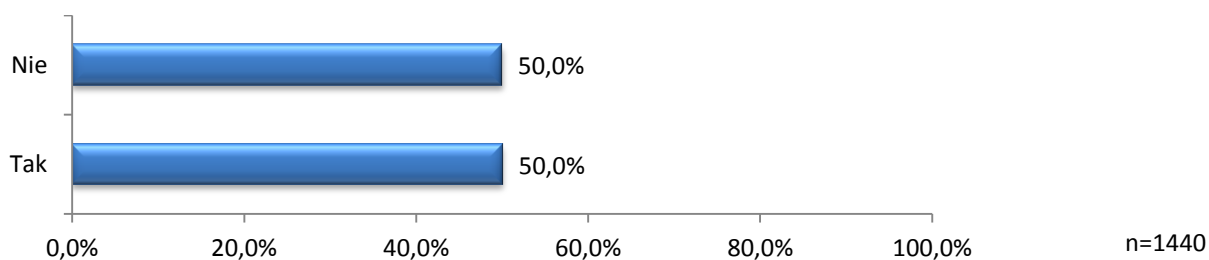
Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Respondenci poszukiwali również informacji na temat szkoleń oraz kursów dotyczących pisania cv, zachowania podczas rozmowy kwalifikacyjnej, myślenia kreatywnego, pracy w grupie, a także zachowania się w trudnych sytuacjach. Zaznaczyć należy, że usługi tego typu nie znajdują się w ofercie PK KSU, co z jednej strony świadczy o tym, że respondenci nie są dokładnie zapoznani z ofertą punktów, z drugiej zaś strony wyrażanie przez badanych zapotrzebowania na tego typu wsparcie, może być istotną wskazówką do modyfikacji oferty PK KSU.

Reasumując, można stwierdzić, że dla pewnej grupy respondentów motywem korzystania z PK KSU jest chęć podnoszenia kwalifikacji i doskonalenia zawodowego. Sytuacja taka dotyczyła najczęściej osób bezrobotnych, chcących założyć własną działalność.

4.2 Czynniki wyboru przez klientów PK KSU. Wiedza klientów na temat standardów świadczenia usług przez PK KSU oraz monitoringu PK przez agencję rządową (PB3)

Połowa respondentów nie wie, że usługi Punktu Konsultacyjnego KSU (wykres 15), z którego korzystali, są świadczone według jednolitego standardu obsługi (zawsze ta sama procedura i jej przebieg).



Wykres 15. Wiedza respondentów na temat tego że Punkt Konsultacyjny KSU, z usług którego korzystali, ma jednolity standard obsługi (zawsze ta sama procedura) i jej przebieg

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań pierwotnych, październik – listopad 2013.

Brak wiedzy klientów na temat tego, że usługi PK KSU są świadczone według jednolitego standardu nie jest zaskoczeniem, jeśli weźmie się pod uwagę, że:

- klienci PK KSU, to na ogół mikrofirmy oraz jednoosobowe działalności gospodarcze, które zazwyczaj nie korzystają z usług oferowanych przez wyspecjalizowane firmy doradcze, ze względu na ich rynkowe ceny – w takiej sytuacji nie mają porównania i nie są w stanie stwierdzić, że są obsługiwani według wypracowanego, unikalnego standardu świadczeń;
- klienci PK KSU mają zróżnicowane potrzeby i problemy, z jakimi się zgłaszają, dlatego proces świadczenia usług jest zindywidualizowany, a w takich przypadkach trudno dostrzec standaryzację działania;
- wielu klientów twierdziło, że skorzystało z usług PK KSU tylko raz i jest to dla nich zdecydowanie zbyt mało; nie byli świadomi, że mogą to zrobić ponownie – jednolity



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
standard jest zauważalny, gdy klienci korzystają z usług co najmniej kilka razy.

W kontekście powyższych rozważań, kierując się wiedzą z literatury na temat procesów i procedur obsługi klientów, warto podkreślić, że klienci zasadniczo **nie doceniają standardów i jednolitego procesu obsługi w Punktach Konsultacyjnych**, ponieważ nie zdają sobie sprawy z tego, jakie to ma znaczenie dla jakości świadczenia tych usług.

Na ogół jednak klienci doceniają standardy, co wyraża się w bardziej pozytywnych ocenach usług świadczonych według jednolitych standardów¹⁵. W przypadku usług, w których proces świadczenia jest wystandaryzowany, klienci cenią jego „przewidywalność” oraz to, że znają etapy przebiegu usługi, czas ich realizacji itd. Z takim podejściem możemy mieć do czynienia w przypadku przedmiotowego badania.

Wiedzę na temat tego, że Punkt Konsultacyjny KSU, z usług którego korzystali respondenci ma jednolity standard obsługi (zawsze ta sama procedura i jej przebieg) częściej mają przedsiębiorcy i osoby samozatrudnione. Nieznacznie częściej wiedzę tę miały osoby korzystające z usług doradczych.

Znaczenie dla klientów faktu świadczenia usług informacyjnych czy doradczych według jednolitego standardu zbadano również, prezentując respondentom – do wyboru – czynniki, które wpływają na wybór konkretnego punktu świadczącego usługi dla biznesu lub nawet decydują o tym wyborze. Odpowiedź dotycząca standardu świadczenia usług stanowiła jeden z wielu wariantów. W ten sposób udało się uzyskać odpowiedź na pytanie: „Na ile standaryzacja usług jest ważnym czynnikiem wyboru ośrodka wsparcia?” (wykres 16.).

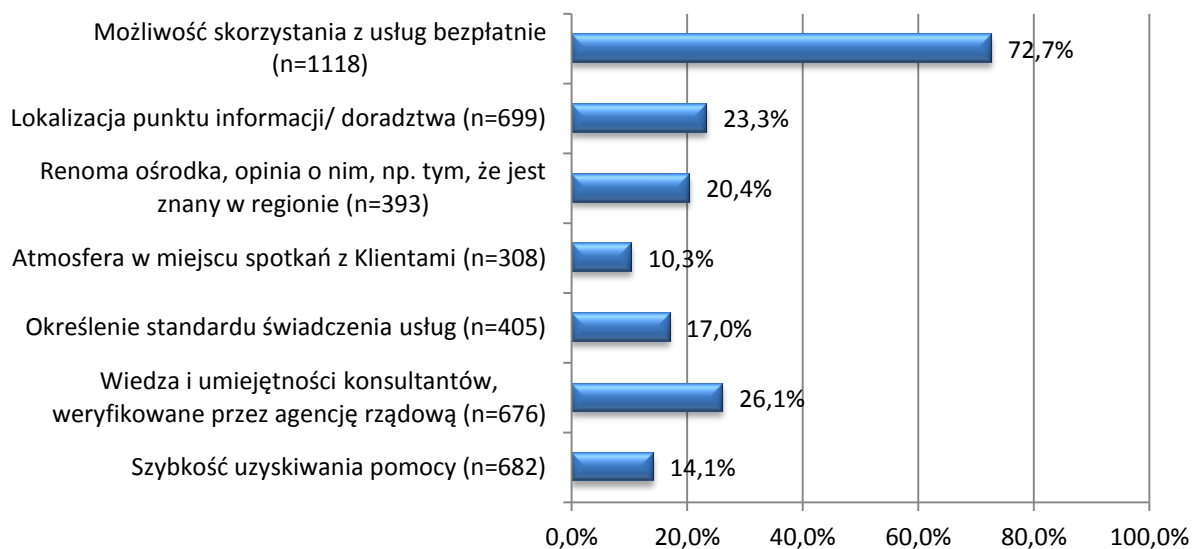
Standard świadczenia usług znajduje się dopiero na 5 miejscu wśród czynników branych pod uwagę przez klientów przy wyborze ośrodka wsparcia biznesu. Można więc stwierdzić, że nie jest on najważniejszym ani nawet ważnym czynnikiem wyboru.

Najważniejszym czynnikiem wyboru Punktów Konsultacyjnych KSU jest możliwość skorzystania z usług bezpłatnie. Tak twierdzi ok. 72,7% klientów. Na drugim miejscu respondenci wskazali wiedzę i umiejętności konsultantów, których kwalifikacje są weryfikowane przez agencję rządową (26,1%). Warto przy tym dodać, że w tym przypadku trzeba myśleć bardziej o kwalifikacjach samych konsultantów niż o procesie weryfikacji tych kwalifikacji przez agencję rządową. Lokalizacja punktu informacji uzyskała 23,3% wskazań.

W pytaniach otwartych dotyczących powyższego zagadnienia, respondenci podkreślali możliwość konsultacji z pracownikami PK KSU za pośrednictwem Internetu. Respondenci CAPI (ok. 15-20%) preferowaliby niebezpośrednie formy kontaktu ze względu na oszczędność czasu.

¹⁵Świadczy o tym popularność wszystkich usług świadczonych w stylu „McDonalds”.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego



Wykres 16. Czynniki decydujące o wyborze ośrodka wsparcia biznesu

* Pytanie multiplikatywne. Wskazania respondentów nie sumują się do 100%.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań pierwotnych, październik – listopad 2013.

Jak wspomiano, kluczowym czynnikiem decydującym o wyborze przez klientów PK KSU jest możliwość skorzystania z usług bezpłatnie lub po znacząco niższych kosztach (w przypadku usług doradczych). Potwierdzają to wypowiedzi uczestników zogniskowanych wywiadów grupowych (FGI). Podkreślali oni, że zdecydowanie największym atutem korzystania z usług PK KSU są **niskie koszty spowodowane dofinansowaniem tych usług**.

Moderator: Niektórzy tak twierdzą. Przejdźmy teraz do mocnych stron. Mamy tutaj wypisane rzeczy. Co jest jeszcze mocną stroną tych usług?

Uczestnik: Koszty na pewno.

Uczestnik: Dofinansowanie.

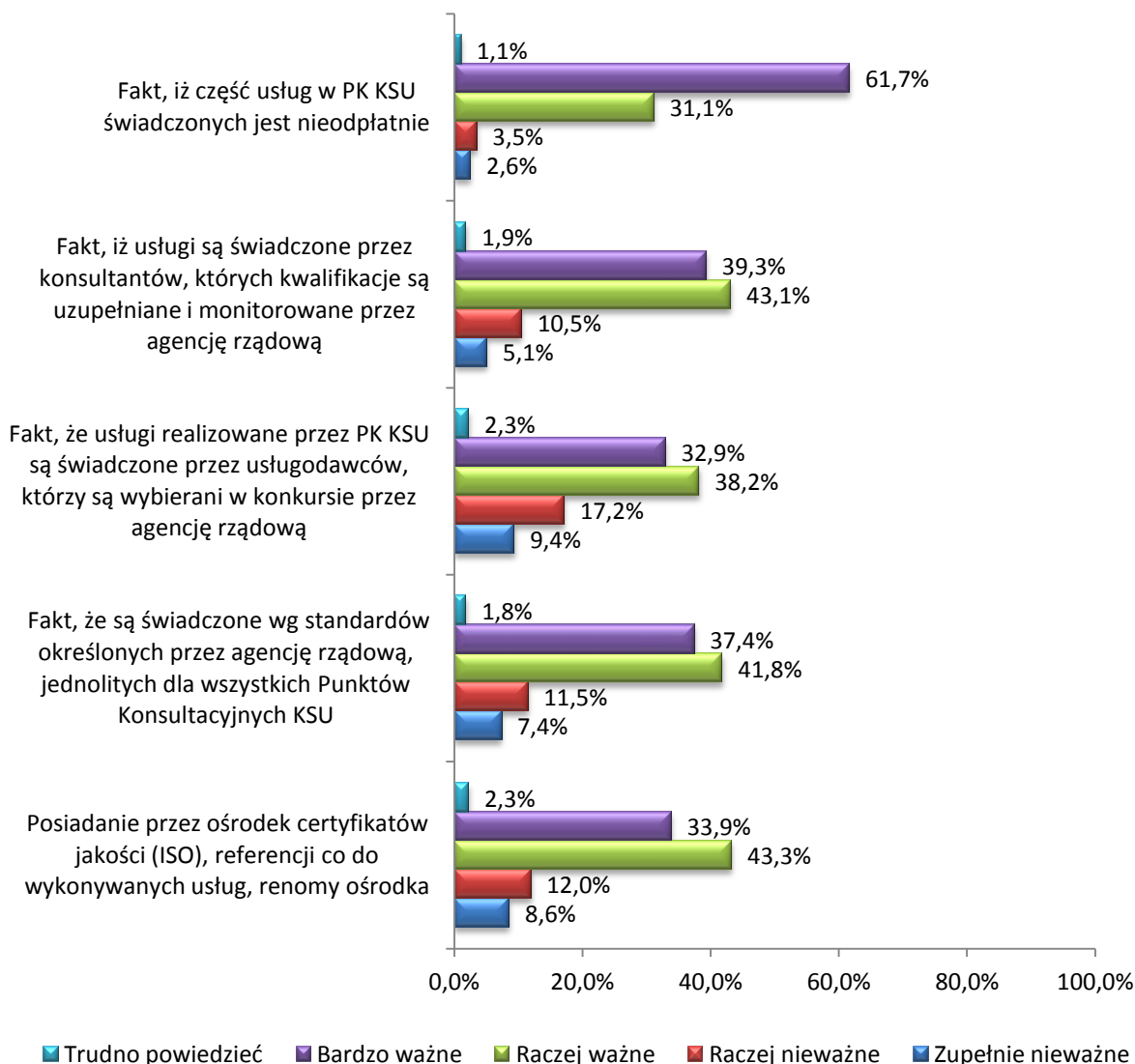
Istnieje związek statystyczny między zmiennymi: czynniki wyboru usług wsparcia dla biznesu a „typ klienta”¹⁶. Możliwość skorzystania z usług bezpłatnie jest ważniejsza dla osób bezrobotnych oraz uczniów i studentów niż dla innych „typów klienta”.

Dla przedsiębiorców i samozatrudnionych, poza możliwością skorzystania z usług bezpłatnie, ważne – i ważniejsze niż dla innych „typów klienta” – są czynniki, takie jak: wiedza i umiejętności konsultantów, których kwalifikacje są weryfikowane przez agencję rządową oraz lokalizacja Punktu Konsultacyjnego.

Wiedzę z zakresu znaczenia dla klientów standardów świadczenia usług, monitoringu agencji rządowej czy uzupełniania i monitorowania kwalifikacji konsultantów pogłębiły odpowiedzi na kolejne pytanie, bezpośrednio ukierunkowane na znaczenie powyższych elementów. Badanym przedstawiono do oceny kilka wybranych elementów, które mogą mieć wpływ na proces wyboru PK KSU, aby móc określić, które z nich ogrywają największą rolę (wykres 17.). Największe znaczenie dla klientów ma to, że część usług w PK KSU jest

¹⁶ Na etapie analizy odrzucono hipotezę o niezależności między zmiennymi (chi2).

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
świadczonych nieodpłatnie: czynnik ten został oceniony jako bardzo ważny przez ponad 60% ankietowanych. Jest to więc zdecydowanie najważniejszy czynnik, który decyduje o wyborze usług PK KSU.



n=1440

Wykres 17. Czynniki odgrywające rolę w procesie wyboru Punktu Konsultacyjnego jako ośrodka wsparcia biznesu świadczącego usługi

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań pierwotnych, październik – listopad 2013.

Na drugim miejscu, w ocenie klientów PK KSU, uplasowało się świadczenie usług przez konsultantów, których kwalifikacje są uzupełniane i monitorowane przez agencję rządową (prawie 40% wskazań „bardzo ważne” i 43,1% – „raczej ważne”) oraz to, że usługi PK KSU są świadczone według jednolitych standardów określonych przez agencję rządową (37,4% wskazań „bardzo ważne” i 48,1% – „raczej ważne”). Najmniej wskazań „bardzo ważne” i „raczej ważne” uzyskała kategoria wyboru świadczeniodawców w konkursie przeprowadzonym przez agencję rządową. Nie oznacza to jednak, że kategoria ta nie ma

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego w ogóle znaczenia dla badanych. Prawie 33% respondentów wskazało, że jest to dla nich bardzo ważne, a 38% – że raczej ważne.

Standaryzacja świadczenia usług przez agencję rządową ma dla badanych znaczenie drugorzędne w stosunku do innych kryteriów, decydujących o ich wyborze. Świadczą o tym również wypowiedzi uczestników wywiadów grupowych (FGI):

Moderator: A to, że uczestniczy w tym PARP to ma znaczenie, nie ma znaczenia? To dobre czy złe, z punktu widzenia panów potrzeb, oczekiwań?

Uczestnik: Dla mnie to jest to zupełnie obojętne czy jest to PARP czy coś innego. Dla mnie była ważna informacja konsultanta i jego wsparcie.

Uczestnik: Ja tutaj zupełnie się zgadzam z panem. Z mojego punktu widzenia wszystko jedno, kto stoi za konsultantem, pod warunkiem, że ten konsultant dostarczy odpowiedniej wiedzy merytorycznej i że te procedury są na tyle proste, że nie wymagają ode mnie żadnych dodatkowych wysiłków.

Pewną słabą stroną akcentowania powiązań świadczenia usług PK KSU z agencją rządową są pojawiające się skojarzenia instytucji państwowych z monopolistami. Są to skojarzenia negatywne, mające źródło w minionym okresie. Warto o tym pamiętać, budując przekaz komunikacyjny Punktów Konsultacyjnych KSU.

Istnieją nieznaczne różnice w opiniach na temat znaczenia czynników standaryzacji i pieczy instytucji państwowej nad Punktami Konsultacyjnymi KSU między różnymi „typami klienta”. Chociaż nie są to różnice istotne statystycznie, to można stwierdzić, że **osoby samozatrudnione, uczniowie i studenci mają wyższe wymagania dotyczące zapewnienia standardów i jakości świadczeń niż przedsiębiorcy czy bezrobotni**. Wniosek ten jest o tyle zaskakujący, że wydaje się, iż osoby o mniejszej wiedzy i doświadczeniu, jak np. uczniowie czy studenci, będą mieli mniejsze oczekiwania.

Dla osób samozatrudnionych, nieco ważniejsze niż dla innych „typów klienta”, są kryteria posiadania przez ośrodek certyfikatów jakości (ISO), referencji co do wykonywanych usług, renomy ośrodka.

Zarówno dla osób samozatrudnionych, jak i studentów ważniejsze niż dla innych „typów klienta” jest to, że:

- usługi są świadczone według standardów określonych przez agencję rządową, jednolitych dla wszystkich Punktów Konsultacyjnych KSU;
- usługi są świadczone przez usługodawców, którzy są wybierani w konkursie przeprowadzonym przez agencję rządową;
- usługi są świadczone przez konsultantów, których kwalifikacje są uzupełniane i monitorowane przez agencję rządową.

Dla osób bezrobotnych zdecydowanie największe znaczenie ma nieodpłatne świadczenie części usług w PK KSU, co nie jest zaskoczeniem.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Istnieją też nieznaczne różnice między znaczeniem standaryzacji i pieczy instytucji państwowej nad Punktami Konsultacyjnymi KSU, a rodzajem usług, z których skorzystali klienci – informacyjnych i doradczych.

Dla klientów usług doradczych większe znaczenie niż dla klientów usług informacyjnych ma:

- posiadanie przez ośrodek certyfikatów jakości (ISO), referencji co do wykonywanych usług, renomy;
- fakt, że usługi realizowane przez PK KSU są świadczone przez usługodawców, którzy są wybierani w konkursie przeprowadzonym przez agencję rządową;
- fakt, że usługi są świadczone przez konsultantów, których kwalifikacje są uzupełniane i monitorowane przez agencję rządową.

Oczywiście dla klientów usług informacyjnych większe znacznie niż dla klientów usług doradczych ma to, że część usług w PK KSU jest świadczonych nieodpłatnie. Usługi doradcze są częściowo odpłatne i dlatego korzystający z nich klienci częściej akceptują odpłatność usług PK KSU. Warto jednak podkreślić, że opłata za usługi doradcze w PK KSU jest bardzo preferencyjna, w zasadzie tak niewielka, iż często są one traktowane jako świadczone niemal bezpłatnie.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

4.3 Kwalifikacje konsultantów PK jako czynnik o kluczowym znaczeniu w ocenie usług PKKSU

Poza możliwością korzystania z usług bezpłatnie lub z niewielkim zaangażowaniem finansowym, podstawowym czynnikiem, zarówno wyboru PK KSU, jak i opinii na temat ich usług, są kwalifikacje konsultantów. Niewątpliwie jest to kryterium istotne i często akcentowane również przez uczestników wywiadów grupowych (FGI):

Moderator: *Czyli rzetelna wiedza, kompleksowa przy minimalnych wymaganiach formalnych. Coś jeszcze było ważne?*

Uczestnik: *Profesjonalizm. Korzystając z porad prawnika, można trafić na kogoś, kto nie będzie wiedział po prostu.*

Uczestnik: *Ludzie. Tu chyba tylko o ludzi chodzi. Jeżeli są kompetentni, to mi nie przeszkadza czy są w piwnicy czy w biurówcu.*

Uczestnik: *Znaczy, jeśli chodzi o mnie, to ja bardziej stawiam na fachowość osoby, z którą pracuję, jeśli jest to osoba związana z PARP czy jakąś instytucją pozarządową to najbardziej sobie cenię w tym doradztwie doradztwo samej osoby, która mi doradzała, gdzie byłem pewny, że to było fachowe podejście do petenta.*

Uczestnik: *bo tutaj jakby istotą jest uzyskanie pomocy, czyli to po co się przychodzi, a nie sama otoczka czy forma tego. Tak, że tutaj przede wszystkim to fachowość osób, które jakby są zatrudnione i które odpowiadają na nasze ewentualne pytania czy problemy.*

Uczestnik: *Dla mnie to większego znaczenia nie miało to, że jest to pod egidą PARP, dla mnie znaczenie miała wiedza, jaką mogłabym otrzymać, a której nie otrzymałam.*

Trzeba podkreślić, że znaczna część wypowiedzi respondentów w trakcie wywiadów grupowych (FGI) dotyczyła właśnie kwalifikacji i kompetencji konsultantów. Klienci podkreślają, że ma to dla nich bardzo istotne znaczenie:

Uczestnik: *Najważniejsi są ludzie i ich kompetencje, bo nie warunki lokalowe, tylko to czy właśnie trafimy na osobę, która konkretnie odpowie i doradzi, czy trafimy na taką osobę, która odhaczy godzinę.*

Uczestnik: *w moim przypadku to była kwestia, na kogo trafiłam. Jedna osoba była bardzo kompetentna i tutaj mój problem, tak jak mówiłam, ja wiedziałam, z czym przychodzę, ale nie chciałam za dużo powiedzieć, więc mógł sprawiać wrażenie takie, że jest bardzo rozmyty, a jednak otrzymałam naprawdę bardzo, bardzo konkretną pomoc, całą masę informacji natomiast jak przysłałam innym razem rozmawiać z prawnikiem to po prostu odpowiedzi były takie jak bym rozmawiała z politykiem, a nie z prawnikiem, po prostu cała godzina mówienia i nic się nie dowiedziałam.*

Uczestnik: *Tak, za pierwszym razem to przede wszystkim niekompetencja osoby, która tam miała mi doradzać, kompletnie osoba przypadkowa, niemająca... (...) Po prostu takie formułki z ulotek, zupełnie przypadkowa osoba, miałem wrażenie, że to jest, nie wiem, sekretarz.*

Uczestnik: *No ta pani się starała, przychodziła na te spotkania z czymś, ale...*

Uczestnik: *Znaczy ja odniosłam takie wrażenie, że to jest trochę taka przypadkowa zbieranina, nie wiem, może to jest tylko moje subiektywne odczucie, ale przez to, że z jednej strony polecano mi osobę, która była kompletnie, miałam wrażenie, że niezainteresowana rozmową i nic się od niej nie dowiedziałam.*



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Uczestnik: Rzetelne po prostu wykonanie swojej pracy. Ja miałem wrażenie nieodparte, że ten człowiek, który mnie obsługiwał za pierwszym razem to jest po prostu czymś krewnym zatrudnionym tam na zasadzie znajomości.

Uczestnik: Tak, kompetencje.

Opinie na temat kwalifikacji konsultantów są zróżnicowane. W wywiadach grupowych (FGI) dominują oceny krytyczne, choć zdarzają się również oceny pozytywne. Oceniając wypowiedzi uczestników, warto wziąć pod uwagę to, że klienci często oceniają kwalifikacje konsultantów powierzchownie, przykładowo na podstawie ich wieku:

Uczestnik: (...) i nie sądzę żeby tam oni zatrudniali ludzi, którzy znają się. Wiek ludzi, których widziałam nie potwierdza mi tego, żeby mogli mieć wiedzę na temat każdej możliwej działalności na rynku.

Uczestnik: (...) to był młody chłopak, ja weszłam i go zobaczyłam to mówię „o Jezu, będzie słabo” i po prostu okazało się, że siedziałam i notowałam przez całą godzinę jak tam byłam, miał masę informacji i te informacje selekcjonował w sposób taki, żeby one były dla mnie użyteczne.

Jak się jednak okazuje, osoby młode również mogą posiadać fachową wiedzę i zaskoczyć nią klientów. Remedium na taki odbiór konsultantów przez klientów może być – co zasugerowali sami badani – charakterystyka/opis wiedzy, doświadczenia i specjalizacji konsultanta na stronach internetowych PK KSU:

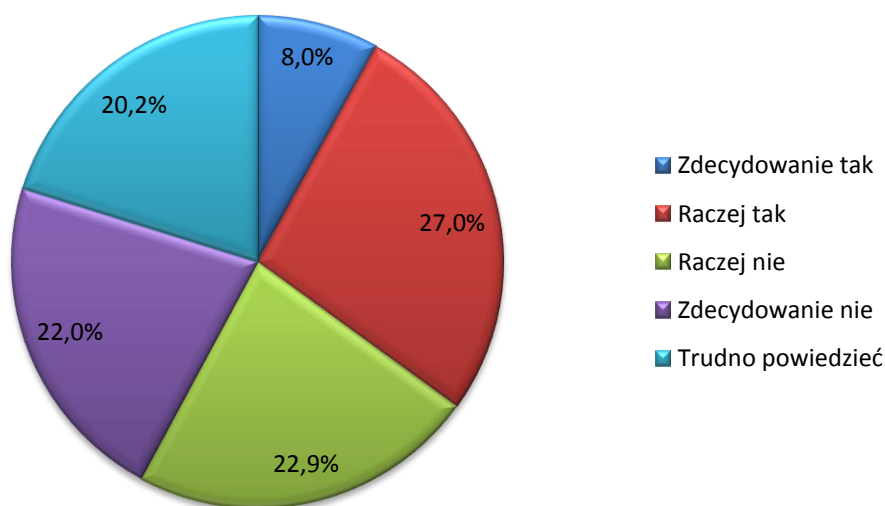
Uczestnik: Znaczy ja nie wiem, ja na przykład widziałam na stronie, że byli przedstawieni doradcy, może i byli z nazwiska i z tego czy są magistrami jakiejś tam uczelni, ale sobie nie przypominam, żeby tam było napisane, czym dokładnie ta osoba się zajmuje i jakie ma doświadczenie.

Ocena kwalifikacji przez pryzmat atrybutów zewnętrznych występuje nie tylko w przypadku usług PK KSU, ale także wszystkich innych świadczeń, a w szczególności grupy tzw. usług profesjonalnych, do których należą m.in. usługi informacyjne i doradcze. Budując wizerunek Punktów Konsultacyjnych KSU, warto wziąć to pod uwagę i pamiętać, że konsultanci zawsze będą oceniani na podstawie wyglądu zewnętrznego.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

4.4 Skłonność do partycypacji w kosztach usług informacyjnych oraz doradczych przez klientów PK KSU (PB4)

W celu zbadania gotowości klientów do pokrycia części kosztów usług informacyjnych świadczonych przez Punkty Konsultacyjne KSU, spytano czy wprowadzenie opłat za te usługi wpłynęłoby na korzystanie z nich przez badanych. Z badań wynika, że podejście klientów PK KSU do odpłatności usług informacyjnych jest bardzo rozsądne i wyważone (wykres 18.). Ponad 30% respondentów (czyli prawie 1/3 badanej populacji) korzystałoby z usług informacyjnych w takim samym stopniu jak obecnie, gdyby były one świadczone odpłatnie. Nieco więcej (ok. 45%) respondentów nie skorzystałoby z tych usług gdyby były one odpłatne. Co piąty badany nie potrafił udzielić odpowiedzi. Warto podkreślić, że wyniki takie uprawniają do twierdzenia, że **znaczna część respondentów jest skłonna do ponoszenia opłat za usługi informacyjne świadczone przez PK KSU.**



n=1000

Wykres 18. Skłonność klientów Punktów Konsultacyjnych KSU do zapłaty za usługi informacyjne, jak np. opieka nad klientem

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań pierwotnych, październik – listopad 2013.

Wypowiedzi uczestników wywiadów grupowych (FGI) umożliwiły uzupełnienie informacji o motywach skłonności do ponoszenia opłat za usługi PK KSU. Klienci podkreślają, że zależy im przede wszystkim na otrzymywaniu rzetelnej i fachowej informacji i/lub doradztwa, a gdy informacja i doradztwo będzie dla nich korzystne, opłata stanie się sprawą drugorzędną. Tym samym klienci PK KSU ponownie akcentują znaczenie **kompetencji pracujących tam osób**. Potwierdzają, że są skłonni dopłacić, jeśli dzięki temu będą mogli otrzymać więcej rzetelnych informacji.



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Uczestnik: żeby ten czas był wydłużony, nawet kosztem większych pieniędzy, które trzeba by było zapłacić.

Moderator: Może być drożej, ale dłużej.

Uczestnik: Może niech będzie elastycznie po prostu.

Uczestnik: Tak, może to jest jakieś rozwiązanie, bo naprawdę, nie sposób skorzystać z tych usług, a z kolei jak się już idzie po poradę i płaci cokolwiek, a dostaje się tylko część tego albo dostaje się jakos tam część czasu, bo rzeczywiście go nie ma, to...

Uczestnik: Znaczący ja dostałam informację, że mam ileś godzin do zrealizowania i jeżeli je zrealizuję to chyba mogę sobie dokupić te następne godziny, które nie są już dofinansowywane.

Uczestnik: Znaczący ja uważam, że rzeczywiście ten pomysł żeby ta usługa, nawet informacyjna, była płatna, choćby symbolicznie nawet, ale z drugiej strony żebyśmy mieli gwarancję, że ona jest rzetelna. Uważam, że to jest fajny pomysł, dużo fajniejszy niż z tym bonem, gdzie dostajemy voucher czy cokolwiek, siedzimy i przeglądamy wszystkie strony doradców w całym mieście i okolicach.

Skłonność do partycypacji w kosztach usługi informacyjnej jest więc ściśle uzależniona od opinii klientów na temat jakości pomocy i doradztwa uzyskanych w PK KSU. **Pobieranie opłat za usługi jest zatem możliwe, ale procesowi ich wprowadzania powinno towarzyszyć doskonalenie usług, w szczególności ukierunkowane na potrzeby klientów PK KSU i jakość uzyskiwanej przez nich pomocy.**

Opinie klientów PK KSU na temat stopnia korzystania z usług informacyjnych w sytuacji gdy byłyby one odpłatne są podzielone. Widać to dokładnie w odpowiedziach na pytania otwarte:

1. Dlaczego, gdyby usługi informacyjne (jak np. opieka nad klientem) punktów KSU były świadczone odpłatnie, to nie korzystaliby z nich w takim samym stopniu jak obecnie? (tabela 12.);
2. Dlaczego, gdyby usługi informacyjne (jak np. opieka nad klientem) punktów KSU były świadczone odpłatnie, to korzystaliby z nich w takim samym stopniu jak obecnie? (tabela 13.).

Wskazania	Opis argumentacji badanych
Najczęściej wskazywane	<ul style="list-style-type: none"> • ze względów finansowych: nie stać mnie na to by płacić • osoba bezrobotna nie ma pieniędzy • usługi powinny być bezpłatne, pomoc rządowa powinna być bezpłatna, jest to dofinansowywane przez państwo • państwo powinno pomagać obywatelom w założeniu firmy • jest wiele darmowych alternatyw, uważam, że nie warto płacić za takie usługi, w Internecie takie informacje są za darmo, szukałabym innego, darmowego źródła • za takie pieniądze równie dobrze można skorzystać z lepszej firmy doradczej • za niskie kompetencje konsultantów • uważam, że na tym etapie, zwłaszcza wstępnym, potrzebne jest wsparcie bezpłatne, gdyż odpłatnie można iść do radcy prawnego

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Wskazania	Opis argumentacji badanych
Często wskazywane	<ul style="list-style-type: none"> • byłyby to droga usługa • brak pewności efektywności porady / brak rezultatów • nie byłbym zainteresowany / brak potrzeby • chciałam tylko zasięgnąć informacji, a te wolałam żeby były bezpłatnie, ciężko płacić jedynie za informacje • informacje, które uzyskałam nie były na tyle istotne, aby warto za nie płacić

Tabela 12. Wskazywane przez respondentów powody, dla których, gdyby usługi informacyjne (jak np. opieka nad klientem) PK KSU były świadczone odpłatnie, to nie korzystaliby z nich w takim samym stopniu jak obecnie

Źródło: Opracowanie własne na podstawie bezpośrednich wypowiedzi respondentów, badania pierwotne CAPI.

Odpowiedzi respondentów, dotyczące opłat za informacje, odzwierciedlają dość powszechną w polskim społeczeństwie opinię, że informacja jest czymś niematerialnym, łatwym do pozyskania i nie powinno się za nią płacić. Są jednak również całkiem odmienne punkty widzenia respondentów na tę kwestię.

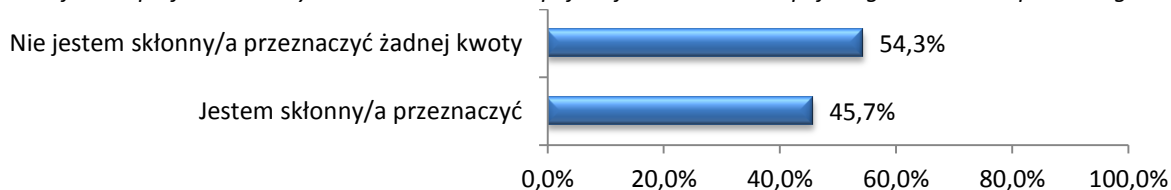
Wskazania	Opis argumentacji badanych
Najczęściej wskazywane	<ul style="list-style-type: none"> • warto zapłacić za potrzebną wiedzę, takie informacje są zawsze potrzebne • duża pomoc ekspertów, kompetencja konsultantów • jak się płaci, to można więcej wymagać • jeśli pomogłoby mi to dobrze prowadzić własną działalność • jeśli ta usługa byłaby warta swojej ceny • w przypadku pewności uzyskania wymiernych korzyści, osiągnięcia celu • to zależy od ceny – powinna być niska cena
Często wskazywane	<ul style="list-style-type: none"> • za pomoc specjalisty trzeba płacić, informacja ma swoją cenę • aby zarobić, trzeba zainwestować • jeśli dostałbym bardzo istotną informację, konkretną, która by mi pomogła, to mógłbym wtedy nawet zapłacić • pracownicy PK KSU są użyteczni, wyposażeni w wiedzę, są praktykami, mają dostęp do wiedzy • ważna jest dla mnie rzetelna, sprawdzona informacja

Tabela 13. Wskazywane przez respondentów powody, dla których, gdyby usługi informacyjne (jak np. opieka nad klientem) PK KSU były świadczone odpłatnie, to korzystaliby z nich w takim samym stopniu jak obecnie

Źródło: Opracowanie własne na podstawie bezpośrednich wypowiedzi respondentów, badania pierwotne CAPI.

Odpowiedzi respondentów na pytanie, czy byliby skłonni zapłacić za usługę informacyjną PK KSU, z której skorzystali są mocno podzielone. Ponad połowa wskazała, że nie jest skłonna ponosić opłaty za usługi PK KSU, zaś dla 45,7% przeznaczenie pewnej kwoty na ten cel byłoby możliwe (wykres 19.).

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego



n=1440

Wykres 19. Skłonność klientów Punktów Konsultacyjnych KSU do zapłaty za usługę, z której skorzystali

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań pierwotnych, październik – listopad 2013.

Średnia kwota, jaką badani respondenci, korzystający z usług doradczych byliby skłonni za nie zapłacić wynosi 305,4 zł (tabela 14.). Deklarowane stawki są bardzo zróżnicowane, o czym świadczy wartość odchylenia standardowego, przewyższająca wartość średniej arytmetycznej. Z wartości mediany wynika, że połowa (50%) respondentów wskazała kwotę mniejszą niż 150 zł, zaś druga połowa – większą.

Usługi informacyjne są wyceniane niżej. Średnia kwota, jaką badani respondenci korzystający z usług informacyjnych byliby skłonni za nie zapłacić wynosi ok. 128 zł (tabela 14.). Podobnie jak w przypadku usług doradczych, deklarowane stawki są bardzo zróżnicowane, o czym świadczy wartość odchylenia standardowego przewyższająca wartość średniej arytmetycznej. Z wartości mediany w przypadku usług informacyjnych wynika, że połowa (50%) respondentów podała kwotę mniejszą niż 100 zł, zaś druga połowa – większą.

Typ usługi	Średnia arytmetyczna	Mediana	Odchylenie standardowe
Usługa doradcza	305,4	150	432,92
Usługa informacyjna	127,9	100	172,86

Tabela 14. Kwota (w zł), jaką respondenci byliby w stanie zapłacić za usługi, z których korzystali.

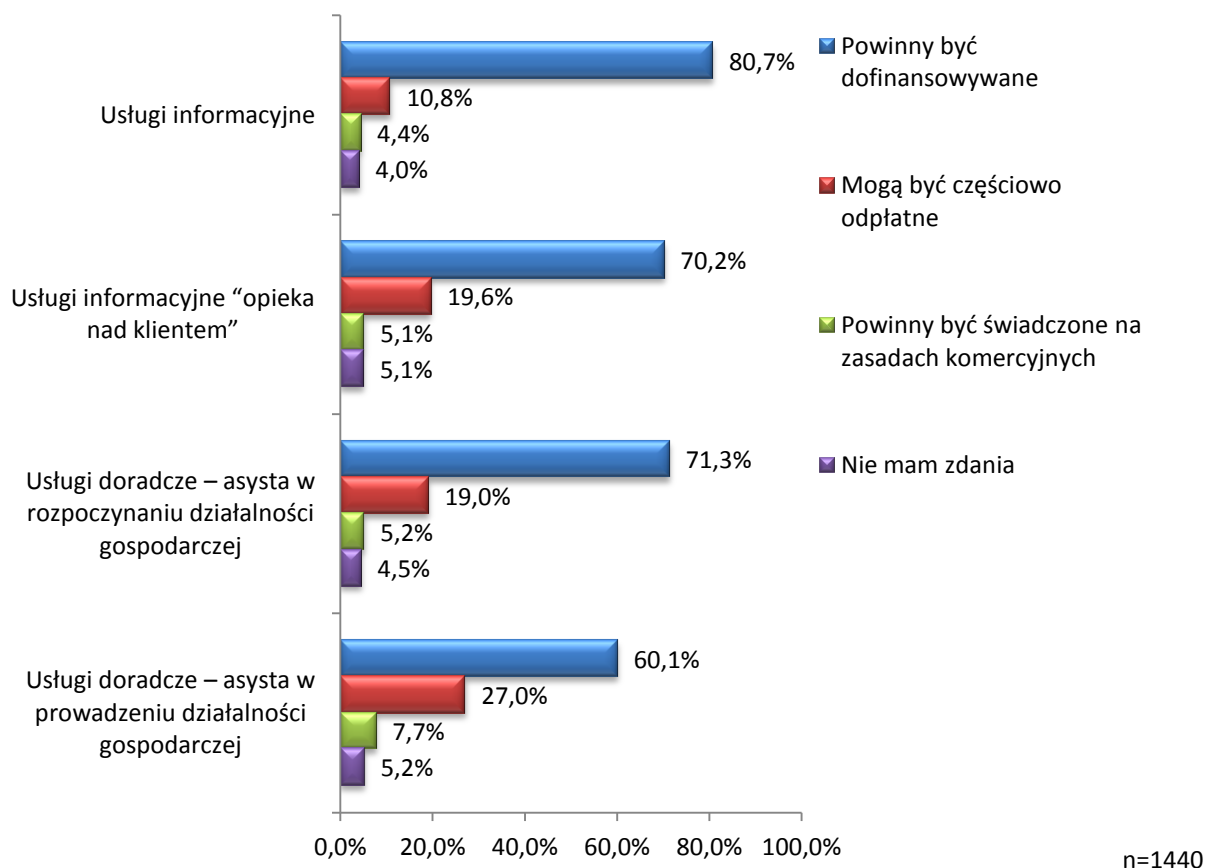
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań pierwotnych, październik – listopad 2013.

Według największej grupy respondentów (80,7%), ze środków publicznych powinny być dofinansowywane usługi informacyjne (wykres 20.). Mniejsza grupa respondentów (ok. 70-71%) twierdzi, że powinny być dofinansowywane usługi informacyjne – opieka nad klientem oraz usługi doradcze – asysta w rozpoczynaniu działalności gospodarczej. Najmniejsza grupa respondentów, jednak ciągle dość liczna (60,1%) twierdzi, że dofinansowaniem powinny być objęte również usługi doradcze – asysta w prowadzeniu działalności gospodarczej.

Na podstawie analizy opinii klientów można stwierdzić, że najwięcej osób zaakceptowałoby częściową odpłatność za usługi doradcze – asysta w prowadzeniu działalności gospodarczej – jest to 27% badanych (wykres 20.).

Co piąty klient (ok. 19% badanych) zaakceptowałoby częściową odpłatność za usługi informacyjne – opieka nad klientem oraz usługi doradcze – asysta w rozpoczynaniu działalności gospodarczej. Na ogół jednak wydaje się, że klienci nie zaakceptowaliby odpłatności za usługi PK KSU, gdyby były to stawki komercyjne (wykres 20.).

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego



Wykres 20. Opinie klientów na temat dofinansowania usług świadczonych przez PK KSU ze środków publicznych

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań pierwotnych, październik – listopad 2013.

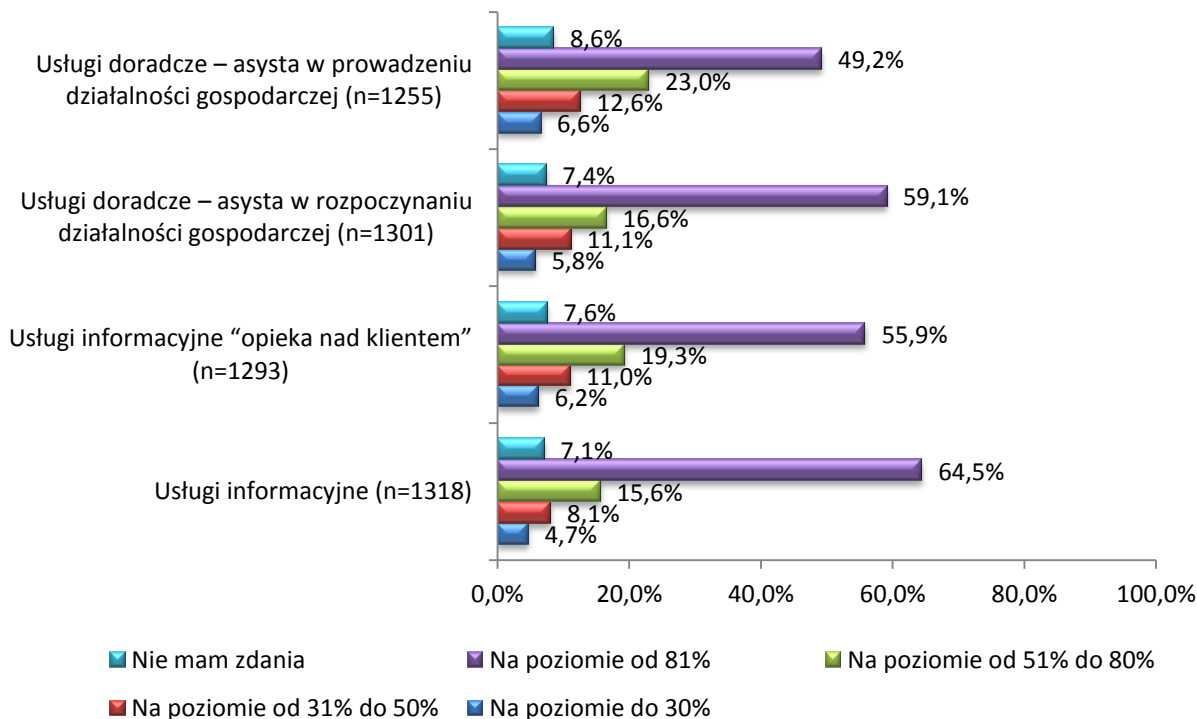
W przypadku usług informacyjnych wielkość dofinansowania ze środków publicznych w opinii 64,5% respondentów powinna wynosić od 81% (wykres 21.). Tylko 15% akceptuje dofinansowanie ze środków publicznych na poziomie od 51 do 80%. Oznacza to, że większość badanych respondentów wskazuje, iż byłaby skłonna ponosić opłaty za usługi informacyjne na poziomie około 20% ich wartości.

W przypadku usług informacyjnych – opieka nad klientem, 55,9% badanych uważa, że powinny być one dofinansowywane ze środków publicznych na poziomie od 81%. Jednocześnie prawie 20% badanych (19,3%) uważa, że usługi te powinny być dofinansowywane ze środków publicznych na poziomie 51-80% (wykres 21.). Jest to dość duży odsetek badanych – co piąty klient PK KSU.

W przypadku usługi doradczej – asysta w rozpoczynaniu działalności gospodarczej, prawie 60% respondentów, a więc nieco więcej niż w przypadku usługi informacyjnej – opieka nad klientem, uważa, że usługi te powinny być dofinansowywane ze środków publicznych na poziomie od 81%. Jednocześnie mniejsza grupa (16,6%) uważa, że usługi te powinny być dofinansowywane ze środków publicznych na poziomie 51-80%.

Największy odsetek klientów PK KSU (23% badanych) uważa, że usługi doradcze – asysta w prowadzeniu działalności gospodarczej powinny być dofinansowywane ze środków

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego publicznych na poziomie 51-80%. Jest to prawie co czwarty badany. Jednocześnie niecałe 50% uważa, że usługi te powinny być dofinansowywane ze środków publicznych na poziomie od 81%.



Wykres 21. Opinie klientów na temat wielkości dofinansowania usług PK KSU ze środków publicznych

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań pierwotnych, październik – listopad 2013.

Odpowiedzi respondentów na pytania dotyczące wielkości dofinansowania usług PK KSU ze środków publicznych wskazują na różnicowanie usług w zależności od czasu ich świadczenia. Podobne opinie na temat wielkości dofinansowania dotyczą:

- usług informacyjnych oraz usług doradczych – asysta w rozpoczynaniu działalności gospodarczej;
- usług informacyjnych – opieka nad klientem oraz usług doradczych – asysta w prowadzeniu działalności gospodarczej.

To zaskakujące podejście może świadczyć o tym, że klienci PK KSU uważają, iż większym dofinansowaniem ze środków publicznych powinny być objęte usługi o charakterze informacji lub jednorazowej porady, mniejszym zaś – te, które wiążą się z opieką czy asystowaniem klientowi w dłuższym okresie. Wynika z tego większa skłonność klientów do płacenia za usługi doradcze.

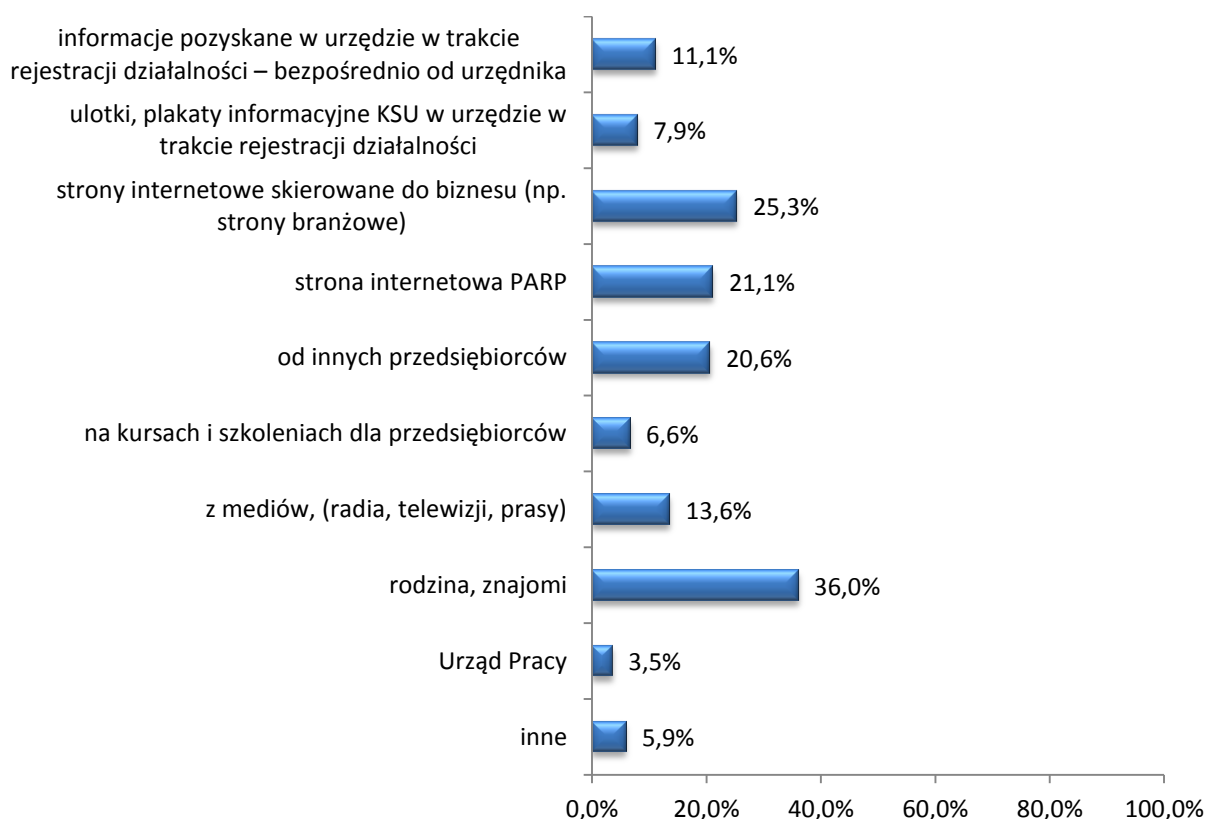
Wyraźnie widać następującą prawidłowość: im bardziej zaawansowana i profesjonalna jest usługa, tym większa grupa klientów jest skłonna partycypować w jej kosztach na wyższym poziomie.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

4.5 Źródła wiedzy klientów na temat usług PK KSU – kanały komunikacji z klientami (PB 9)

Z badań prowadzonych w 2012 r.¹⁷ wynika, że najczęstszym źródłem informacji na temat usług PK KSU w 2012 r. był Internet, a w 2011 r. – znajomi i przedsiębiorcy, którzy skorzystali z usług PK KSU. Internet w 2011 r. uplasował się na drugim miejscu wśród źródeł informacji.

Zbliżone wyniki wyłaniają się z przedmiotowego badania (wykres 22.), z którego wynika, że trzy główne źródła pozyskiwania informacji na temat PK KSU to: Internet (46,4% wskazań: strony skierowane do biznesu – 25,3%, strona internetowa PARP – 21,1%), rodzina i znajomi klienta (36% wskazań) oraz inni przedsiębiorcy (20,6%).



Wykres 22. Źródła wiedzy respondentów o usługach KSU

n=1440

Pytanie multiplikatywne odpowiedzi nie sumują się do 100%.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań pierwotnych, październik – listopad 2013.

Po dokonaniu podziału kanałów komunikacji z respondentami na formalne (marketingowe, ulotki, plakaty, strony internetowe itd.) oraz nieformalne (od innych osób – tak zwany „marketing szeptany”), należy stwierdzić, że znaczna część badanych dowiaduje się o istnieniu PK KSU oraz ich ofercie z kanałów nieformalnych. Potwierdzają to wypowiedzi uczestników wywiadów grupowych (FGI).

¹⁷ Raport Końcowy, „Badanie klientów Punktów Konsultacyjnych KSU”, IBC Group dla PARP, Warszawa 2012.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Według uczestników wywiadów grupowych (FGI) informacje o usługach świadczonych przez PK KSU powinny być dostępne na tablicach informacyjnych w urzędach gmin, szczególnie w wydziałach działalności gospodarczej, czyli w miejscach, gdzie rejestruje się działalność gospodarczą, pobiera druki rejestracji itp. Zdaniem uczestników wywiadów, jest to wręcz oczywiste miejsce, w którym powinna być promowana oferta PK KSU. Część badanych dowiedziało się o ofercie usług PK KSU właśnie z urzędu gminy, w trakcie zakładania działalności gospodarczej.

Uczestnik: *Myślę, że w urzędach gmin.*

Uczestnik: *W urzędach, przez Internet, w momencie na przykład, kiedy ja założyłam firmę, to dostałam od razu informację na maila.*

Moderator: *Czyli jak już się zarejestrujemy i trafiamy do bazy, to ktoś mógłby nam przesyłać...*

Uczestnik: *Tak, na maila jakieś informacje właśnie.*

Pozyskiwanie informacji z urzędów gmin, departamentów rejestracji działalności gospodarczej, świadczy o efektach uruchomienia nowego kanału komunikacji z klientami. Respondenci podkreślali, że ten kanał komunikacji jest według nich bardzo odpowiedni do informowania na temat PK KSU i ich oferty.

Nie należy także zapominać o poczcie tradycyjnej, którą można wykorzystywać do przekazywania informacji osobom rejestrującym się w Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (CEiIDG):

Uczestnik: *(...) dużo się dostaje, zaraz po założeniu firmy, zwykłą pocztą przesyłek i wydaje mi się, że to by było nawet bardziej skuteczne niż newsletter.*

Uczestnik: *Tak, bo przychodzi z regonem, jak się zakłada działalność.*

Uczestnik: *Tak jest, od razu jest masa przesyłek, większość z nich od razu idzie do kosza, ale z drugiej strony jakaś taka krótka informacja, to myślę, że miałyby szansę zostać na jakiś czas.*

Uczestnik: *(...) jak się zakłada firmę to dopiero ta korespondencja zaczyna przychodzić i po prostu zwykle te pierwsze rzeczy jakoś się tak najlepiej pamięta (...)*

Uczestnik: *Też tam, gdzie się zakłada działalność gospodarczą jest tablica informacyjna i zwykle na tej tablicy informacyjnej też można by było się pojawić, bo jednak niekiedy się ją czyta, chociażby żeby wiedzieć, do jakiego okienka podejść, który numer wyciągnąć. Takie pierwsze podejście, gdzie można tę informację znaleźć. A tam tego nie ma.*

Jak wynika z przeprowadzonych analiz, doskonalenie systemu informowania klientów o istnieniu PK KSU oraz ich ofercie ma kluczowe znaczenie dla kształtowania rozpoznawalności tych punktów, ponieważ – w chwili obecnej – rozpoznawalność ta jest niewielka. Większość klientów nie ma świadomości, że istnieją PK KSU. Dowiadują się o ich ofercie przez przypadek, od znajomych, wpisując w Internecie hasła dotyczące doradztwa dla przedsiębiorców, czy poszukując ośrodków wsparcia. Doskonale obrazują to wypowiedzi uczestników wywiadu grupowego:



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Moderator: Jak państwo oceniają wiedzę na temat PK KSU, czy ona jest dostępna, niedostępna, jak to wygląda?

Uczestnik: Słabo dostępna.

Uczestnik: (...) szczerze mówiąc ja się od jakiegoś czasu interesowałam różnymi funduszami itd., zakładałam wcześniej firmę z funduszów europejskich i po prostu nigdy wcześniej nie słyszałam o KSU.

Uczestnik: (...) tutaj mamy ten materiał, to jest program „kapitał ludzki” i to jest coś, o czym wiem, że istnieje, jakoś tak po prostu wszędzie to widać, natomiast KSU nie, może ja po prostu nie zarejestrowałam albo jest na tyle mało widoczne, że trudniej jest zarejestrować, bo ja wcześniej w ogóle tej marki nie znałam.

Uczestnik: Ja powiem szczerze, że nawet wchodząc na stronę PARP, interesując się takimi dotacjami i sprawdzając, jakie są programy, to też, powiem szczerze, że nie zakodowałam w ogóle nazwy KSU.

Uczestnik: Właściwie to ja nawet nie wiedziałam, że mogę skorzystać z tej pomocy, dowiedziałam się przez przypadek.

Uczestnik: (...) natomiast też żałuję, że o takim czymś jak KSU dowiedziałam się na etapie już zamykania działalności, a nie na etapie jej otwierania, bo gdybym wiedział wcześniej, to być może by się potoczyło to w innym kierunku.

W obszarze źródeł komunikacji i docierania z informacją do klientów, zastrzeżenia budzi słabe oznakowanie miejsc świadczenia usług. Obrazują to poniższe wypowiedzi uczestników wywiadu grupowego:

Uczestnik: (...) a też potem, jak szukałam tego punktu na mieście, to przyznam szczerze, że nie było go łatwo znaleźć, a w ogóle trzeba było stanąć na głowie żeby znaleźć punkt KSU w Łomiankach, bo po prostu był, ale musiałam dzwonić do Warszawy i pytać gdzie mam iść, bo po prostu ani plakatu, ani informacji, nawet na drzwiach, po prostu nic..

Uczestnik: Nie było kompletnie żadnych oznaczeń, nic, po prostu pytałam w recepcji, chodziłam dookoła budynku, pytałam iluś osób, które tam pracowały, jakieś inne firmy, po prostu nikt, nic...

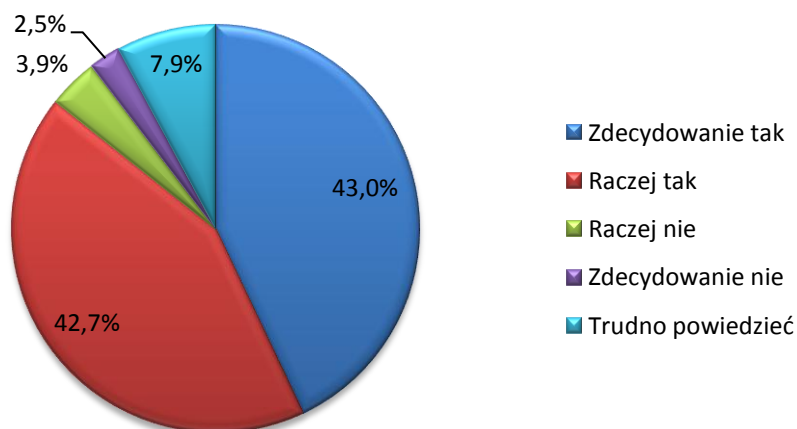
Propozycje i uwagi klientów PK KSU, biorących udział w badaniu FGI, powinny zostać wzięte pod uwagę w planowaniu sposobów dotarcia z informacją o ofercie PK do potencjalnych klientów.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

5. Opinie na temat standardów świadczenia usług PK KSU

5.1 Adekwatność i efektywność formuły „one stop shop” w opinii klientów PK KSU (PB1)

Zdecydowana większość klientów uważa, że PK KSU faktycznie stwarzają możliwość zaspokojenia wszystkich potrzeb informacyjnych w jednym miejscu – twierdzi tak 85,7% badanych. Tylko 6,4% respondentów miało odmienne zdanie (wykres 23.).

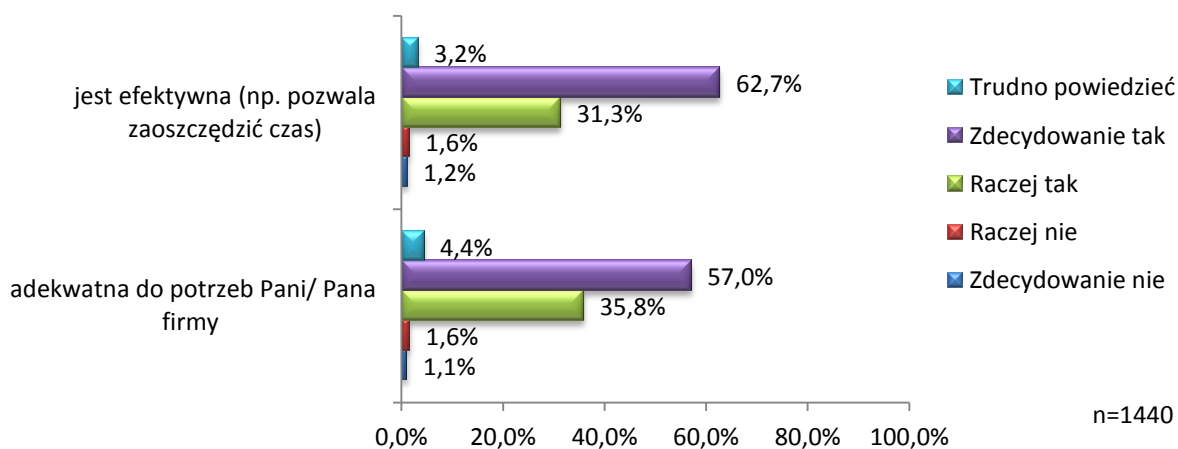


n=1440

Wykres 23. Opinie na temat tego, czy Punkty Konsultacyjne KSU faktycznie dają możliwość zaspokojenia wszystkich potrzeb informacyjnych w jednym miejscu

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań pierwotnych, październik – listopad 2013.

W opinii 94% badanych respondentów formuła świadczenia usług PK KSU „one stop shop” jest efektywna, ponieważ pozwala oszczędzić czas (odpowiedzi „zdecydowanie tak” i „raczej tak”). Tylko niewielki odsetek badanych uznał, że formuła ta jest nieefektywna (wykres 24.). W ich opinii nie uzyskali oni informacji, po którą przyszli: była mało konkretna, konsultant nie był tak pomocny jak oczekiwano, potrzebna była kolejna wizyta.



n=1440

Wykres 24. Ocena efektywności i adekwatności do potrzeb respondentów formuły „Załatw wszystko w jednym miejscu” (tzw. one stop shop)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań pierwotnych, październik – listopad 2013.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

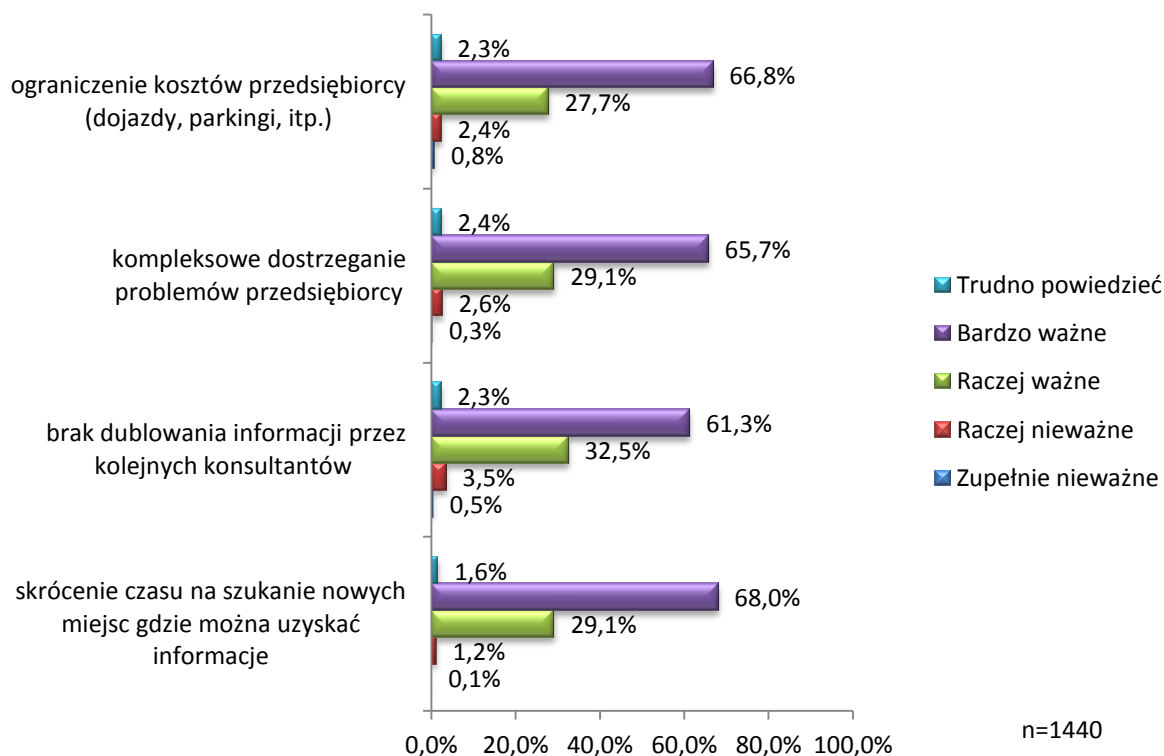
Zdaniem 92,8% badanych respondentów formuła świadczenia usług KSU „one stop shop” jest adekwatna do ich potrzeb (wykres 24.).

Ogólnie odpowiedzi respondentów świadczą o tym, że **zaproponowana formuła świadczenia usług PK KSU „Załatw wszystko w jednym miejscu” (tzw. one stop shop) jest dostosowana do potrzeb klientów i efektywna. Pomysł można zatem oceniać jako trafiony.**

Warto podkreślić, że opinie klientów PK KSU z 2012 r.¹⁸ wskazywały na mniejszą adekwatność do potrzeb odbiorców formuły, w jakiej usługi te były świadczone przed lipcem 2012 r. W 2012 r. 28,6% ankietowanych oceniło ówczesną formułę świadczenia usług PK KSU jako zdecydowanie odpowiadającą ich potrzebom. Odnosząc wyniki badań z 2013 r. do wyników osiągniętych w 2012 r., można wskazać na poprawę adekwatności formuły świadczenia usług PK KSU do potrzeb klientów.

Opinie klientów PK KSU na temat korzyści płynących z zastosowania formuły obsługi „Załatw wszystko w jednym miejscu” (tzw. one stop shop) są bardzo podobne (wykres 25.). Tym samym trudno określić, która z korzyści ma dla klientów większe znaczenie. Mniej więcej 65-68% badanych uważa że zdecydowaną korzyścią związaną z wprowadzeniem formuły „one stop shop” jest:

- skrócenie czasu na szukanie nowych miejsc gdzie można uzyskać informacje;
- kompleksowe widzenie problemów przedsiębiorcy;
- ograniczenie kosztów przedsiębiorcy (dojazdy, parkingi, itp.).



Wykres 25. Korzyści płynące z zastosowania formuły obsługi „Załatw wszystko w jednym miejscu”
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań pierwotnych, październik – listopad 2013.

¹⁸ Raport Końcowy, „Badanie klientów Punktów Konsultacyjnych KSU”, IBC Group dla PARP, Warszawa 2012.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Dodatkowo, w pytaniach otwartych, respondenci CAPI wskazywali, że istotnymi korzyściami, związanymi z formułą obsługi „Załatw wszystko w jednym miejscu” są:

- bezpieczeństwo,
- efektywność,
- kompetencje pracowników,
- przyjazna atmosfera,
- lokalizacja w pobliżu.

Wypowiedzi te podkreślają bardzo ważne cechy usług PK KSU, z których nie wszystkie były akcentowane w problemach badawczych. Świadczenie usług przez usługodawców wybieranych w konkursach przez agencję rządową, monitorowanie świadczenia tych usług, czy standaryzacja świadczeń powinny przede wszystkim kojarzyć się respondentom z bezpieczeństwem. Aspekt bezpieczeństwa był przez respondentów poruszany również w trakcie wywiadów grupowych, w kontekście zaufania do konsultanta przy przekazywaniu informacji na temat pomysłów na działalność gospodarczą (o czym w dalszej części raportu).

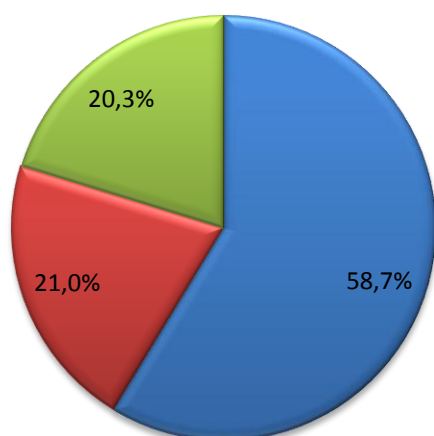
5.2 Preferowany przez klientów PK KSU model świadczenia usług (PB12)

Większość respondentów badań ankietowych (58,7%) wskazywało, że preferuje model obsługi, polegający na tym, że klient (potencjalny przedsiębiorca lub przedsiębiorca) jest obsługiwany zawsze przez jednego, tego samego, doradcę – opiekuna klienta (Model I – wykres 26.) Doradca ten odpowiada na wszystkie zgłoszone przez przedsiębiorcę pytania i szuka rozwiązań.

Porównywalne preferencje mieli respondenci (20-21%) jeśli chodzi o model II i III, tj:

- Model II. Klient (potencjalny przedsiębiorca lub przedsiębiorca) jest obsługiwany przez kilku doradców, z których każdy ma wiedzę w określonym obszarze funkcjonowania firmy i rynku, czyli specjalizuje się w określonym obszarze działalności.
- Model III. Klient (potencjalny przedsiębiorca lub przedsiębiorca) jest obsługiwany przez zespół, którym kieruje jeden z doradców.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego



- Model I. Klient jest obsługiwany zawsze przez jednego, tego samego doradcę - opiekuna klienta
- Model II. Klient jest obsługiwany przez kilku doradców, z których każdy ma wiedzę w określonym obszarze
- Model III. Klient jest obsługiwany przez kilku doradców, którym przewodzi jeden z doradców

n=1440

Wykres 26. Preferowany przez respondentów model świadczenia usług doradczych i informacyjnych

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań pierwotnych, październik – listopad 2013.

Uczestnicy wywiadów grupowych (FGI) również podkreślali **rolę koordynatora w procesie obsługi klienta**. Jego zasadniczym zadaniem – porównywalnym z zadaniami account managera w agencjach reklamowych – powinno być kierowanie klienta do odpowiednich osób oraz zidentyfikowanie jego potrzeb w zakresie usług:

Uczestnik: każdy, mając takiego koordynatora, mógłby wtedy z nim przedyskutować, co jakby w dalszych krokach potrzebuje i wydaje mi się, że to jest taka jakby najbardziej intuicyjna ścieżka i najbardziej chyba efektywna.

Uczestnik: No nie wiem, tak jak jest w agencjach reklamowych czy gdziekolwiek, że jest account, który definiuje potrzeby i wtedy domawia kogoś na spotkanie, znaczy to nie musi się wszystko w obecności tego accounta dziać, każde spotkanie. Niech będzie jakiś opiekun tej osoby, której się doradza i on po prostu zdefiniuje potrzeby, czy pomoże zdefiniować potrzeby, czy tam zada odpowiednie pytania i wtedy umówi na spotkanie już dalsze.

Moderator: Zgadzą się państwo z tym czy proponowałiby państwo inne rozwiązanie?

Uczestnik: To jest dobre rozwiązanie.

Uczestnik: A nie dałoby się tego zrobić taniej, kiedy nie zatrudniamy już tej osoby i po prostu wypełniamy odpowiednią ankietę, dobrze sformułowaną, zanim pójdziemy...

Uczestnik: Ewentualnie jeszcze ta osoba pomiędzy ankietą a konkretną osobą, która jeszcze na pewno zweryfikuje czy na pewno powinnam iść do pani Kasi, czy do pana Tomasza.

Uczestnik: No tak, ja też nie mówię, że ten account musiałby być, bo tę rolę może pełnić i sekretarka z biura i ktokolwiek, chodzi o to, że powinien być taki ten pierwszy kontakt, ta pierwsza weryfikacja i potem różni specjaliści.

Uczestnik: może warto by było przeprowadzić jakąś wstępną ankietę, z jakiego rodzaju usług chcemy skorzystać i w ten sposób wybrać odpowiednią osobę.

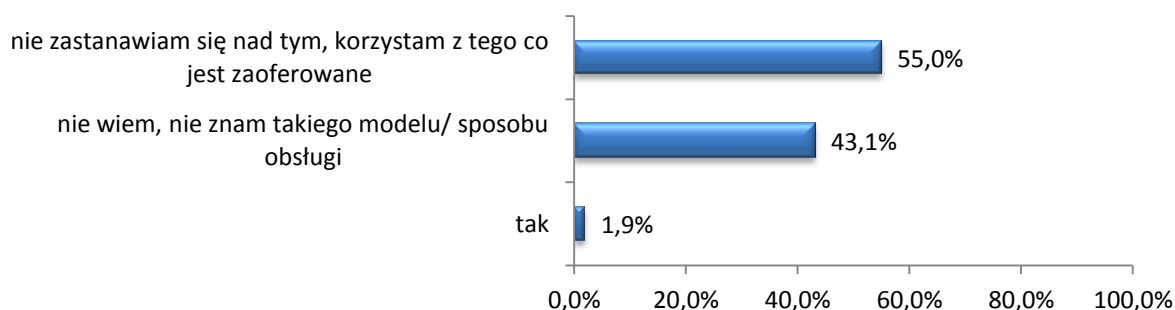
Komentując wypowiedzi respondentów FGI warto doprecyzować, że w istocie chodzi o utworzenie w PK KSU **stanowiska dla osoby do tzw. pierwszego kontaktu z klientem**. Osoba taka przeprowadzałaby wstępny wywiad z klientem (np. na bazie ankiety) na temat jego potrzeb i oczekiwań, a następnie umawiałaby go na spotkania i kontaktowała z innymi



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego specjalistami. Klientom zależy na tym, aby obsługiwali ich specjaliści. Obsługa przez jedną osobę: od wypełniania formalności, po udzielanie wszystkich informacji, nie budzi zaufania klientów, ponieważ nie wierzą oni w multikompetencje jakichkolwiek doradców, w tym konsultantów PK KSU.

Z modelem świadczenia usług warto połączyć wypowiedzi respondentów na temat ograniczonego czasu obsługi w PK KSU. Konsultant obsługujący klienta poświęca pewną część czasu na formalności administracyjne, co zdaniem klientów jest nieefektywne. **Osoba pierwszego kontaktu mogłaby takie formalności załatwić z klientem, co sprawiłoby, że sam kontakt z poszukiwanym specjalistą byłby bardziej efektywny.**

Bardzo niewielka część respondentów – tylko 1,9% – wskazała, że ma opinię/wiedzę na temat modelu obsługi klienta, jaki ich zdaniem mogłaby zaproponować PK KSU. Większość klientów – 55% – stwierdziło, że nie zastanawia się nad tym, z jakiego modelu korzysta, po prostu korzysta z tego co jest zaoferowane (wykres 27.).



n=1440

Wykres 27. Deklaracja respondentów na temat możliwości wskazania modelu/sposobu oferowania pomocy potencjalnym przedsiębiorcom i przedsiębiorcom, innego niż kierowanie ich do PK KSU, wybieranych przez agencję rządową w drodze konkursu

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań pierwotnych, październik – listopad 2013.

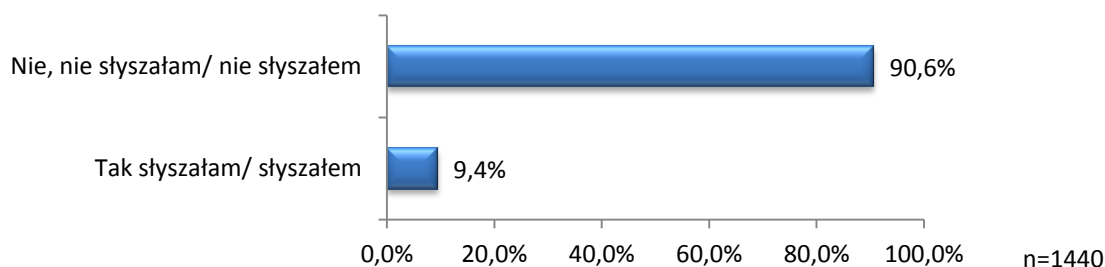
Osoby, które stwierdziły, że mają do zaproponowania nowy model/sposób oferowania pomocy potencjalnym przedsiębiorcom i przedsiębiorcom wskazywały następujące rozwiązania:

- doradca internetowy – online
- zarządzanie informacjami w oparciu o bazę danych firm (klientów), z podziałem na branże i określone zapotrzebowania, i informowanie klientów w razie organizowania szkolenia (na adres email bądź telefonicznie), że dana usługa jest dostępna;
- biura doradców podatkowych i prawnych działające przy Punktach PK KSU;
- doradca zaznajomiony z potrzebami klienta, dedykowany jego potrzebom i umówiony na konkretny termin dostosowany do klienta;
- oferowanie usług przez regionalne ośrodki EFS.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

5.3 Opinia klientów PK KSU na temat „bonu dla przedsiębiorców” na usługę (PB2)

„Bon dla przedsiębiorców” na usługę jest jedną z propozycji przemodelowania sposobu świadczenia usług informacyjnych i doradczych. O „bonie dla przedsiębiorców” na usługę słyszało niecałe 10% klientów PK KSU (wykres 28.).



Wykres 28. Wiedza respondentów na temat „bonów dla przedsiębiorców” na usługę informacyjną/doradczą
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań pierwotnych, październik – listopad 2013.

Również uczestnicy wywiadów (FGI) mieli niewielką wiedzę na temat „bonów dla przedsiębiorców” na usługę:

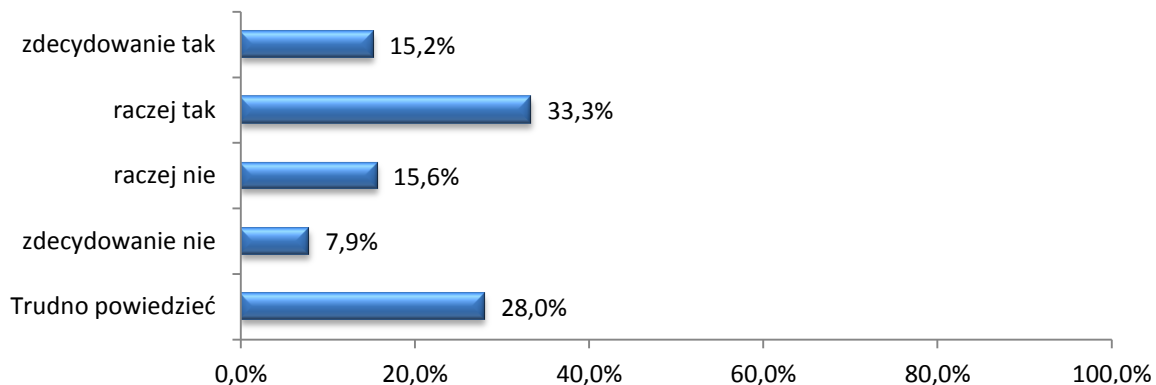
Uczestnik: Możemy wybrać między czymś, czego doświadczyliśmy a czymś, czego nie znamy i nie mamy pomysłu na to.

Uczestnik: Znaczący ja rozumiem, że rozmawiamy teraz o zupełnie innym zdefiniowaniu dostarczania tych usług, tak? Że do tej pory taki punkt, jak to państwo nazywają, jest jakąś tam osobną firmą i że każdy punkt jest osobną firmą, jakąś tam organizacją, która mają licencje PARP, tak? To rzeczywiście mi się wydaje, że z punktu widzenia takiej organizacji dla nas, jako dla klientów, byłoby dużo bardziej korzystne gdyby to były nie przypadkowe firmy, które zatrudniają kogoś tam na dzień w tygodniu, tylko żeby rzeczywiście były to firmy doradcze i że możemy sobie wybrać, bo wtedy wiemy do jakiego doradcy, do jakiego specjalisty, z jakiego zakresu idziemy.

W badaniu przedstawiono respondentom istotę koncepcji „bonu dla przedsiębiorców” i zapytano ich, czy takie rozwiązanie wydaje im się korzystniejsze niż obecna oferta PK KSU. Co trzeci z respondentów uznał, że „bon dla przedsiębiorców” mógłby być „raczej lepszym” rozwiązaniem od przyjętego obecnie, czyli świadczenia usług przez PK KSU wybierane w konkursach przez agencję rządową. 15,2% ankietowanych zadeklarowało, że rozwiązanie to mogłoby być „zdecydowanie lepsze” niż obecny model. Tym samym około połowa respondentów uznała, że „bon dla przedsiębiorców” jest lepszym, niż obecnie stosowane, rozwiązaniem świadczenia usług informacyjnych i doradczych dla przedsiębiorców (wykres 29.).

Konieczna jest jednak konfrontacja tych opinii z faktem, że tylko co dziesiąty badany znał tę koncepcję, natomiast pozostali poznali ją dzięki krótkiej prezentacji w trakcie badania.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego



n=1440

Wykres 29. Opinia respondentów na temat czy rozwiązanie w postaci „bonów dla przedsiębiorców” byłoby lepsze niż obecny model

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań pierwotnych, październik – listopad 2013.

Wypowiedzi uczestników wywiadów grupowych (FGI) pozwalają lepiej zrozumieć stanowisko klientów w kwestii kierunków doskonalenia modelu świadczenia usług PK KSU i ich stosunku do „bonów dla przedsiębiorców”. Warto zwrócić uwagę, że wypowiedzi uczestników wywiadów grupowych są bardzo ostrożne, co do oceny „bonów dla przedsiębiorców”. Z ich kontekstu wynika, że wcale nie uważają takiego rozwiązania za korzystniejsze dla nich, a nawet – można powiedzieć – iż obawiają się, że taki sposób świadczenia usług mógłby być dla nich kłopotliwy. Ostatecznie nie potrafili jednoznacznie opowiedzieć się za tym rozwiązaniem.

Uczestnik: Nie tutaj jest pies pogrzebany.

Uczestnik: Wprowadzenie jakiegoś typu rozliczeń typu bonu, nie wiem, cokolwiek, to nie jest problemem, to nic nie rozwiąże, to będzie jakaś dodatkowa... Nie wiem, może to uprości jakoś biurokrację.

Uczestnik: To cały czas jest kwestia trafienia do odpowiedniego specjalisty, tak? Czy to będzie bon, czy to będzie rozmowa z sekretarką, to tutaj kompletnie nie ma dużego znaczenia z naszego punktu widzenia.

Uczestnik: (...) mechanizm weryfikacji, tak mi się wydaje, weryfikacji czy rzeczywiście usługi mają taką jakość, jaką powinny mieć, to jest najistotniejsze. I czy wtedy będzie jeden dostawca, czy wielu, czy wybrana jakaś pula, czy z rynku, to nie ma większego znaczenia. Jeśli będzie mechanizm weryfikacji, to wtedy cała reszta nastąpi sama.

Uczestnik: W tym momencie mamy dostęp do usługi w punkcie, a mielibyśmy dostęp do jakby usługi takiej, którą sobie wybierzemy. To oczywiście z mojego punktu widzenia, jeżeli mam większy wybór i jeżeli mogę sobie sama wybrać profesjonalistę, to fajnie. Nie wiem czy wtedy trafiłabym na tego chłopaka od funduszu, który po prostu sypał z rękawa informacjami, ale jeżeli jakaś firma chciałaby go zatrudnić, to na pewno bym mu dała dobrą ocenę.

Uczestnicy FGI nie widzą osobistych korzyści płynących z rozwiązania w postaci „bonów dla przedsiębiorców”. Uznają, że najważniejszą kwestią są kompetencje konsultantów oraz doradców, a idea „bonu dla przedsiębiorców” nie dotyczy bezpośrednio tego obszaru.



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Podsumowując powyższe rozważania, należy stwierdzić, że z kilku powodów, udzielenie jednoznacznej odpowiedzi na pytanie o zasadność wprowadzenia „bonu dla przedsiębiorców” nie jest możliwe. Po pierwsze, znajomość idei bonu jest bardzo niewielka, a to stawia pod znakiem zapytania deklaracje respondentów, co do przewagi proponowanego rozwiązania nad obecnym modelem świadczenia usług w Punktach Konsultacyjnych KSU. Po drugie, wypowiedzi uczestników zogniskowanych wywiadów grupowych wskazują, że istotnym problemem, który mógłby uniemożliwić przyjęcie się idei bonu, jest przekonanie klientów o braku wystarczających kompetencji do wyboru usługodawcy, który spełniłby ich oczekiwania. Zatem rozwiązanie to w przypadku klientów PK KSU mogłoby się nie sprawdzić.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

6. Propozycje doskonalenia świadczonych usług doradczych i informacyjnych w PK KSU

6.1 Opinie klientów na temat procedury świadczenia przez PK KSU usługi doradczej: asysty w rozpoczynaniu działalności gospodarczej i asysty w prowadzeniu działalności gospodarczej (PB 5)

Większość badanych respondentów nie miała zadania na temat doskonalenia procedury świadczenia usług doradczych, akceptując procedury obecnie przyjęte. Nieliczni respondenci, w pytaniach otwartych, przedstawiali propozycje w zakresie doskonalenia samej procedury świadczenia usług doradczych w PK KSU (tabela 15.).

Obszar doskonalenia	Propozycje respondentów
Konsultanci	<ul style="list-style-type: none"> • większa wiedza, lepsze przeszkolenie, zwiększenie kompetencji • bardziej praktyczne, konkretne, przejrzyste przekazywanie informacji, rozmowy w prostszym języku • indywidualne podejście do klienta • każdy doradca powinien doradzać w temacie, w którym jest specjalistą • doradcy powinni być w stałym kontakcie z firmami • konkretny opiekun klienta, który wskazuje drogę, pokazuje opcje, możliwości rozwoju
Proces obsługi	<ul style="list-style-type: none"> • mniej biurokracji / dokumentów • elastyczność godzin pracy • wydłużenie czasu realizacji usługi doradczej • dłużej działające punkty • dostępność w każdym mieście, powinno być więcej punktów konsultacyjnych, nie tylko KSU, ale innych, podobnego typu • szybkie działanie, szybkość procedur i załatwiania spraw klienta • lepsza reklama – mało jest informacji o samych Punktach Konsultacyjnych • większa elastyczność procedur świadczenia usług • nowe kanały konsultacji: telefoniczne, internetowe • lepsza strona internetowa – powinno być napisane od a do z jak założyć i prowadzić firmę w jednym miejscu, na stronach KSU powinno być kompendium wiedzy – wszystko w jednym miejscu • ogólna infolinia – biuro obsługi klienta, gdzie od razu można by było uzyskać informacje • powinna być większa korelacja między poszczególnymi „komórkami” czy działami i oddziałami Punktów Konsultacyjnych KSU w zakresie np. usług informacyjnych i doradczych
Zakres usług	<ul style="list-style-type: none"> • więcej porad prawnych • rozszerzenie usług o szczegóły prowadzenia działalności w konkretnej branży • aktywna pomoc w uzyskaniu dotacji • szkolenia grupowe dla potencjalnych przedsiębiorców i przedsiębiorców

Tabela 15. Propozycje respondentów w zakresie doskonalenia procedury świadczenia usług doradczych w PK KSU

Źródło: Opracowanie własne na podstawie bezpośrednich wypowiedzi respondentów, badania pierwotne CAPI.



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Uczestnicy wywiadów grupowych wskazywali na potrzebę doskonalenia procesu świadczenia usług w PK KSU w kierunku:

- ograniczenia czasu oczekiwania na obsługę;
- zwiększenia liczby godzin przewidzianych na obsługę klienta;
- szerszego stosowania komunikacji przez telefon i Internet na określonych etapach świadczenia usług;
- dostosowania godzin świadczenia usług do potrzeb przedsiębiorców.

Doświadczenia w tym zakresie były zróżnicowane. Niektórzy uważali, że czas oczekiwania od umówienia się do realizacji usługi był zbyt długi. Taka sytuacja – w przypadku doradztwa – może sprawić, że przedsiębiorcy, poszukując szybkiego rozwiązania, nie będą zwracać się o pomoc do PK KSU.

Moderator: *A sama dostępność usług, bo już wiemy, że są takie usługi, jesteśmy tym zainteresowani, znajdujemy informację, nie wiem, czy trzeba jakoś czekać na spotkanie czy to jest tak, że dzwonię i umawiam się na jutro?*

Uczestnik: *Jak się zbliża termin jakiegoś konkursu to zwykle trzeba długo czekać (...)*

Uczestnik: *Ja czekałam kilka tygodni, nie jestem w stanie określić ile, ale to było między dwa a cztery tygodnie, na umówienie się na pierwsze spotkanie.*

Uczestnik: *Ja czekałam trzy dni.*

Wypowiedzi uczestników wywiadów grupowych (FGI), wskazujące na niewystarczającą liczbę godzin przewidzianych na obsługę klienta w przypadku usług doradczych, były następujące:

Uczestnik: *Czas na analizę potrzeb, doradztwo, jest zbyt krótki, tutaj jest jedna z pozycji, o której się dowiedziałam, to jest biznesplan, fajnie by było, gdyby ktoś mi napisał biznes plan, 16 godzin to jest po prostu mało, żeby napisać dobry biznesplan i tak naprawdę na każdą usługę.*

Uczestnik: *Natomiast gdybym miała taki problem, naprawdę duży, i chciałabym skorzystać z tej pomocy, to sądzę, że problemem by była ilość godzin i jakby powierzchowność całej tej pomocy i musielibyśmy chyba te 16 godzin siedzieć i rzeczywiście pracować, bo rzeczywiście jest nie sposób....*

Uczestnik: *Po prostu nie sposób jest stworzyć jakąś strategię czy biznesplan w 16, czy tam 12 godzin.*

Warto podkreślić też wypowiedzi uczestników wywiadów grupowych (FGI), akcentujące korzyści, jakie mogą wynikać z szerszego stosowania komunikacji przez telefon i Internet oraz sugestie, jak taki proces mógłby wyglądać:

- 1) pierwsze spotkanie – osobisty kontakt,
- 2) kolejne – przez telefon i mail,
- 3) ostatnie spotkanie – bezpośrednie.



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Moderator: Czy ktoś korzystał z tych usług nie bezpośrednio, czyli nie siedząc fizycznie w tym punkcie, ale dzwoniąc albo mailując tylko? Nie. A na ile to jest ważne, że można zadzwonić, mailować, przyjść, ma to znaczenie czy nie ma znaczenia?

Uczestnik: Ma znaczenie dzisiaj, bo dzisiaj czas jest bardzo ważny i znalezienie czasu żeby tam pójść osobiście jest trudne, więc dobrze jest jak zawsze można umówić się elektronicznie i większość załatwić na maila.

Uczestnik: Pierwsze spotkanie jest bardzo ważne, pod tym względem, myślenia nawet o tym. Pierwsze spotkanie jest istotne, żeby zobaczyć czy się rozmawia z konkretną osobą i czy się rozumiemy. Tak to wyglądało w moim przypadku, u mnie bardzo szybko było to pierwsze spotkanie, właśnie tak samo jak u kolegi, kwestia wybrania odpowiedniej godziny, później kontakt mailowy, przekazywanie sobie informacji, wszystko drogą mailową i to było naprawdę już bardzo sprawne, i ostatnie spotkanie – przekazanie i podpisanie tej tony dokumentów..

Uczestnicy wywiadów grupowych zwracali uwagę na potrzebę dostosowania **godzin świadczenia usług do potrzeb klientów:**

Uczestnik: Powinny być w godzinach takich bardzo dogodnych dla przedsiębiorców.

Uczestnik: Wieczornych na przykład.

Zaprezentowane powyżej sugestie uczestników wywiadów grupowych, odnośnie doskonalenia procedur świadczenia usług PK KSU, należy uznać za interesujące również ze względu na to, że dotyczą one elementów organizacji pracy i są dosyć łatwe do zrealizowania. Warto podkreślić, że proponowane przez klientów rozwiązania, jak np. procedury obsługi przez telefon i Internet na określonych etapach świadczenia usług, mogą przyczynić się do zmniejszenia kosztów obsługi i zniwelowania trudności, na jakie wskazywali uczestnicy wywiadów i respondenci badań ankietowych, usprawnić pracę punktów i wpłynąć na jej lepszą organizację, ograniczając czas oczekiwania na usługę.

Należy w tym miejscu zaznaczyć, że z analizy źródeł wtórnych (analiza danych z systemu informatycznego KSU) wynika, że obsługa przez telefon i za pośrednictwem Internetu jest już oferowana w Punktach Konsultacyjnych i najczęściej dotyczy usług informacyjnych. Usługi tego typu są więc dostępne dla klientów, ich wykorzystanie wymaga jednak większego rozpowszechnienia.

Uczestnicy wywiadów grupowych (FGI) przedstawiali również inne interesujące rozwiązania, które mogłyby przyczynić się do doskonalenia procedur obsługi w PK KSU, i tym samym zwiększyć zadowolenie klientów z usług. Sugerowali np. specjalizację Punktów Konsultacyjnych w konkretnych ofertach, tak by były one ukierunkowane na konkretne potrzeby zróżnicowanych grup docelowych.



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Uczestnik: Podejrzewam, że do KSU przychodzą różni założyciele swoich działalności, czy spółek, czyli jest to bardzo obszerna wiedza i bardzo wiele działalności.

Uczestnik: Gdybym ja tam poszła przed założeniem działalności, czyli rok wcześniej, to możliwe, że bym była w miarę zadowolona z tych informacji, ale jeżeli ja poszłam tam już prowadząc tę działalność, czyli miałam już jakąś wiedzę i doświadczenie, to dla mnie te informacje po prostu były zbędne. Informacje, że te usługi są dla konkretnych działalności, ponieważ dla tych działalności jesteśmy w stanie pomóc, a dla bardziej wyspecjalizowanych działalności nie jesteśmy w stanie tej wiedzy przekazać albo, nie wiem, powiedział, że dla ludzi, którzy dopiero zakładają działalność, ale wiedzieli, kto przychodzi, że przychodzi osoba, która tę działalność prowadzi. Nie wiem, może po prostu informacja, że jest to dla konkretnych działalności.

Uczestnik: Tak, taka selekcja wstępna, żeby po prostu wybrać odpowiedniego doradcę, bo tak jak rozmawialiśmy, nie każdy nadaje się do... Nie wiemy wszystkiego, nikt nie wie i tak można wybierać. Jeśli z działu marketingu, to jest człowiek od marketingu i w ten sposób każdy miałby jakieś powiedzmy obłożenie, ale mógłby rzeczywiście pomagać, a nie tak...

Uczestnik: Może jakaś taka jasna informacja, jakiego rodzaju porad udzielają.

Uczestnik: Tak, tym bardziej, że to kompletnie nie wynika z nazwy, Krajowy System Usług – przecież usługi to może być i szewc.

Uczestnik: (...) doradcze, tylko powinny być jakoś sprecyzowane, dla kogo one są, żeby nie trafić tam przypadkowo.

Uczestnik: jak pan potrzebował dokładnej porady prawnej, to żeby spotkać się z prawnikiem a nie z kimś, kto normalnie zawodowo wykonuje inną pracę, czyli spotkać się z osobą, która ma na ten temat wiedzę i czas, żeby poświęcić go na usługę doradczą czy informacyjną, bo jak się przyjdzie po poradę prawną do osoby, która w zasadzie nie wie i nie ma kompetencji, to jest to czasem loteria, nie wiemy, do kogo pójdziemy.

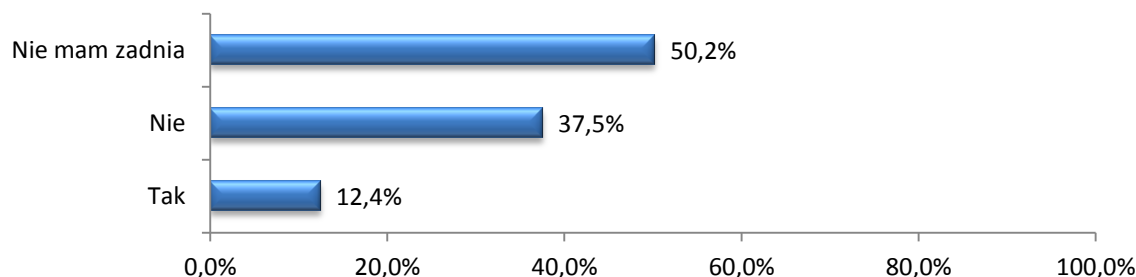
Uczestnik: Znaczą chodzi o to, żeby była jakaś konkretna informacja czy to mają być porady prawne, czy porady z pozyskiwania funduszy, czy to mają być porady z dziedziny marketingu, czy czegokolwiek. Tak że jasna informacja, jakimi usługami ten dany punkt się zajmuje, żebyśmy nie tracili czasu.

Uczestnik: Takie proste komunikaty – przedsiębiorco, jeśli chcesz to czy to, to tutaj możemy ci pomóc, czy jeżeli potrzebujesz tego czy tego. To, co trafi do każdego, a nie tylko do tych przedsiębiorców, którzy dokładnie wiedzą. Jak się czyta tutaj tę pierwszą stronę – rozwój zasobów ludzkich czy systemy jakości, to to już jest skierowane po prostu do... Właściwie każdy ten punkt jest skierowany do przedsiębiorcy, który ma konkretny problem, konkretną sprawę do rozwiązania, a nie ma jakby takich... Bo ogólne informacje też można stamtąd wyciągnąć, dostać, więc może tak prościej...

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

6.2 Opinie klientów na temat rozwoju usług PK KSU (PB 6)

Za typowe należy uznać to, że większość respondentów nie ma zdania na temat doskonalenia usług. Klienci zwykle nie zastanawiają się nad procedurami, modelami obsługi czy propozycjami ich doskonalenia. Połowa badanych nie ma zdania na temat doskonalenia usług doradczych PK KSU, zaś około 38% respondentów uważa, że nie trzeba wprowadzać żadnych udoskonaleń w ramach świadczonych usług doradczych. Tylko kilkanaście procent badanych (12,4%) miało propozycje doskonalenia usług doradczych PK KSU (wykres 30.).



n=1440

Wykres 30. Opinia respondentów na temat wzbogacenia/zmiany zakresu usług doradczych

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań pierwotnych, październik – listopad 2013.

W pytaniach otwartych respondenci CAPI mogli wskazać propozycje doskonalenia/wzbogacenia usług doradczych: asysty w rozpoczynaniu działalności gospodarczej i asysty w prowadzeniu działalności gospodarczej, świadczonych przez PK KSU. Respondenci mieli propozycje rozszerzenia usług o nowe elementy, a także wskazywali na konieczność rozwoju niektórych obszarów usług już świadczonych przez PK KSU (tabela 16.).

Usługa	Propozycje respondentów
Usługa doradcza – asysta w rozpoczynaniu działalności gospodarczej	<ul style="list-style-type: none"> większe wsparcie dla klienta, lepszy monitoring sytuacji klienta, większa częstotliwość kontaktów większe kompetencje doradców większa kompleksowość doradztwa pomoc w pozyskaniu dofinansowania, również w innych formach finansowania, np. więcej pomocy w uzyskaniu kredytu wzbogacenie usług o doradztwo podatkowe wzbogacenie usług o doradztwo prawne wzbogacenie usług o doradztwo w zakresie wykonania analizy, rozpoznanie rynku newsletter z informacjami dla firm, np. o szkoleniach, ofertach itp. wzbogacenie usług o pomysły na prowadzenie działalności, np. czego na rynku brakuje dogodność miejsca załatwiania spraw
Usługa doradcza – asysta w prowadzeniu działalności gospodarczej	<ul style="list-style-type: none"> większe wsparcie dla klienta, lepszy monitoring sytuacji klienta, większa częstotliwość kontaktów większe kompetencje doradców, więcej doradców o wąskiej specjalizacji i większym doświadczeniu, zespół ekspertów, którzy

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Usługa	Propozycje respondentów
	<p>pomagają prowadzić niszową działalność</p> <ul style="list-style-type: none"> • większa kompleksowość doradztwa • pomoc w pozyskaniu dofinansowania, również w innych formach finansowania, np. więcej pomocy w uzyskaniu kredytu • pomoc finansowo-księgową • wzbogacenie usług o doradztwo podatkowe • wzbogacenie usług o doradztwo prawne, np. w prawie pracy • wzbogacenie usług o porady dotyczące innowacji • monitorowanie przez doradcę postępów wprowadzania zmian w firmie • wzbogacenie usług o doradztwo w zakresie wykonania analizy, rozpoznanie rynku • pomoc w kontaktach z ZUS • więcej wsparcia dla małych i mikroprzedsiębiorstw, szkolenia, warsztaty itp., np. z zakresu prawa, podatków, księgowości • newsletter z informacjami dla firm, np. o szkoleniach, ofertach itp. • bieżąca informacja o zmianach przepisów • dogodność miejsca załatwiania spraw

Tabela 16. Obszary doskonalenia usług doradczych w opinii respondentów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie bezpośrednich wypowiedzi respondentów, badania pierwotne CAPI.

Trzeba zwrócić uwagę na to, że propozycje doskonalenia usług doradczych – asysty w rozpoczynaniu działalności gospodarczej, niewiele różnią się od propozycji doskonalenia usług doradczych – asysty w prowadzeniu działalności gospodarczej. Widać też, że tylko niektóre propozycje, jak: szkolenia, warsztaty itp., np. z zakresu prawa, podatków, księgowości, monitorowanie przez doradcę postępów wprowadzania zmian w firmie, newsletter z informacjami dla firm np. o szkoleniach i ofertach itp. są faktycznie nowe.

Większość propozycji dotyczy rozszerzenia już świadczonych usług PK KSU i w istocie większej pomocy dla potencjalnych przedsiębiorców i przedsiębiorców oraz większego zakresu doradztwa, np. w zakresie innowacji czy marketingu, a także potrzeb rynku. Analizując wypowiedzi respondentów, można odnieść wrażenie, że klienci PK KSU oczekują od konsultantów większej pomocy we wszystkich obszarach prowadzenia działalności, począwszy od wypełniania dokumentów, przez znalezienie pomysłów na działalność, po doradztwo marketingowe i prawne.

Trzeba przyznać, że oczekiwania respondentów w zakresie pomocy świadczonej przez PK KSU znacznie wykraczają poza zakres ich usług, wynikający ze standardu, a nawet poza możliwości jakiegokolwiek firmy świadczącej usługi informacyjne i doradcze.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

6.3 Opinie klientów PK KSU na temat potencjalnych/nowych usług, które mogłyby być świadczone przez PK KSU (PB 11)

Wiele propozycji nowych, potencjalnych usług oraz rozszerzenia już świadczonych, wskazano w poprzednim podrozdziale, dotyczącym doskonalenia usług doradczych. Propozycje te można uzupełnić przez wskazanie problemów zgłoszonych przez klientów w PK KSU, na które nie otrzymali odpowiedzi. Niezaspokojone potrzeby klientów powinny być punktem wyjścia do doskonalenia oferty usług.

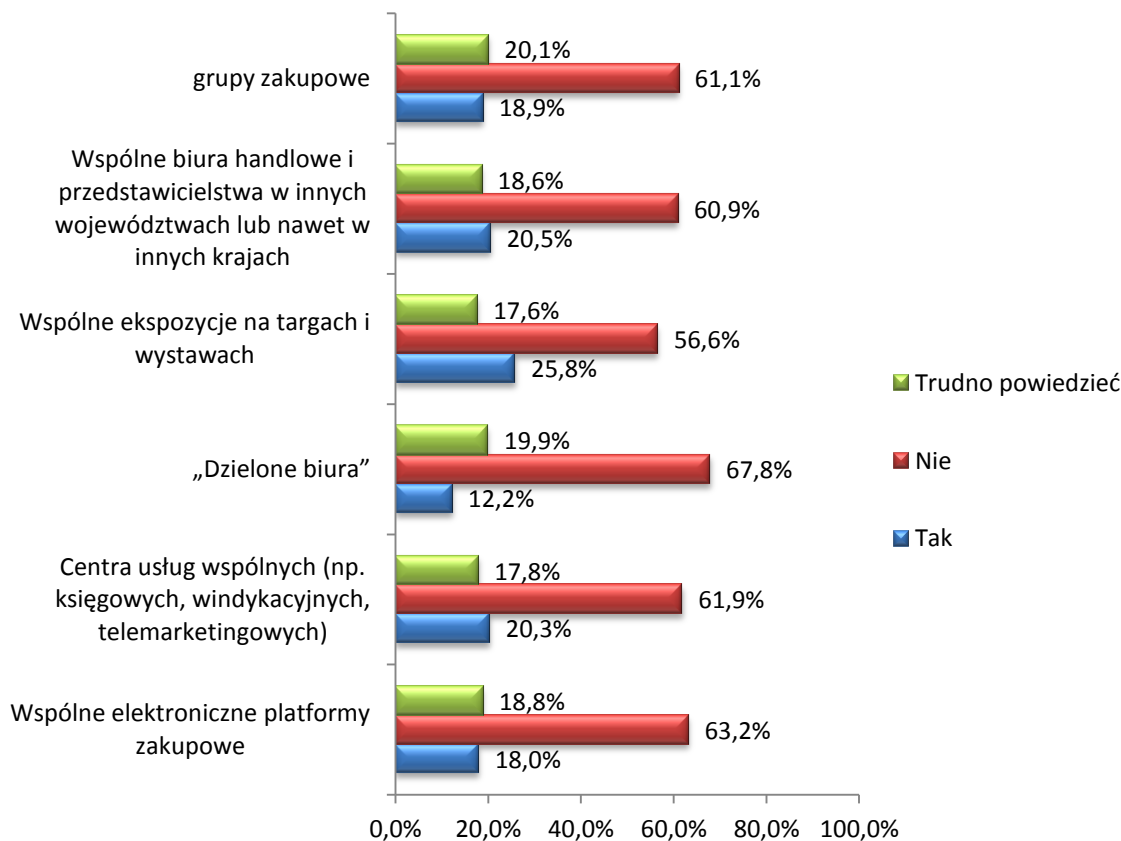
Wśród kwestii związanych z planowaniem lub prowadzeniem działalności warto rozważyć te, które były już wskazywane, jako potencjalne obszary rozwoju usług doradczych, jak np.:

- informacje prawne,
- informacje na temat możliwości skorzystania z pożyczki w bankach,
- informacje na temat analizy rynku,
- szczegółowe informacje np. na temat badań rynku,
- informacje o przedsiębiorczości osób 60+,
- informacje na temat tworzenia zespołów handlowych,
- informacje na temat warunków kooperacji.

Na potrzeby badania, w narzędziu badawczym, zadano respondentom pytanie o zainteresowanie nowymi usługami. Spośród wymienionych usług najwięcej respondentów – 25,8% – wskazało na potrzebę wspólnych ekspozycji na targach i wystawach (wykres 31.). Około 20% respondentów wskazało na potrzebę wzbogacenia usług PK KSU o:

- wspólne biura handlowe i przedstawicielstwa w innych województwach lub nawet w innych krajach;
- centra wspólnych usług (np. księgowych, windykacyjnych, telemarketingowych).

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego



n=1440

Wykres 31. Ocena zapotrzebowania (w chwili obecnej lub najbliższej przyszłości) na wymienione usługi

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań pierwotnych, październik – listopad 2013.

Okazuje się, że badani nie zgłaszają zapotrzebowania na usługi, wymagające podejmowania wspólnych działań z innymi przedsiębiorcami.

W tabeli 17. przedstawiono propozycje respondentów, dotyczące rozwinięcia usług PK KSU związanych z przygotowaniem do prowadzenia biznesu oraz usprawnieniem działań podejmowanych w toku prowadzenia biznesu.

Obszar tematyczny	Obszary usług PK KSU wymagające doskonalenia (rozszerzenia lub dodania nowych elementów)
Prawne	<ul style="list-style-type: none"> • pomoc prawna w interpretacji przepisów • bieżący monitoring zmian w przepisach, bieżące informowanie o zmianie przepisów • obsługa w zakresie ochrony dóbr intelektualnych • obsługa prawna przy zastrzeżeniach patentowych i wzorów użytkowych • organizacja szkoleń na temat wdrażania nowych przepisów
Księgowo-finansowe	<ul style="list-style-type: none"> • pomoc w uzyskaniu dofinansowania, informacje o dofinansowaniach, o pomocy finansowej • doradztwo podatkowe • pomoc w zakresie ubezpieczeń społecznych • pomoc w obniżeniu kosztów przedsiębiorstwa, w zakresie zmniejszenia kosztów prowadzenia działalności, niższych stawek ZUS, podatków

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Obszar tematyczny	Obszary usług PK KSU wymagające doskonalenia (rozszerzenia lub dodania nowych elementów)
	<ul style="list-style-type: none"> więcej pożyczek i zapomóg dla osób, które zakładają własne firmy dofinansowanie do nowych technologii, częsta wymiana sprzętu doradztwo w dziedzinie kredytów, pomoc z jego zabezpieczeniem wiedza specjalistyczna, np. dotycząca podatków, VAT wykłady dotyczące rodzajów księgowości i jak najlepszego ich doboru dla danego przedsiębiorcy
Marketingowe	<ul style="list-style-type: none"> pomoc w rozreklamowaniu działalności, w poszukiwaniu nowych klientów asysta w przygotowywaniu marketingu w kraju i za granicą kontakty handlowe pomoc marketingowa w innych krajach pomoc w analizie i badaniach rynku pomoc w promocji firmy – pomoc w utrzymaniu strony hosting i pozycjonowanie stron
Projektowe	<ul style="list-style-type: none"> kursy doskonalące pisanie wniosków odpłatna pomoc w pisaniu wniosków, w procedurach
Zarządzanie	<ul style="list-style-type: none"> informacje odnośnie zarządzania firmą kooperacja małych podmiotów coaching, spotkania branżowe różnych firm na danym terenie poparcie w zakresie eksportu szkolenia z zarządzania czasem, ludźmi, pomoc w rekrutacji pracowników wsparcie dla firm upadających bazy firm do współpracy – czyli sieciowanie podmiotów współpraca z innymi sieciami, grupy produkcyjne – tworzenie grup producentów scalanie małych firm handlowych
Ogólne	<ul style="list-style-type: none"> szkolenia informacyjne, techniczne, psychologiczne, kursy z nowych technologii, innowacje techniczne, nowości techniczne dostęp do przetargów w Internecie dostęp do platform zbierających zamówienia publiczne w jednym miejscu dostęp do ogólnego cennika usług w różnych jednostkach informacyjno-doradczych – jakaś baza, możliwość skontaktowania się z kimś w celu zbadania cen stworzenie bonu na współpracę z uczelnią platformy wymiany doświadczeń możliwość uczestnictwa w konferencjach branżowych, targi, grupy zakupowe szkolenia z nowej perspektywy finansowej na lata 2014-2020 usługi tłumaczeń więcej seminariów czy warsztatów z praktykami, spotkania z menedżerami, którzy na co dzień stykają się z sytuacjami kryzysowymi organizacja spotkań prowadzonych przez pracownika PK KSU na zasadzie zbiorowej konsultacji, na których można byłoby przedstawiać różne zagadnienia i problemy które się z nimi wiążą

Tabela 17. Propozycje rozwinięcia działań PK KSU o usługi związane z przygotowaniem do prowadzenia biznesu lub prowadzeniem biznesu

Źródło: Opracowanie własne na podstawie bezpośrednich wypowiedzi respondentów, badania pierwotne CAPI.

Uczestnicy wywiadów grupowych (FGI) podkreślali, że ważne dla nich zagadnienia, o które pytają konsultantów w Punktach Konsultacyjnych KSU dotyczą:



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

- pozyskiwania klientów;
- aspektów prawnych, dotyczących zakładania spółek prawa handlowego;
- nowych rynków zbytu;
- internacjonalizacji firm;
- potrzeb rynku, na którym działają klienci;
- oceny pomysłów.

Dobrze oddają to poniższe wypowiedzi:

Uczestnik: *No tutaj jakby taką istotną sprawą było to, żeby otworzyć, czy też za pośrednictwem tego punktu mieć jakby możliwość zwiększenia sprzedaży, to było taką kluczową sprawą, czyli pozyskanie, między innymi, informacji o rynkach, o których rozmawialiśmy, to niekoniecznie chodziło o polski rynek, tylko o rynki powiedzmy krajów WNP, wschodnich.*

Uczestnik: *Ja również poszłam dowiedzieć się o możliwości, w jaki sposób można znaleźć klienta.*

Uczestnik: *Chodzi o to, że człowiek rozpoczynając działalność ma jakieś takie subiektywne spojrzenie i czasem potrzeba osoby, która mniej więcej orientuje się, co się dzieje na rynku i spojrzy na te nasze pomysły bardziej obiektywnie.*

Uczestnik: *Masa ludzi, którzy nas wspomagają, tylko jednak wszystko się dzieje w naszej głowie i my jesteśmy tym doradcą, wykonawcą i czasami dobrze jest jak ktoś spojrzy na to z zewnątrz na chłodno, kto się przy okazji zna na działalności gospodarczej czy też na...*

Uczestnik: *Jak na przykład zrobić badanie rynku, bo tutaj rozwijając się nie ma oczywiście doradcy, który powie – „nie, to jest w ogóle bez sensu, niech pan sobie da spokój, bo tylko pan straci pieniądze”, ale z kolei takie doradztwo, jak przeprowadzić to badanie rynku...*

Klienci mają jednak świadomość, że ich oczekiwania są wygórowane i trudne do zaspokojenia w całości:

Uczestnik: *Moim zdaniem nie ma takich doradców, którzy by znali taką gamę branż, żebyśmy przyszli do nich i zapytali czy nasza działalność ma sens, czy nie ma sensu, czy to ma szansę na rynku, czy nie ma. Nie ma absolutnie takiej opcji, żeby jakkolwiek doradca w KSU był tak kompetentny, żeby się w ogóle w ten sposób wypowiedzieć.*

Wyjściem z takiej sytuacji jest doradztwo i szkolenia, dotyczące samodzielnego przeprowadzenia pewnych procesów, przykładowo badania rynku.

Klienci sugerują też rozszerzanie zakresu usług PK KSU o szkolenia grupowe, przeprowadzane w niewielkich grupach. Wypowiedź uczestnika sugeruje również ewolucję zakresu usług PK KSU w kierunku potrzeb przedsiębiorców i potencjalnych przedsiębiorców.

Uczestnik: *Jest taka nowa instytucja, nazywa się Clear View Poland i oni robią tego typu doradztwo, że są w jakichś takich małych grupach szkolenia z marketingu internetowego, ale to też jest jakby pomysł na działanie KSU, że nie tylko osobiste doradztwo, ale też można zrobić krótkie szkolenia.*

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Z wypowiedzi respondentów wynika wyraźnie, że w miarę rozwoju gospodarczego oraz coraz większego wykorzystania Internetu, oferta usług PK KSU powinna ewoluować zgodnie z potrzebami przedsiębiorców, to znaczy, że informacje, które można uzyskać w Punktach Konsultacyjnych, nie powinny być jedynie powieleniem źródeł internetowych.

Kiedyś założenie spółki z o.o. było bardzo kosztowne i dlatego zasadniczą formą prowadzenia działalności była działalność gospodarcza. Obniżenie kapitału zakładowego niezbędnego do założenia spółki z o.o. spowodowało, że coraz więcej przedsiębiorców wybiera właśnie taką formę działalności.

Wzrost konkurencji i umiędzynarodowienie rynków powoduje, że potrzeby klientów koncentrują się na aspektach kluczowych dla funkcjonowania firmy – czyli na klientach. Z tego punktu widzenia, wiedza konsultantów PK KSU na temat marketingu, rozwoju rynków, strategii sprzedaży i pozyskiwania klientów może być postrzegana jako jedna z ich kluczowych kompetencji.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

7. Satisfakcja klientów z usług PK KSU oraz opinie na temat uzyskanych korzyści

7.1 Korzyści z usług PK KSU (PB 8)

W celu oceny roli wsparcia przedsiębiorców oraz potencjalnych przedsiębiorców przez Punkty Konsultacyjne KSU, zapytano badanych, jakie korzyści odnieśli w wyniku skorzystania z zaoferowanych im usług. Wśród najczęściej wskazywanych odpowiedzi znalazły się następujące:¹⁹

- **założenie firmy** – w przypadku 37,7% respondentów;
- **zwiększenie obrotów firmy** – w przypadku 35% respondentów,
- **znalezienie nowych odbiorców na produkty i/lub usługi** – w przypadku 32,1% respondentów;
- **wprowadzenie innowacji** dotyczących przynajmniej jednego z następujących elementów: produkty i usługi, procesy, technologie, działania marketingowe, sposób zarządzania firmą – w przypadku 31,7% respondentów;
- **uniknięcie problemów prawnych, finansowych** (np. kar finansowych) – w przypadku 31,3% respondentów;
- **opracowanie nowych produktów i/lub usług** – w przypadku 29,6% respondentów;
- **zwiększenie skali/zasięgu działania firmy** – wejście na nowe rynki zbytu – w przypadku 28% respondentów;
- **uniknięcie redukcji zatrudnienia** – w przypadku 22% respondentów;
- **wzrost zatrudnienia w firmie** – w przypadku 21,8% respondentów.

Z analizy powyższych odpowiedzi wynika, że usługi oferowane przez Punkty Konsultacyjne PK KSU **w widoczny sposób wspierają przedsiębiorców**. Co trzeci badany zadeklarował, że dzięki otrzymanej pomocy założył firmę, zwiększył obroty, znalazł nowych odbiorców czy wprowadził innowacje. W co piątej firmie udało się uniknąć zwolnień, a w innych – zwiększyć zatrudnienie. Argumenty te w zdecydowany sposób świadczą na rzecz kontynuacji świadczenia usług dla przedsiębiorców przez Punkty Konsultacyjne PK KSU.

¹⁹ Poniższe wyniki uzyskano sumując warianty odpowiedzi „zdecydowanie można tak powiedzieć” oraz „raczej można tak powiedzieć”.

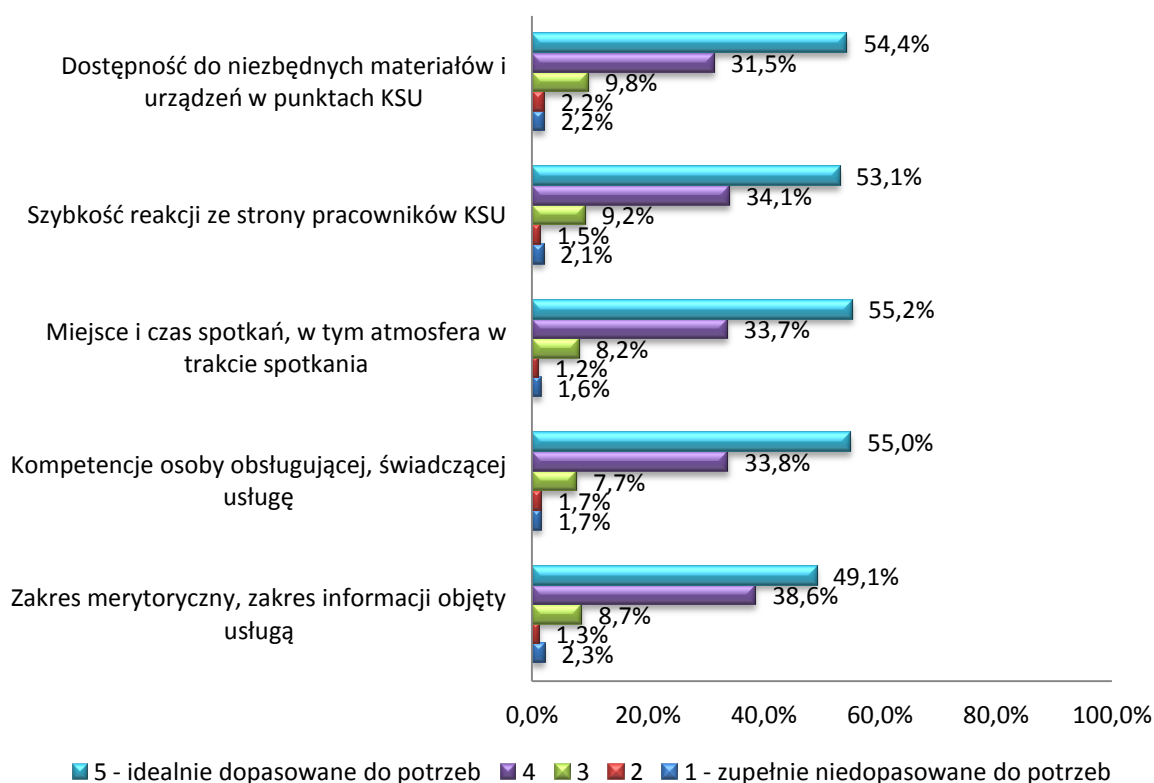
Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

7.2 Dopasowanie usług PK KSU do potrzeb klientów

Respondentów proszono o ocenę poszczególnych elementów procesu świadczenia usług PK KSU w skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza bardzo negatywną ocenę procesu, a 5 – bardzo pozytywną. W kontekście dobrych ocen wystawionych przez ponad połowę respondentów różnym elementom procesu świadczenia usług PK KSU, za najłabsze komponenty całego procesu świadczenia można uznać te, które uzyskały najczęściej wskazań w zakresie oceny od 1 do 3.

Pomimo zgłaszanych przez klientów propozycji doskonalenia procedur świadczenia usług PK KSU, organizacja i sposób świadczenia usług informacyjnych jest oceniana przez ponad 50% respondentów na 5, czyli jako idealnie dopasowana do potrzeb (wykres 32.). Największy odsetek respondentów ocenił idealne dopasowanie usług informacyjnych PK KSU do ich potrzeb w zakresie:

- miejsca i czasu spotkań, w tym atmosfery w trakcie spotkania – 55,2%;
- kompetencji osoby obsługującej, świadczącej usługę – 55%;
- dostępności do niezbędnych materiałów i urządzeń w punktach KSU, np. ksero, formularze, druki, Internet itp. – 54,4%.



n=1000

Wykres 32. Ocena dopasowania do potrzeb klientów organizacji i świadczenia przez PK KSU usług informacyjnych

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań pierwotnych, październik – listopad 2013.



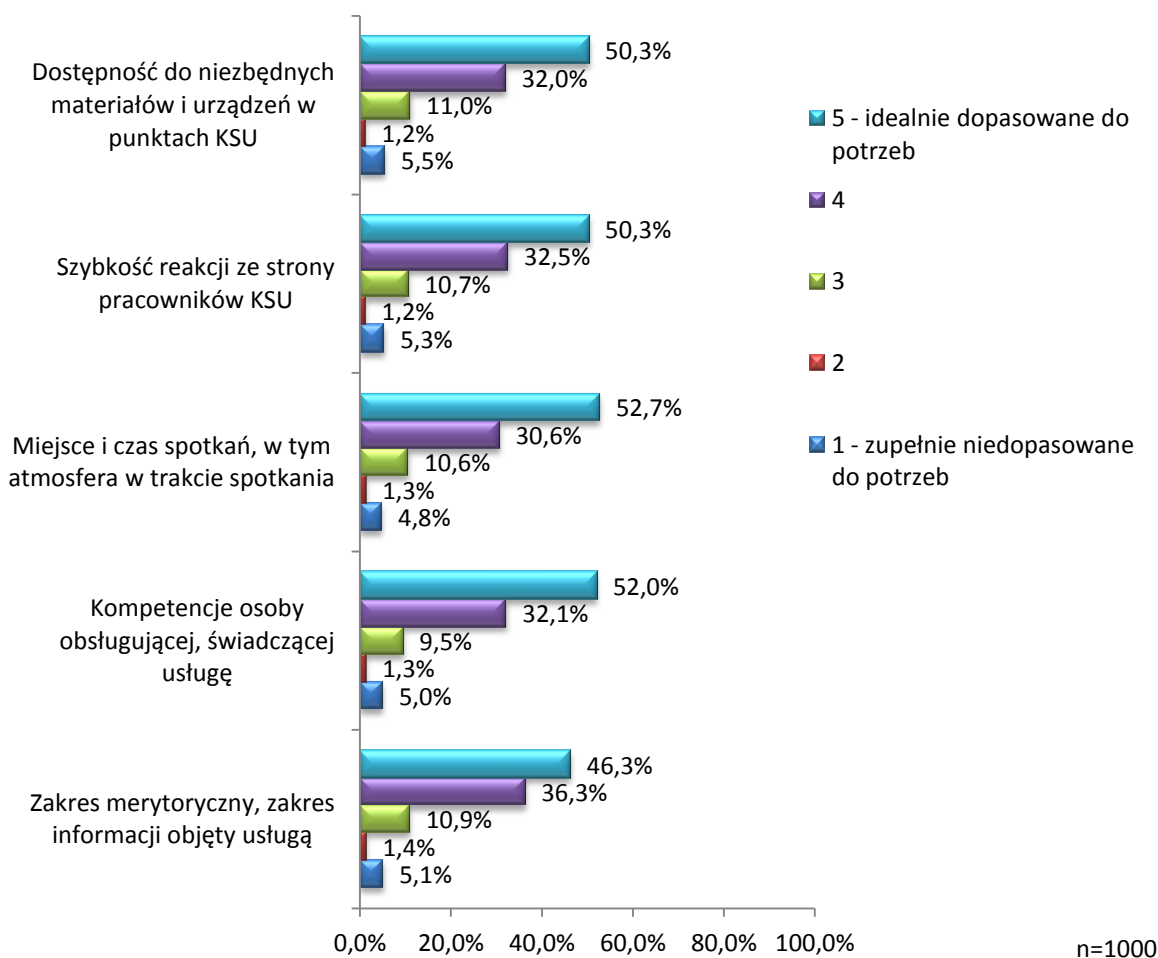
Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Wszystkie badane komponenty świadczenia usług (jak czas, miejsce itd.) zostały ocenione przez ok. 7-10% respondentów na 3, czyli jako średnio dopasowane do potrzeb (wykres 32.). Około 3-4% respondentów oceniło poszczególne komponenty świadczenia usług w PK KSU na 2 i poniżej, czyli jako niedopasowane do potrzeb lub zupełnie niedopasowane do potrzeb.

Nieco gorzej od oceny usług informacyjnych PK KSU wypada ocena usług informacyjnych – opieka nad klientem. Ogólnie ponad 50% respondentów oceniło większość komponentów tej usługi jako idealnie dopasowane do ich potrzeb (wykres 33.). Najwyżej oceniono:

- miejsce i czas spotkań, w tym atmosferę w trakcie spotkania – 52,7% respondentów;
- kompetencje osoby obsługującej, świadczącej usługę – 52% respondentów.

Za najłabsze komponenty całego procesu świadczenia usług informacyjnych – opieka nad klientem można uznać zakres merytoryczny, zakres informacji objęty usługą – 46% respondentów oceniło ten komponent jako idealnie dopasowany do ich potrzeb i jest to najniższy odsetek wskazań/ocen na 5.



Wykres 33. Ocena sposobu organizacji i świadczenia przez PK KSU usług informacyjnych – opieka nad klientem

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań pierwotnych, październik – listopad 2013.

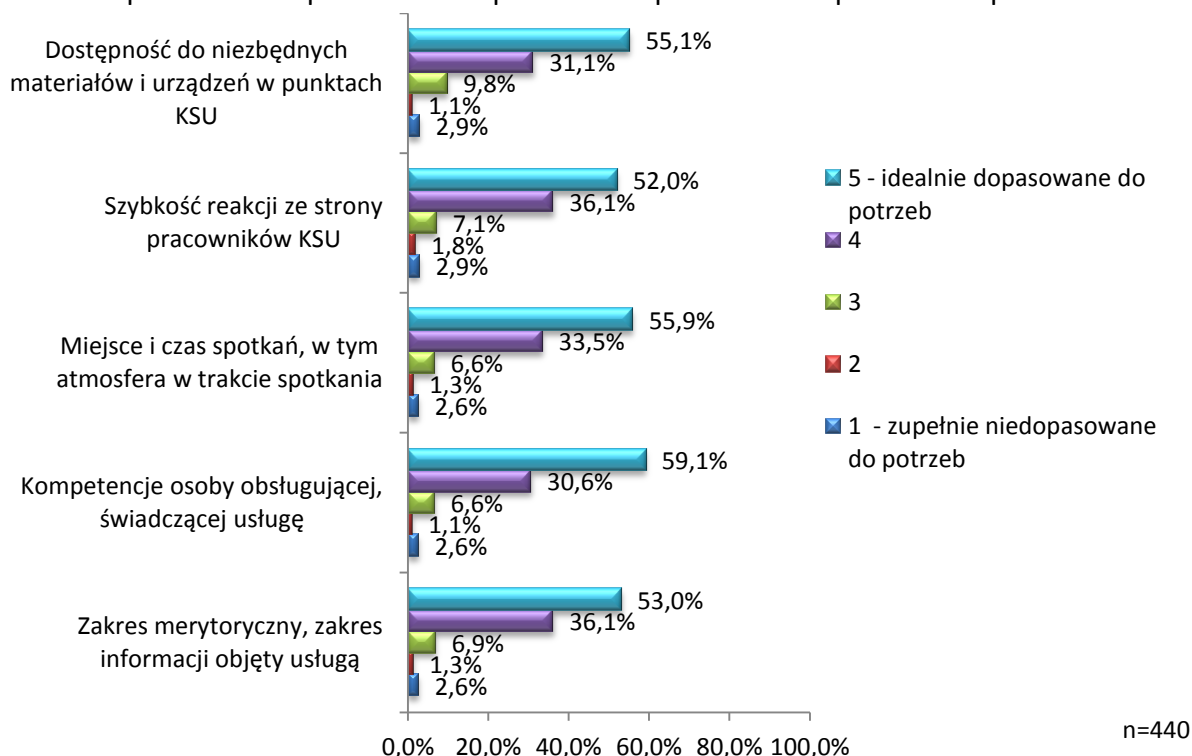
Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Usługi doradcze – asysta w rozpoczynaniu działalności gospodarczej zostały ocenione bardzo wysoko (wykres 34.). Ogólnie ponad 50% respondentów oceniło większość komponentów tej usługi jako idealnie dopasowane do ich potrzeb. Komponenty tej usługi zostały ocenione przez największy odsetek respondentów jako idealnie dopasowane do ich potrzeb.

Najwięcej najwyższych ocen – 5 – czyli idealnego dopasowania do potrzeb klientów uzyskały następujące komponenty tej usługi:

- kompetencje osoby obsługującej, świadczącej usługę – 59,1% wskazań (konsultanci świadczący usługi doradcze – asysta w rozpoczynaniu działalności gospodarczej zostali ocenieni najwyżej²⁰);
- miejsce i czas spotkań, w tym atmosfera w trakcie spotkania – 55,9% wskazań;
- dostępność do niezbędnych materiałów i urządzeń w punktach KSU, np. ksero, formularze, druki, Internet itp. – 55,1% wskazań.

Wobec tak wysokich ocen poszczególnych komponentów usług doradczych – asysta w rozpoczynaniu działalności, trudno wskazać najłabsze elementy. Odsetek niezadowolonych, oceniających poszczególne komponenty tych usług na 2 i poniżej, czyli jako niedopasowane do potrzeb lub zupełnie niedopasowane do potrzeb nie przekracza 5%.



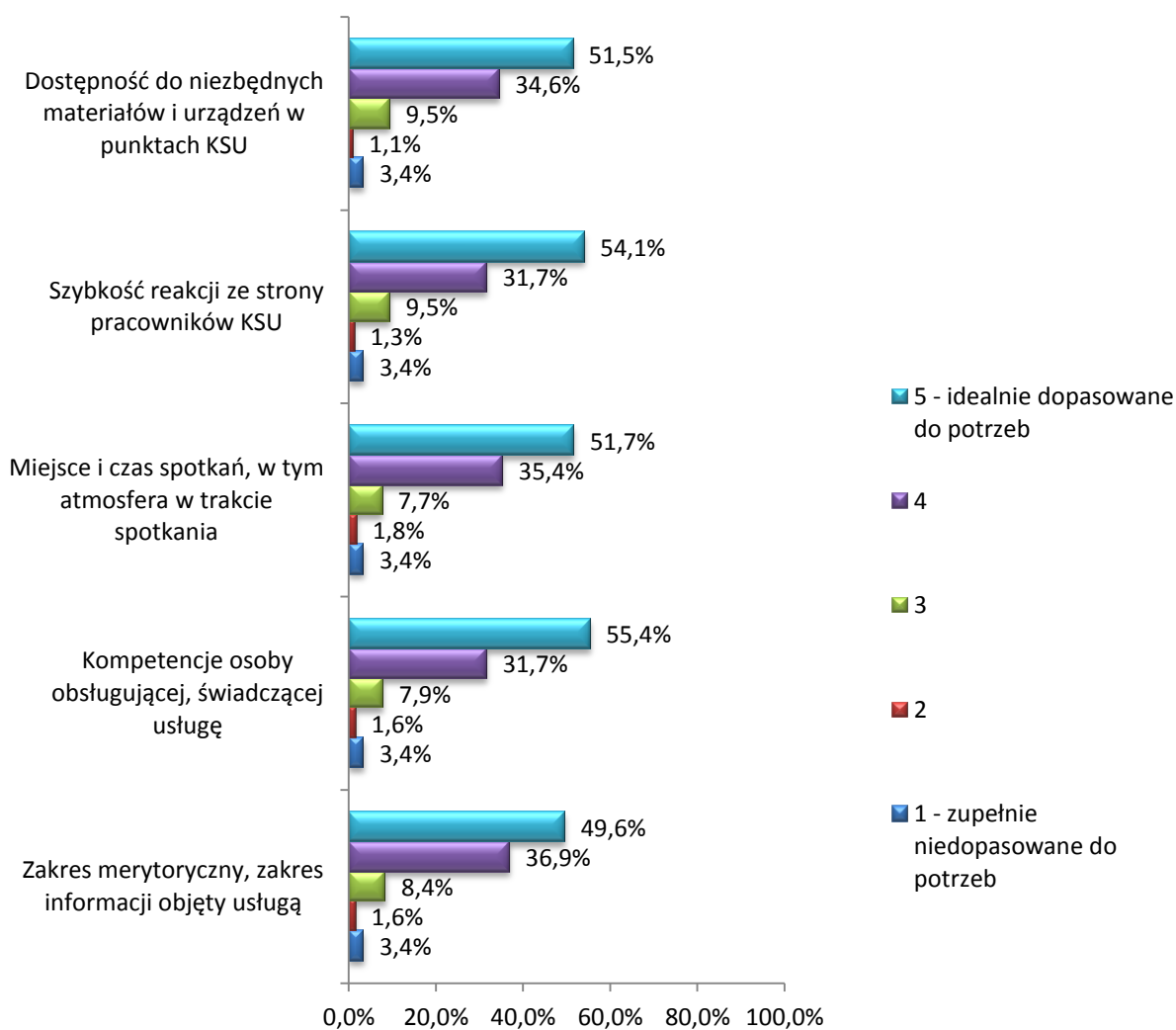
Wykres 34. Ocena sposobu organizacji i świadczenia przez PK KSU usług doradczych – asysta w rozpoczynaniu działalności gospodarczej

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań pierwotnych, październik – listopad 2013.

²⁰ Uczestnicy wywiadów grupowych bardziej krytycznie odnosili się do oceny kwalifikacji konsultantów PK KSU. Badanie ilościowe CAPI, na znacznie większej próbie respondentów, wskazuje jednak, że czynnik ten jest dobrze oceniany przez bardzo dużą ich część.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Usługi doradcze – asysta w prowadzeniu działalności gospodarczej również zostały bardzo wysoko ocenione przez respondentów (wykres 35.). Ogólnie ponad połowa badanych oceniła wszystkie komponenty tej usługi, jako idealnie dopasowane do ich potrzeb. Nieznaczny odsetek respondentów ocenił poszczególne komponenty usług doradczych – asysta w prowadzeniu działalności gospodarczej na 1, czyli jako zupełnie niedopasowane do potrzeb.



n=440

Wykres 35. Ocena sposobu organizacji i świadczenia przez PK KSU usług doradczych – asysta w prowadzeniu działalności gospodarczej

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań pierwotnych, październik – listopad 2013.

Wypowiedzi uczestników wywiadów grupowych (FGI) wskazują na inne ważne aspekty oceny świadczenia usług z perspektywy klientów. Wpływa na nią współpraca i wzajemna relacja między klientami a konsultantami PK KSU. W wywiadach grupowych podkreślano, że czasami negatywna ocena usług może wynikać z błędów popełnianych przez klientów, które polegają na:

- nieufności w stosunku do konsultantów i niechęci do przekazania pełnych informacji na temat własnych planów i oczekiwań;

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

- niedoprecyzowaniu problemu, z jakim klient udaje się do Punktu Konsultacyjnego KSU.

Trudno zatem oczekiwać, aby niepełna prezentacja problemu spotkała się z jego satysfakcjonującym rozwiązaniem przez konsultanta:

Uczestnik: *Ja z kolei miałam takie odczucie, że nie do końca mam pewność, że idąc po poradę prawną, gdzie mam opowiedzieć cały swój pomysł, gdzie na projekty, na skoncentrowanie itd., nie miałam do końca takiej pewności, że mogę zaufać tej osobie, bo trafiam tam na zupełnie przypadkową osobę, nie wiem, kim ona jest, wiem, że ona tam pracuje raz w tygodniu, więc co ona robi w inne dni tygodnia, dla kogo ona pracuje, nie mam pojęcia. (...), bo po prostu tam dla mnie było parę rzeczy nie do przeskokzenia, jeśli chodzi o zaufanie.*

Uczestnik: *(...) i znowu, to była taka rozmowa, że ja nie do końca chciałam opowiedzieć, co to jest, więc nie chciałam zdradzić specjalnie istoty tego projektu, niemniej jednak ten człowiek stanął na wysokości zadania i słysząc jakieś tam charakterystyczne cechy mówił „ok., to do tego od tej strony pasowałoby to, od innej coś tam, można to tak i tak ugryźć”.*

Uczestnik: *ja miałam cały czas tę samą rezerwę w zaufaniu.*

Często wpływ na negatywną ocenę usług PK KSU ma duża liczba dokumentów, jaką trzeba wypełnić i podpisać, żeby skorzystać z usług. Klienci nazywają to biurokracją. Trzeba jednak mieć świadomość, że owa **biurokracja** nie jest specyfiką wyłącznie usług PK KSU, ale wszystkich programów Unii Europejskiej czy – szerzej – wszystkich działań, jakie są finansowane ze środków publicznych.

Moderator: *Czyli żeby w ogóle skorzystać z tej usługi, to trzeba było dokumenty podpisać?*

Uczestnik: *Nie pamiętam, co tam dokładnie było, ale podpisów naprawdę trzeba było złożyć ogromną ilość jak dla mnie.*

Uczestnik: *Znacząco ogólnie ta umowa była dosyć obszerna...*

Uczestnik: *Trzeba było dwie godziny poświęcić na przeczytanie umowy.*

Uczestnik: *Ja już nie pamiętam, bo to już było dawno, ale tych umów było naprawdę dużo, dużo było tych załączników, i to się zrobił taki plik... I ból ręki potem.*

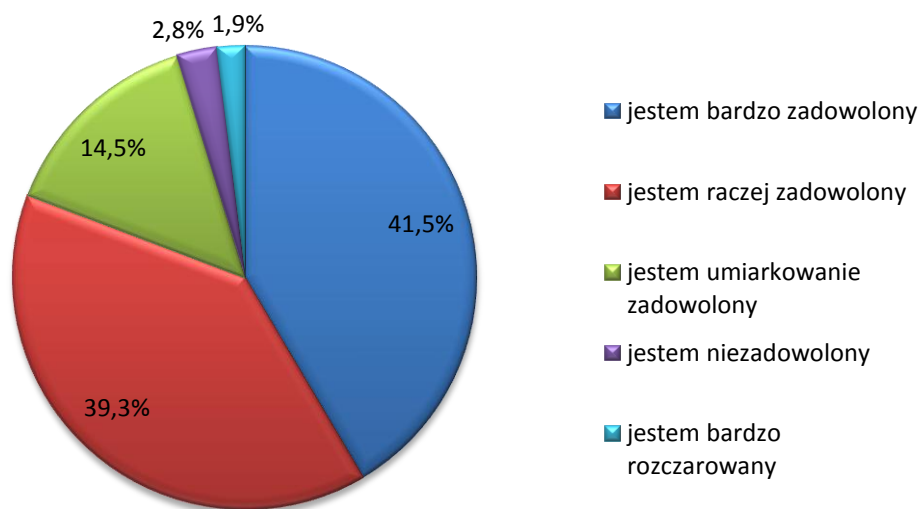
7.3 Ogólny poziom satysfakcji klientów z usług PK KSU (Pb 7)

Wysokie oceny poszczególnych komponentów świadczenia usług informacyjnych i doradczych, omówione w poprzednim podpunkcie, znalazły odzwierciedlenie w wysokiej ogólnej ocenie usług PK KSU (wykres 36.).

80,8% respondentów jest bardzo zadowolonych lub raczej zadowolonych po skorzystaniu z usług PK KSU (41,5% – bardzo zadowolonych, prawie 40% – raczej zadowolonych). Odsetek osób umiarkowanie zadowolonych wynosi 14,5%, niezadowolonych – niecałe 3%, zaś bardzo rozczarowanych – niecałe 2%.

Zadowolenie z usług PK KSU jest potwierdzane zarówno badaniami z 2012 r., jak i wynikami analiz danych z systemu. Wyniki analiz danych pochodzących z systemów informatycznych PARP wskazują, że w większości województw więcej niż 90% obsługiwanych i poddanych ankietyzacji w PK KSU jest zadowolonych z obsługi.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego



n=1440

Wykres 36. Ogólna ocena satysfakcji klientów z usługi (doradczej i informacyjnej) Punktów Konsultacyjnych KSU

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań pierwotnych, październik – listopad 2013.

Zadowolenie z usług PK KSU podkreślali również uczestnicy wywiadów grupowych:

***Uczestnik:** Ja swój problem, z tym, z czym przyszłam, miałam na piątkę rozwiązany (...). Ja miałam bardzo konkretny problem, bardzo konkretnie go przedstawiłam, dostałam bardzo satysfakcjonujące rozwiązanie, ale jak bym nie miała tego wszystkiego w głowie w jakimś tam stopniu ułożone i tego po zmianie jednej czy dwóch możliwości, to myślę, że tej pomocy nie otrzymałabym.*

***Uczestnik:** Doradcze dla mnie były dobre, na 4.*

***Uczestnik:** (...) natomiast drugie na 6+ oceniam.*

***Uczestnik:** Ja chciałem takich dosyć szczegółowych informacji, dokładnie to, czego oczekiwałem to otrzymałem i dlatego oceniłbym to na 5.*

Pomimo licznie zgłaszanych przez respondentów propozycji doskonalenia procedur świadczenia usług czy ich zakresu, **satysfakcję klientów z usług PK KSU należy uznać za wysoką**. Wyrażane przez klientów propozycje doskonalenia obecnego modelu świadczenia usług można uznać za działanie nastawione na uzyskiwanie w przyszłości jeszcze większych korzyści. **Respondenci uważają, że usługi PK KSU są potrzebne i nadal powinny być świadczone, najlepiej bezpłatnie.**

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Uczestnik: Ten pierwszy etap, te usługi informacyjne, to ja uważam, że są bardzo potrzebne.

Uczestnik: Z jednej strony to jest szeroki wachlarz informacji, z drugiej strony – każdy ma jakieś konkretne rzeczy i pytania, z którymi przychodzi, ma tę swoją jedną godzinę do wykorzystania i wydaje mi się, że to jest duża pomoc.

Uczestnik: Znacząca ja uważam, że wszystkie te usługi są potrzebne, tylko słuchając tych wszystkich wypowiedzi, to – jak każdy system – tak ten też wymaga jakiegoś udoskonalenia i może trochę większej weryfikacji podmiotów, które świadczą usługi KSU.

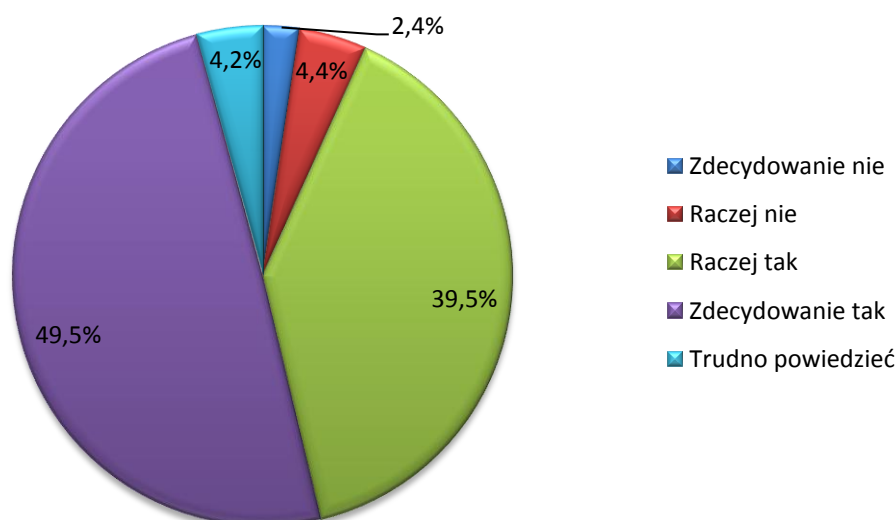
Uczestnik: W tej chwili mamy takie czasy, że dużo osób pracuje na umowach śmieciowych, dużo osób jest takich, które nigdy nie planowały, czy też nie chciały zakładać własnej firmy, a jest taki czas, że naprawdę trzeba, bo inaczej nie jest się ubezpieczonym, inaczej się pracuje... (...) tym bardziej w takich warunkach ekonomicznych bardzo fajnie, że jest takie miejsce, gdzie można pójść i jakąś taką krótką poradę na konkretny temat otrzymać.

Z opinii uczestników wywiadów grupowych (FGI) wynika, że za ważne i potrzebne uważają oni także usługi doradcze świadczone przez PK KSU:

Uczestnik: Znacząca ja uważam, że to jest dobra forma pomocy przedsiębiorcom i to powinno być kontynuowane moim zdaniem.

Uczestnik: aż szkoda, bo z tego, co zrozumiałam, to można tylko raz skorzystać, bo ja bym z chęcią jeszcze raz skorzystała, bo jestem zadowolona.

Potwierdzeniem satysfakcji klientów z usług informacyjnych i doradczych PK KSU są deklaracje gotowości polecenia ich innym przedsiębiorcom (wykres 37.). **Prawie 90% respondentów CAPI poleciłoby korzystanie z usług Punktów Konsultacyjnych KSU innym przedsiębiorcom, w tym 49,5% – zdecydowanie.** Niecałe 7% respondentów nie poleciłoby korzystania z usług Punktów Konsultacyjnych KSU innym przedsiębiorcom.



n=1440

Wykres 37. Skłonność respondentów do polecenia korzystania z usług Punktów Konsultacyjnych KSU innym przedsiębiorcom

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań pierwotnych, październik – listopad 2013.



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

8. Wnioski i rekomendacje

Badania przeprowadzone zgodnie z opisaną w rozdziale 1. raportu metodyką, pozwoliły na sformułowanie rekomendacji. Podstawą do sformułowania rekomendacji były wnioski z badania i odpowiedzi na postawione problemy badawcze.

Na podstawie dokonanych analiz można stwierdzić, że obecna formuła działania PK KSU jest dobrze oceniana przez klientów i pozwala im osiągnąć realne korzyści. Formuła dotychczasowego działania PK KSU umożliwia szeroki dostęp do usług świadczonych bezpłatnie lub po znacznie obniżonych cenach.

Obecna formuła działania PK KSU jest bardzo dobrze dostosowana do sytuacji otwarcia Polski na współpracę międzynarodową i transformację modelu działania całej gospodarki. Urynkowanie polskiej gospodarki i otwarcie jej na współpracę międzynarodową to czynniki, do których polskie społeczeństwo i przedsiębiorcy zdążyli się już przyzwyczaić. Dzięki możliwościom, jakie zapewnia Internet, poprzez łatwy dostęp do baz wiedzy i przepisów prawa, a także dzięki zmianom w profilach kształcenia w szkołach średnich i wyższych, Polacy są dużo lepiej przygotowani do podejmowania własnej działalności gospodarczej niż na przykład 10 lat temu. Biorąc pod uwagę te uwarunkowania, należy stwierdzić, że **długofalowy rozwój PK KSU powinien uwzględniać czynniki, takie jak:**

- duże zróżnicowanie potrzeb i oczekiwań grup potencjalnych klientów PK KSU;
- relatywnie wysoki poziom kwalifikacji zawodowych klientów PK KSU;
- wysokie oczekiwania w zakresie wiedzy fachowej i organizacji pracy konsultantów PK KSU;
- potrzebę efektywnego wydatkowania środków na działanie PK KSU, zwiększanie skali i siły oddziaływania PK KSU;
- rozwój wielu, funkcjonujących na terenie kraju, form pomocy doradczej wspierającej rozwój przedsiębiorczości (inicjatywy realizowane niezależnie od KSU, np. przez gminy, urzędy pracy, fundacje, oferujące pomoc bezpłatną lub z niską odpłatnością).

Proponuje się następujące kierunki rozwoju PK KSU:

- **Profilowanie klientów** w oparciu o dane zbierane w ankiecie wstępnej i dobieranie propozycji usług do typu klienta i zgłaszanych przez niego problemów. Odpowiednie profilowanie klientów może pomóc w „oznaczaniu” ich grup, które mogą natrafiać na szczególnie duże utrudnienia w rozwijaniu działalności gospodarczej, np. osoby długotrwale bezrobotne, kobiety mające dłuższą przerwę w aktywności zawodowej związaną z opieką na małymi dziećmi. Takie osoby mogą potrzebować nie tylko odpowiedniego wsparcia merytorycznego, ale również długotrwałej współpracy z konsultantami posiadającymi określone kwalifikacje merytoryczne oraz umiejętności budowania relacji, znającymi specyfikę problemów danej grupy klientów.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

- **Rozwój oferty świadczenia długofalowych usług informacyjnych i doradczych**, bezpłatnych lub odpłatnych w niewielkim stopniu, dla specyficznych grup klientów, mających zróżnicowane problemy i ograniczenia możliwości rozwoju działalności gospodarczej. Do takich specyficznych grup, potrzebujących specjalnej uwagi, można zaliczyć, w warunkach polskich, np.:
 - kobiety po dłuższej przerwie w pracy zawodowej, związanej z opieką nad małymi dziećmi;
 - osoby niepełnosprawne zainteresowane podjęciem działalności gospodarczej;
 - absolwentów wyższych uczelni;
 - długotrwale bezrobotnych;
 - osoby mające niskie wykształcenie, np. nieposiadające matury, które mogą mieć problemy ze zrozumieniem przepisów, procedur prawnych i administracyjnych;
 - osoby z grupy wiekowej 50+;
 - przedsiębiorców kierujących małymi firmami, prowadzącymi działalność eksportową;
 - przedsiębiorców, których firmy upadły i którzy ponownie próbują rozpocząć działalność gospodarczą.

Opieka nad wymienionymi grupami powinna być realizowana w sposób długotrwały, zakładający wspieranie ich w różnych fazach rozwoju tworzonych przez nie firm. W przypadku części z wymienionych grup klientów, konsultanci powinni mieć nie tylko odpowiednie przygotowanie merytoryczne, ale także właściwe **umiejętności budowania relacji i rozumienia specyfiki problemów danej grupy klientów, aby nie tylko przekazywać wiedzę, ale również stymulować rozwój postaw przedsiębiorczych u klientów PK KSU.**

- Zapewnienie wszystkim potencjalnym klientom **możliwości wielokrotnego korzystania z usług PK KSU w różnych fazach rozwoju firm**, dzięki rozwojowi usług informacyjnych i doradczo-szkoleniowych, wykorzystujących nowoczesne narzędzia zarządzania wiedzą, w tym: e-learning, bazy wiedzy dostępne online, zestawy zarchiwizowanych rozmów z typowymi klientami (analizy charakterystycznych przypadków), stale aktualizowane listy odpowiedzi na często zadawane pytania, opracowania informacyjne, prezentacje i filmy. Dzięki możliwości wielokrotnego korzystania z zasobów wiedzy, PK KSU powinny zwiększyć skalę oddziaływania i rozpoznawalność Punktów Konsultacyjnych KSU.
- **Rozwój usług doradczych świadczonych na odległość**, z użyciem środków, takich jak: rozmowy telefoniczne, czaty internetowe, webinary, rozmowy na Skypie, dzięki któremu będzie można rozwinąć **silny ośrodek usług eksperckich z wieloma specjalizacjami**, na bieżąco współpracujący z PARP i jednocześnie zapewnić łatwe dotarcie do klientów rozproszonych na terenie całego kraju.



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Zgodnie z przyjętą strukturą i narracją raportu, rekomendacje dotyczą obszarów problemowych, wymagających zmian lub interwencji. Upoważnienie do rekomendacji wynika z przeprowadzonych badań, co przy każdej rekomendacji zostało zasygnalizowane.

W tabeli 18. przedstawiono odpowiedzi na postawione w badaniu pytania badawcze, wraz z wynikami analiz, które stały się podstawą do udzielenia odpowiedzi. Natomiast w tabeli 19. rozwinięto prezentowane treści o wskazanie rekomendacji, nakreślenie sposobu ich wdrożenia oraz wskazanie podmiotu, odpowiedniego do wprowadzania zmian w PK KSU.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Pytanie badawcze	Desk research	FGI		CAPI	Wynik badania – podstawa do sformułowania wniosków	Wniosek
		strona popytowa	strona podażowa			
1. Czy świadczenie usługi w formule „one stop shop” jest adekwatne do potrzeb klientów i efektywne?		✓		✓	<p>W opinii 94% respondentów formuła świadczenia usług PK KSU „one stop shop” jest efektywna, np. pozwala oszczędzić czas. Tylko niewielki odsetek badanych uznał, że formuła ta nie jest efektywna (poniżej 3%); 92,8% badanych uznało, iż formuła ta jest adekwatna do ich potrzeb.</p> <p>Zdecydowana większość klientów (85,7%) uważa, że PK KSU faktycznie stwarzają możliwość zaspokojenia wszystkich potrzeb informacyjnych w jednym miejscu. Tylko 6,4% respondentów nie zgadza się z tym twierdzeniem.</p> <p>Stanowisko to wspierają pozytywne opinie respondentów uczestniczących w zogniskowanych wywiadach grupowych.</p>	Świadczenie usługi w formule „one stop shop” jest adekwatne do potrzeb klientów i efektywne. Formułę tę należy utrzymać.
2. Który z modeli wsparcia przedsiębiorstw i osób rozpoczynających działalność gospodarczą jest bardziej atrakcyjny dla klienta PK KSU: skorzystanie z bonu na usługę u dowolnego usługodawcy czy usługi usługodawcy	✓	✓	✓	✓	<p>Idea „bonu dla przedsiębiorców” jest raczej nieznana respondentom – słyszało o niej tylko niecałe 10% klientów PK KSU. Ponadto klienci obawiają się, że wybór doradcy na rynku zajęłoby im bardzo dużo czasu, nie umieliby ocenić kwalifikacji doradcy i w efekcie popełnialiby wiele kosztownych błędów.</p> <p>W kontekście przeprowadzonych badań wydaje się, że „bon dla przedsiębiorców” nie jest rozwiązaniem pożądanym przez klientów PK KSU. Uczestnicy badań nie widzą dla siebie</p>	<p>Bardziej atrakcyjnym dla klientów PK KSU rozpoczynających działalność gospodarczą jest model wsparcia polegający na wyborze usługodawcy w konkursie przeprowadzonym przez agencję rządową.</p> <p>Idea „bonu dla przedsiębiorców” ma dla klientów małą atrakcyjność.</p>

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Pytanie badawcze	Desk research	FGI	CAPI	Wynik badania – podstawa do sformułowania wniosków	Wniosek
wybranego w konkursie przeprowadzonym przez agencje rządową?				<p>korzyści z rozwiązania w postaci „bonów dla przedsiębiorców”.</p> <p>W trakcie wywiadów grupowych (FGI) podkreślano obawy dotyczące tego, czy przedsiębiorca będzie potrafił dokonać wyboru usług informacyjnych odpowiednich do jego potrzeb. Ponadto wskazywano na duże znaczenie budowania w Punktach Konsultacyjnych poczucia bezpieczeństwa, jakie towarzyszy wyborowi usługodawcy przez zewnętrzną instytucję rządową.</p>	
3. Czy usługobiorcy są świadomi, że usługa jest świadczona według standardów określonych i monitorowanych przez agencję rządową? Czy fakt świadczenia usługi według standardu jest istotny dla usługobiorców?		✓	✓	<p>Klienci na ogół nie mają wiedzy na temat tego, że usługi PK KSU są świadczone według jednolitego standardu. Nie jest to zaskoczeniem, jeśli weźmie się pod uwagę następujące uwarunkowania:</p> <ul style="list-style-type: none"> • klienci PK KSU to na ogół mikrofirmy i jednoosobowe działalności gospodarcze - nie korzystają oni z innych wyspecjalizowanych firm doradczych, ze względu na rynkowe ceny takich usług; • potrzeby i problemy, z jakimi klienci zgłaszają się do PK KSU są bardzo zróżnicowane, co wiąże się z koniecznością znacznego zindywidualizowania świadczonych usług, a w takich przypadkach trudno dostrzec standaryzację świadczenia; • wielu klientów twierdziło, że skorzystało z usług PK KSU tylko raz (i jest to dla nich zdecydowanie zbyt mało), a jednolity 	<p>Fakt, że usługi PK KSU są świadczone według jednolitych standardów nie jest jeszcze przez klientów zauważany. Aspekt ten nie jest też kluczowym czynnikiem wyboru usług doradczych i nie jest on istotny dla usługobiorców. Jednak na ogół respondenci cenią standardy, głównie ze względu na przewidywalność całego procesu.</p> <p>Ważniejsze dla usługobiorców jest monitorowanie usług przez agencję rządową, ponieważ stwarza to poczucie bezpieczeństwa, co do jakości usług.</p>

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Pytanie badawcze	Desk research	FGI	CAPI	Wynik badania – podstawa do sformułowania wniosków	Wniosek
				<p>standard świadczenia usług jest zauważalny, gdy klienci korzystają z nich co najmniej kilka razy.</p> <p>Uczestnicy wywiadów grupowych podkreślali, że nie wiedzieli, iż usługi PK KSU są świadczone według jednolitych standardów. Generalnie jednak ich opinie wskazywały na to, iż standardy kojarzą się pozytywnie z profesjonalizmem i przewidywalnością procesu.</p>	
<p>4. Czy usługi świadczone w PK KSU (informacyjne, informacyjne – opieka nad klientem, doradcze – asysta w rozpoczynaniu działalności gospodarczej, doradcze – asysta w prowadzeniu działalności gospodarczej) powinny być dofinansowywane ze środków publicznych (jeśli tak to w jakiej wysokości)? Które elementy usługi PK KSU należałoby rozwinąć i kontynuować ich wsparcie ze środków</p>		✓	✓	<p>✓</p> <p>Najważniejszym czynnikiem wyboru PK KSU jest możliwość skorzystania z usług bezpłatnie - tak twierdzi około 72,7% klientów - lub przy znacząco niższych kosztach (w przypadku usług doradczych). Około 45% respondentów nie skorzystałoby z usług informacyjnych, gdyby były one odpłatne.</p> <p>Ponad 30% klientów jest jednak skłonnych do partycypacji w kosztach usługi informacyjnej – opieka na klientem.</p> <p>Średnia kwota, jaką badani respondenci korzystający z usług doradczych byłiby skłonni zapłacić za te usługi wynosi 305,4 zł. Z wartości mediany wynika, że połowa respondentów wskazała kwotę do 150 zł, zaś druga połowa – powyżej 150 zł.</p> <p>Usługi informacyjne są wyceniane niżej. Średnia kwota, jaką badani respondenci korzystający z usług informacyjnych byłiby</p>	<p>Usługi PK KSU powinny być dofinansowywane.</p> <p>Dofinansowanie usług PK KSU ze środków publicznych jest ważnym czynnikiem ich wyboru przez klientów. Wyższy poziom dofinansowania powinien dotyczyć usług informacyjnych – do około 80% dofinansowania. Dofinansowanie usług doradczych powinno być na poziomie do 60%. Przeciętnie do usługi informacyjnej klienci są skłonni dopłacać ok. 100–130 zł, a do usługi doradczej – 150–300 zł.</p> <p>Zwiększenie poziomu dofinansowania usług powinno być związane z ich rodzajem oraz z „typem klienta” (segmentowaniem rynku).</p> <p>W ramach usług PK KSU należy kłaść szczególny nacisk na rozwój pomocy prawnej, księgowej oraz marketingowej.</p>

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Pytanie badawcze	Desk research	FGI	CAPI	Wynik badania – podstawa do sformułowania wniosków	Wniosek
<p>publicznych, a z których elementów należałoby zrezygnować?</p>				<p>skłonni zapłacić za usługi wynosi ok. 128 zł. Z wartości mediany wynika, że – w przypadku usług informacyjnych – połowa respondentów wskazała kwotę do 100 zł, zaś druga połowa – powyżej 100 zł.</p> <p>Z pytań otwartych respondentów CAPI oraz uczestników zogniskowanych wywiadów grupowych wynika, iż powinny być rozwijane następujące elementy usług PK KSU:</p> <ul style="list-style-type: none"> • pomoc prawna, np. oferta dla spółek – podmiotów prawa handlowego; • pomoc księgowo-finansowa; • pomoc w zakresie badań i analiz rynku; • pomoc marketingowa – pozyskiwanie klientów, nowych rynków zbytu; • internacjonalizacja firm i eksportu; • doradztwo w zakresie pozyskiwania finansowania, również z banków komercyjnych. <p>Analiza desk research oparta na danych z systemu informatycznego PARP pokazuje, iż moduły usług świadczonych przez PK KSU, z których najrzadziej korzystają klienci to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • zarządzanie w działalności gospodarczej oraz narzędzia informatyczne (usługa informacyjna) 	

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Pytanie badawcze	Desk research	FGI	CAPI	Wynik badania – podstawa do sformułowania wniosków	Wniosek
				<ul style="list-style-type: none"> • opieka długa (usługi informacyjne opieka nad klientem) • Moduł II – analiza SWOT (usługi doradcze: asysta w rozpoczynaniu działalności gospodarczej) • Moduł III – organizacja przedsiębiorstwa (usługi doradcze: asysta w prowadzeniu działalności gospodarczej). <p>Natomiast moduły, na które jest wyraźne zapotrzebowanie klientów stanowią:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Finansowanie działalności gospodarczej oraz podejmowanie i wykonywanie oraz rezygnacja z prowadzenia działalności gospodarczej (usługa informacyjna) • Etap I (wybór usługodawcy) oraz Etap II – opieka długa (usługa informacyjna opieka nad klientem) • Moduł VII – założenie działalności, Moduł VI – przygotowanie dokumentów do rejestracji, a także Moduł I – profil zakładanej działalności (usługi doradcze: asysta w rozpoczynaniu działalności gospodarczej) • Moduł IV – finanse przedsiębiorstwa i Moduł I – wymogi formalno-prawne prowadzenia działalności gospodarczej (usługi doradcze: asysta 	

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Pytanie badawcze	Desk research	FGI	CAPI	Wynik badania – podstawa do sformułowania wniosków	Wniosek
				<p>w prowadzeniu działalności gospodarczej.</p> <p>Dane te powinny być wskazówką odnośnie elementów świadczonych usług, które warto by rozwinąć i nad rezygnacją z których należałoby się zastanowić.</p>	
<p>5. Czy zakres usługi doradczej: asysty w rozpoczynaniu działalności gospodarczej i asysty w prowadzeniu działalności gospodarczej, świadczonej przez PK KSU i procedura jej świadczenia są właściwie zdefiniowane (wybrane aspekty)? O co powinny być wzbogacone?</p>	✓	✓	✓	<p>Niewielki odsetek klientów (CAPI oraz FGI), który deklarował konieczność doskonalenia procedury świadczenia usług doradczych w PK KSU, wskazywał przebieg tego procesu w kierunku:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ograniczenia czasu oczekiwania na obsługę; • zwiększenia liczby godzin przeznaczonych na obsługę jednego klienta; • szerszego stosowania komunikacji przez telefon i Internet, na określonych etapach świadczenia usług, co jest szczególnie ważne dla tych klientów PK KSU, których potrzeby nie wymagają wizyty w punkcie; • dostosowania godzin świadczenia usług do potrzeb przedsiębiorców. <p>Klienci zwykle nie zastanawiają się nad procedurami, modelami obsługi czy propozycjami doskonalenia usług doradczych. 50,2% respondentów nie ma zdania na temat doskonalenia usług doradczych PK KSU, zaś</p>	<p>Procedura świadczenia usług doradczych PK KSU została oceniona pozytywnie i niewielki odsetek klientów wskazywał na konieczność ich doskonalenia.</p> <p>Zaleca się doskonalenie procedury świadczenia usług doradczych pod względem organizacyjnym w następujących obszarach:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ograniczenia czasu oczekiwania na obsługę; • zwiększenia liczby godzin przeznaczonych na obsługę jednego klienta; • szerszego stosowania komunikacji przez telefon i Internet, na określonych etapach świadczenia usług; • dostosowania godzin świadczenia usług do potrzeb przedsiębiorców. <p>Zakres usługi doradczej został właściwie zdefiniowany. Większość respondentów uważa, że był on dopasowany do ich potrzeb.</p>

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Pytanie badawcze	Desk research	FGI	CAPI	Wynik badania – podstawa do sformułowania wniosków	Wniosek
				<p>około 38% uważa, że nie trzeba wprowadzać żadnych udoskonaleń w ramach świadczonych usług doradczych.</p> <p>Zakres merytoryczny, zakres informacji objętych usługą został oceniony jako idealnie dopasowany do potrzeb w przypadku każdej z usług przez:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 49,1% (usług informacyjne) • 46,3% (usługi informacyjne opieka nad klientem) • 53% (usługi doradcze: asysta w rozpoczynaniu działalności gospodarczej) • 49,6% (usługi doradcze: asysta w prowadzeniu działalności gospodarczej). <p>Jednakże uczestnicy zogniskowanych wywiadów grupowych wskazywali na to, iż nierzadko informacje uzyskiwane przez nich w Punktach Konsultacyjnych KSU są zbyt ogólne. Ponadto wskazywali usługi, które warto by wprowadzić do oferty Punktów (patrz PB 4; PB6).</p>	
<p>6. Które elementy usługi doradczej świadczonej przez PK KSU należałoby rozwinąć, a z których zrezygnować?</p>		✓	✓	<p>W badaniach CAPI oraz FGI zdecydowanie częściej wskazywano na konieczność rozwoju merytorycznego zakresu świadczenia usług doradczych.</p> <p>Większość propozycji respondentów CAPI dotyczy rozszerzenia usług już świadczonych</p>	<p>Doskonalenie usług doradczych powinno dotyczyć przede wszystkim większego zaangażowania konsultantów w proces doradczy. W szczególności akcentuje się kwalifikacje konsultantów PK KSU.</p> <p>Wskazywano na rozszerzenie usługi</p>

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Pytanie badawcze	Desk research	FGI	CAPI	Wynik badania – podstawa do sformułowania wniosków	Wniosek
				w PK KSU i w istocie większej pomocy dla potencjalnych przedsiębiorców i przedsiębiorców oraz większego zakresu doradztwa, np. w dziedzinie innowacji czy marketingu i potrzeb rynku. Analizując wypowiedzi respondentów CAPI (odpowiedzi na pytania otwarte) oraz respondentów FGI można odnieść wrażenie, że klienci PK KSU oczekują od konsultantów większej pomocy we wszystkich obszarach prowadzenia działalności, począwszy od pomocy w wypełnianiu dokumentów, przez pomoc w znalezieniu pomysłów na działalność, po doradztwo marketingowe i prawne.	<p>doradczej o:</p> <ul style="list-style-type: none"> • szkolenia, warsztaty itp., np. z zakresu prawa, podatków, księgowości; • pomoc w kontaktach z ZUS; • monitorowanie przez doradcę postępów wprowadzania zmian w firmie; • newsletter z informacjami dla firm, np. o szkoleniach, ofertach itp. <p>Respondenci nie wskazywali elementów usługi, z których jednoznacznie należałoby zrezygnować. Można wnioskować o tym na podstawie analizy desk research (więcej P4).</p>
7. Jaki jest poziom zadowolenia klientów z usługi PK KSU?		✓	✓	80,8% respondentów jest zadowolonych z usług PK KSU, z których skorzystali (w tym 41,5% – bardzo zadowolonych, a 14,5% – umiarkowanie zadowolonych). Odsetek osób niezadowolonych wynosi niecałe 3%, zaś bardzo rozczarowanych – niecałe 2%.	<p>Poziom zadowolenia klientów z usługi PK KSU jest bardzo wysoki.</p>
8. Czy usługa PK KSU przyniosła ich klientom realne korzyści (wpływ wyświadczonej usługi na działalność klienta, np. przechodzenie firm z kategorii mikro- do kategorii małych i średnich		✓	✓	<p>Usługi, z których korzystali respondenci przyczyniły się do:</p> <ul style="list-style-type: none"> • założenia firmy – w przypadku 37,7% respondentów; • zwiększenia obrotów firmy – w przypadku 35% respondentów; • znalezienia nowych odbiorców na produkty i/lub usługi – w przypadku 	<p>Usługi świadczone przez PK KSU są potrzebne i przynoszą klientom wymierne korzyści.</p> <p>Istnieje silne zróżnicowanie potrzeb klientów ze względu na reprezentowane „typy klienta” i branże.</p> <p>Wśród najważniejszych korzyści, jakie</p>

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Pytanie badawcze	Desk research	FGI	CAPI	Wynik badania – podstawa do sformułowania wniosków	Wniosek
przedsiębiorstw, wchodzenie na nowe rynki, zwiększanie innowacyjności prowadzonej działalności, zwiększanie zatrudnienia)?				<p>32,1% respondentów;</p> <ul style="list-style-type: none"> wprowadzenia innowacji, dotyczących przynajmniej jednego z następujących elementów: produkty i usługi, procesy, technologie, działania marketingowe, sposób zarządzania firmą – w przypadku 31,7% respondentów; uniknięcia problemów prawnych, finansowych (np. kar finansowych) – w przypadku 31,3% respondentów; opracowania nowych produktów i/lub usług – w przypadku 29,6% respondentów; zwiększenia skali/zasięgu działania firmy – wejście na nowe rynki zbytu – w przypadku 28% respondentów; uniknięcia redukcji zatrudnienia – w przypadku 22% respondentów; wzrostu zatrudnienia w firmie – w przypadku 21,8% respondentów. 	<p>klienci zauważyli jest założenie firmy i zwiększenie obrotów w firmie, wchodzenie na nowe rynki, zwiększanie innowacyjności prowadzonej działalności oraz zatrudnienia.</p>
9. Jaki jest sposób dotarcia usługodawcy do klienta?	✓	✓	✓	<p>Można wyróżnić trzy główne źródła pozyskiwania informacji na temat PK KSU: Internet – 46,4% wskazań (strony skierowane do biznesu – 25,3%, strona internetowa PARP – 21,1%), rodzina i znajomi klienta (36% wskazań) oraz inni przedsiębiorcy (20,6%). Na te kanały pozyskiwania informacji o ofercie PK KSU wskazywali również respondenci zogniskowanych wywiadów grupowych.</p>	<p>Większość usług informacyjnych PK KSU jest świadczona na miejscu, w punktach. Najczęstszym źródłem informacji na temat PK KSU jest Internet, rodzina i znajomi klienta oraz inni przedsiębiorcy.</p> <p>Klienci PK KSU najczęściej pozyskują informacje o punktach z kanałów nieformalnych.</p>

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Pytanie badawcze	Desk research	FGI	CAPI	Wynik badania – podstawa do sformułowania wniosków	Wniosek
10. Czy istnieje korelacja między faktem skorzystania z usługi informacyjnej a późniejszym skorzystaniem z usługi doradczej PK KSU?			✓	<p>Ze względu na to, że tylko 52 respondentów, którzy znaleźli się w próbie korzystało z usług informacyjnych i doradczych, nie było możliwości, z powodu braku odpowiednich narzędzi statystycznych, wnioskowania o istnieniu korelacji między korzystaniem z usług informacyjnych i późniejszym korzystaniem z usług doradczych. Należy przypuszczać, że zakres czasowy badania – lipiec 2012 – wrzesień 2013 – jest zbyt krótki na ponowne korzystanie z usługi przez klientów.</p>	<p>Nie można stwierdzić istnienia korelacji między faktem skorzystania z usługi informacyjnej a późniejszym skorzystaniem z usługi doradczej PK KSU.</p>
11. Na jakie inne usługi okołobiznesowe istnieje zapotrzebowanie ze strony przedsiębiorstw (wsparcie w zakresie ograniczania kosztów działalności firm, pomoc w tworzeniu grup zakupowych, inne)?		✓	✓	<p>Z wyszczególnionych w ankiecie CAPI typów usług okołobiznesowych klienci najczęściej wskazywali na:</p> <ul style="list-style-type: none"> • wspólne ekspozycje na targach i wystawach (ok. 26%); • wspólne biura handlowe i przedstawicielstwa w innych województwach lub nawet w innych krajach (ok. 20%). <p>Z badań wynika, że klienci PK KSU oczekują rozszerzenia usług w zakresie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • pomocy prawnej, np. ofert dla spółek – podmiotów prawa handlowego; • pomocy księgowo-finansowej; • pomocy w zakresie badań i analiz rynku; • pomocy marketingowej – pozyskiwania klientów, nowych 	<p>Istnieje niewielkie zainteresowanie klientów poszerzeniem działalności PK KSU o usługi wymienione w ankiecie.</p> <p>Znacznie ważniejsze jest, wskazywane przez klientów, poszerzanie usług o:</p> <ul style="list-style-type: none"> • monitorowanie przez doradcę postępów wprowadzania zmian w firmie; • tworzenie na platformach PK KSU wyszukiwarek internetowych dostępnych dla klientów po zalogowaniu. <p>Platformy PK KSU są przydatne dla klientów, którzy potrzebują jednorazowej informacji, niewymagającej wizyty w Punkcie Konsultacyjnym.</p>

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Pytanie badawcze	Desk research	FGI	CAPI	Wynik badania – podstawa do sformułowania wniosków	Wniosek
				<p>rynków zbytu;</p> <ul style="list-style-type: none"> internacjonalizacji firm i eksportu; ochrony własności intelektualnej i prawa patentowego. 	
12. Który model świadczenia usługi jest preferowany przez klienta – realizacja usługi przez jednego doradcę czy zespół, którym kieruje jeden doradca?		✓	✓	<p>✓</p> <p>Większość respondentów badań ankietowych (58,7%) wskazywało, że preferuje model obsługi, polegający na tym, że klient (potencjalny przedsiębiorca lub przedsiębiorca) jest obsługiwany zawsze przez jednego, tego samego, doradcę – opiekuna klienta. Doradca ten odpowiada na wszystkie zgłoszone przez przedsiębiorcę pytania i szuka rozwiązań.</p> <p>W trakcie badań FGI rola ta porównywana była bardzo często do roli, jaką pełni account manager w agencjach reklamowych. Wskazywanie przez klientów tego, że chcą być obsługiwani przez jedną osobę, nie oznacza w istocie, iż liczą oni na to, że ta osoba rozwiąże wszystkie ich problemy. Obsługa przez jedną osobę nie budzi ich zaufania, ponieważ nie wierzą oni w mulikompetencje jakichkolwiek doradców, w tym konsultantów PK KSU. Klientom zależy na tym, aby obsługiwali ich specjaliści.</p> <p>Sprzeczność tę można wyjaśnić potrzebą klientów bycia pod opieką stałej osoby, zaznajomionej z ich sytuacją i potrzebami, i jednoczesnym poczuciem, że jedynie korzystanie z porad różnych specjalistów umożliwi uzyskanie rzetelnych i konkretnych informacji.</p>	<p>Większość klientów preferuje model świadczenia usług polegający na kontaktach z jednym opiekunem. Konfrontując wyniki badań CAPI oraz FGI warto jednak zaznaczyć, że osoba ta nie powinna zajmować się klientem od etapu wypełniania dokumentów, po udzielanie wszystkich porad, a raczej pomagać mu w umówieniu spotkań z właściwymi specjalistami.</p>

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Pytanie badawcze	Desk research	FGI	CAPI	Wynik badania – podstawa do sformułowania wniosków	Wniosek
13. W jakich sytuacjach klienci częściej zgłaszają się po usługi PK KSU? Interwencyjnie – w przypadkach konkretnego problemu, czy też w poszukiwaniu możliwości rozwojowych firmy – nowe formy finansowania, nowe rynki zbytu, inwestycje technologiczne, zmiany organizacyjne itp.		✓	✓	<p>Z przeprowadzonych badań wynika, że klienci najczęściej zgłaszają się po usługi do PK KSU w poszukiwaniu możliwości rozwojowych firmy.</p> <p>Respondenci w badaniach CAPI, pytani o powody, które skłoniły ich do skorzystania z oferty PK KSU, najczęściej wskazywali na: potrzebę uzyskania informacji na temat źródeł finansowania działalności (49,7% wskazań dla wariantu odpowiedzi „zdecydowanie tak”). Na drugim miejscu znalazła się potrzeba założenia działalności gospodarczej i pozyskania informacji co do warunków (45,5%), zaś na trzecim – potrzeba konkretnej informacji, której nie można uzyskać w urzędzie na etapie zakładania lub prowadzenia działalności (44,7%).</p> <p>Z wypowiedzi respondentów FGI również wynika, że w przypadku nieoczekiwanych problemów, nie poszukują oni pomocy w PK KSU.</p>	<p>Najczęstszym powodem korzystania z usług PK KSU jest zapotrzebowanie na informacje w zakresie źródeł finansowania działalności.</p> <p>Korzystanie z PK KSU jest raczej działaniem zaplanowanym i realizowanym w sytuacji:</p> <ul style="list-style-type: none"> • planowanych inwestycji, • rozwoju, • zmiany strategii.

Tabela 18. Odpowiedzi na pytania badawcze

Źródło: Opracowanie własne.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Wniosek z badania – podstawa sformułowania rekomendacji	Rekomendacja	Sposób wdrożenia	Podmiot odpowiedzialny	Odniesienie do pytań badawczych
<p>Respondenci podkreślają znaczenie i potrzebę istnienia PK KSU, świadczących usługi informacyjne i doradcze dla potencjalnych przedsiębiorców i przedsiębiorców. Klienci uważają, że punkty te są potrzebne i spełniają swoją funkcję. Uważają wręcz, że punktów PK KSU jest zbyt mało, powinno być ich więcej, również w mniejszych miejscowościach. Wskazują również na to, że czas przeznaczony na obsługę jest zbyt krótki – na obsługę klienta przewidziano za mało godzin. Z wypowiedzi respondentów wynika, że potrzebują oni od konsultantów pomocy we wszystkich obszarach prowadzenia działalności, począwszy od wypełniania dokumentów, przez znalezienie pomysłów na działalność, po doradztwo marketingowe i prawne.</p> <p>Możliwość skorzystania z usług bezpłatnie lub za niewielką opłatą jest najważniejszym czynnikiem wyboru Punktów Konsultacyjnych KSU. Z badań CAPI wynika, że tylko kilka procent klientów zgodziłoby się na stawki komercyjne za usługi świadczone przez Punkty.</p> <p>Przy braku zmian w standardzie świadczenia usług informacyjnych można przyjąć, że tylko ok. 35% badanych skorzystałoby z nich, gdyby były odpłatne. Co piąty badany nie potrafił udzielić odpowiedzi, a 45% nie skorzystałoby z usług informacyjnych, gdyby były odpłatne.</p>	<p>Rekomendacja 1.</p> <p>Utrzymanie oferty PK KSU świadczenia bezpłatnych usług informacyjnych i dofinansowywanych usług doradczych.</p>	<p>Sieć PK KSU powinna zostać rozszerzona na mniejsze miejscowości, dzięki czemu będzie bardziej dostępna w miejscach, gdzie usługi informacyjne, a w szczególności doradcze, są trudniej osiągalne.</p> <p>Usługi informacyjne PK KSU powinny być świadczone bezpłatnie lub z niewielkim współfinansowaniem (max 10%) ze strony klientów.</p>	<p>PARP</p>	<p>PB 4</p>
<p>W przypadku usług doradczych skłonność do ponoszenia opłat jest nieco większa, niż w przypadku usług informacyjnych.</p> <p>Znaczna część respondentów badań ankietowych (CAPI)</p>	<p>Rekomendacja 2.</p> <p>Wprowadzenie większej partycypacji klientów PK KSU</p>	<p>Zmianie zasad finansowania usług PK KSU powinna (zgodnie z prawami marketingu) towarzyszyć zmiana oferty, uzasadniająca pobieranie opłat za te usługi. Procesowi wprowadzania opłat powinno towarzyszyć</p>	<p>PARP</p>	<p>PB 4</p>

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Wniosek z badania – podstawa sformułowania rekomendacji	Rekomendacja	Sposób wdrożenia	Podmiot odpowiedzialny	Odniesienie do pytań badawczych
<p>wskazała, iż jest skłonna do ponoszenia opłat za usługi doradcze świadczone przez PK KSU. Ze stwierdzeniem, iż usługi doradcze: asysta w rozpoczynaniu działalności gospodarczej i asysta w prowadzeniu działalności gospodarczej mogą być świadczone odpłatnie zgodziło się kolejno 19% oraz 27% respondentów CAPI.</p> <p>Uczestnicy wywiadów grupowych (FGI) również wskazali, że są skłonni ponosić wyższe opłaty za usługi doradcze, pod warunkiem że informacja i doradztwo będą dla nich korzystne. Skłonność do partycypowania w kosztach usługi jest więc ściśle uzależniona od opinii klientów na temat jakości pomocy i doradztwa uzyskanych w PK KSU. Klienci podkreślają, że kluczowym czynnikiem są kompetencje osób pracujących w PK KSU. Są skłonni dopłacić, jeśli w ten sposób otrzymają więcej rzetelnych informacji. Klienci podkreślają także, że po wyczerpaniu przyznanych im ustawowo godzin usług doradczych, mogą – w przypadku potrzeby dalszej konsultacji – ponosić koszty takiego doradztwa.</p> <p>Wnioski z badań pozwalają przyjąć, iż 45,7% respondentów mogłoby ponosić opłaty za usługi doradcze świadczone w takim standardzie jak obecnie.</p> <p>Klienci PK KSU uważają, że większe dofinansowanie ze środków publicznych powinno dotyczyć usług o charakterze informacji lub jednorazowej porady, mniejsze zaś (a tym samym większa partycypacja klienta w kosztach) – usług, które wiążą się z opieką, czy asystowaniem klientowi w dłuższym okresie. To doskonała podstawa do zwiększenia partycypacji</p>	<p>w kosztach świadczenia usług doradczych.</p>	<p>doskonalenie usług, w szczególności ukierunkowane na potrzeby klientów PK KSU i jakość uzyskiwanej przez nich pomocy.</p> <p>Kształtowanie cennika opłat za usługi powinno uwzględniać wynikającą z badań prawidłowość: im bardziej zaawansowana, profesjonalna usługa, tym wyższy może być poziom partycypacji klientów w jej kosztach.</p> <p>Jednym ze sposobów wprowadzenia płatności za usługi PK KSU mogłoby być zaoferowanie klientom możliwości dokupienia kolejnych godzin usług doradczych (np. po wyczerpaniu puli 20 godzin).</p>		

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Wniosek z badania – podstawa sformułowania rekomendacji	Rekomendacja	Sposób wdrożenia	Podmiot odpowiedzialny	Odniesienie do pytań badawczych
<p>klientów PK KSU w kosztach usług doradczych.</p>				
<p>Z badań, zarówno ilościowych (CAPI), jak i jakościowych (FGI), wynika konieczność rozwoju oferty PK KSU. Wypowiedzi respondentów pozwalają wnioskować, że pozyskiwane przez przedsiębiorców informacje bywają zbyt ogólne. Ponadto inne opinie wskazywały na brak w ofercie niektórych usług, jak np. informacji na temat badania rynku.</p> <p>Z badań wynika, że istnieje potrzeba rozwoju usług doradczych PK KSU w następujących kierunkach:</p> <ul style="list-style-type: none"> • pomoc prawna, np. oferta dla spółek – podmiotów prawa handlowego; • pomoc księgowo-finansowa; • pomoc w zakresie badań i analiz rynku; • pomoc marketingowa – pozyskiwanie klientów, nowych rynków zbytu; • internacjonalizacja firm i eksportu; • pomoc w obszarze innowacyjnego rozwoju; • ochrona własności intelektualnej i prawa patentowe. <p>Warto również wziąć pod uwagę coraz wyższy stopień cyfryzacji społeczeństwa, który stwarza możliwości pozyskiwania wielu podstawowych informacji z Internetu. W tej sytuacji rozwiązaniem, które mogłoby odpowiedzieć na potrzeby klientów związane z możliwością szybkiego pozyskania konkretnej informacji, byłoby stworzenie przeglądarek internetowych PK KSU.</p>	<p>Rekomendacja 3.</p> <p>Modyfikacja zakresu oferowanych usług pod kątem pogłębienia obecnej oferty i rozszerzenia jej o nowe elementy.</p>	<p>Rozwój usług PK KSU powinien dotyczyć rozszerzenia oferty: wdrażania nowych usług oraz rozszerzania zakresu już oferowanych.</p> <p>Rozwój usług powinien opierać się na monitorowaniu potrzeb klientów w poszczególnych regionach i Punktach (zapotrzebowanie lokalne i centralne).</p> <p>Oferta PK KSU powinna podlegać modyfikacjom, wynikającym ze zmieniającej się sytuacji rynkowej.</p>	<p>PARP</p>	<p>PB 5, PB 8, PB 11, PB 13</p>

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Wniosek z badania – podstawa sformułowania rekomendacji	Rekomendacja	Sposób wdrożenia	Podmiot odpowiedzialny	Odniesienie do pytań badawczych
<p>Uczestnicy wywiadów grupowych wskazywali na konieczność szerszego zastosowania Internetu w procesie świadczenia usług informacyjnych i doradczych. W epoce cyfryzacji, gdy wiele informacji można uzyskać za pomocą Internetu, rośnie zapotrzebowanie klientów PK KSU na korzystanie z bezpiecznej i aktualnej wyszukiwarki.</p> <p>Klienci wskazywali na następujące potencjalne informacje, jakie mogliby pozyskiwać z PK KSU lub za pośrednictwem wyszukiwarek internetowych: informacje o przetargach, informacje o potencjalnych kontrahentach, dostęp do bazy szkoleń i kursów, dostęp do usługodawców, świadczących usługi dla małych i średnich firm – jak firmy księgowe, agencje reklamowe, firmy badań rynku.</p>	<p>Rekomendacja 4.</p> <p>Punkty Konsultacyjne KSU powinny stanowić „informatorium” dla klientów.</p>	<p>Rozwinięcie zakresu informacji dostępnych dla klientów PK KSU za pośrednictwem wyszukiwarek internetowych, po zalogowaniu.</p> <p>Wyszukiwarki powinny być zarządzane z poziomu centralnego oraz lokalnego (w ustalonym zakresie).</p> <p>Ważnym obszarem informacji dostępnych dla klientów PK KSU powinny być też dane o ofercie IOB w regionie, działalności jednostek badawczo-rozwojowych, aktywności katedr na uczelniach i naukowców.</p>	<p>PARP, PK KSU, IOB w regionach, JST</p>	<p>PB 5, PB 11</p>
<p>Z badań ankietowych (CAPI) oraz wypowiedzi uczestników wywiadów grupowych (FGI) wyraźnie wynika, że idea „bonu dla przedsiębiorców” jest mało znana i niezrozumiała dla klientów.</p> <p>Idea „bonu dla przedsiębiorców” zakłada, że przedsiębiorcy oczekują samodzielnego podejmowania decyzji w kwestii wyboru firm, instytucji świadczących usługi informacyjne oraz konsultantów. Niestety, jak pokazują badania, klienci wcale nie oczekują takiego rozwiązania. Po pierwsze jest ono dla nich nieznanie – tylko niecałe 10% klientów PK KSU słyszało o „bonie dla przedsiębiorców”. Po drugie, co jest znacznie ważniejsze, klienci obawiają się, że wybór doradcy na rynku zająłby im bardzo dużo czasu, nie umieliby ocenić jego kwalifikacji i w efekcie popełnialiby wiele,</p>	<p>Rekomendacja 5.</p> <p>Rezygnacja z wprowadzania „bonu dla przedsiębiorców” i utrzymanie dotychczasowego modelu wyboru usługodawców.</p>	<p>Utrzymanie dotychczasowego modelu wyboru usługodawców.</p> <p>Aby wesprzeć funkcjonowanie obecnego modelu wyboru usługodawców, sugeruje się budowanie zaufania do PK KSU, nie przez podkreślanie ich wyboru i nadzoru przez agencję rządową (co jak wskazują badania nie ma dla klientów istotnego znaczenia, a nawet budzi negatywne skojarzenia), ale przez akcentowanie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • publicznego charakteru instytucji, • kwalifikacji konsultantów, • działania PK FSU w ogólnopolskiej sieci, • jednolitych standardów świadczenia usług. 	<p>PARP</p>	<p>PB 2, PB 3</p>

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Wniosek z badania – podstawa sformułowania rekomendacji	Rekomendacja	Sposób wdrożenia	Podmiot odpowiedzialny	Odniesienie do pytań badawczych
<p>prawdopodobnie kosztownych błędów.</p> <p>Ze względu na to, że immanentną cechą usług, w tym doradczych, jest tzw. asymetria wiedzy między usługodawcą a usługobiorcą, co oznacza, iż wiedza usługobiorcy jest zbyt mała do prawidłowej identyfikacji swoich potrzeb oraz do oceny kwalifikacji usługodawcy, konieczne jest wspomaganie przedsiębiorców w wyborze punktów świadczących usługi informacyjne i doradcze.</p> <p>W kontekście przeprowadzonych badań wydaje się, że „bon dla przedsiębiorców” nie jest rozwiązaniem pożądanym przez klientów PK KSU. Respondenci nie widzieli dla siebie korzyści z tego rozwiązania.</p>				
<p>W trakcie badań klienci przedstawiali propozycje usprawnień procesu świadczenia usług w PK KSU.</p> <p>Większość respondentów badań ankietowych wskazywała na konieczność wdrożenia modelu obsługi, polegającego na tym, że klient (potencjalny przedsiębiorca lub przedsiębiorca) jest obsługiwany zawsze przez jednego, tego samego doradcę – opiekuna klienta. Doradca ten odpowiada na wszystkie zgłoszone przez przedsiębiorcę pytania i szuka rozwiązań. Wątek ten doprecyzowali i rozwinęli uczestnicy wywiadów grupowych, twierdząc że zasadniczą rolą koordynatora powinno być ukierunkowanie klienta na właściwe usługi oraz kierowanie do odpowiednich osób. Rola ta porównywana była bardzo często do roli, jaką pełni account manager w agencjach reklamowych. Wskazywanie przez klientów tego, że chcą być</p>	<p>Rekomendacja 6.</p> <p>Przetestowanie wdrożenia nowego modelu obsługi klientów w PK KSU, w którym: klient (potencjalny przedsiębiorca lub przedsiębiorca) jest obsługiwany zawsze przez jednego, tego samego doradcę - opiekuna klienta. Doradca ten odpowiada na wszystkie zgłoszone</p>	<p>Realizacja rekomendacji powinna polegać na:</p> <ul style="list-style-type: none"> • utworzeniu w PK KSU stanowiska osoby do tzw. pierwszego kontaktu z klientem. Osoba taka przeprowadzałaby wstępny wywiad z klientem (np. na podstawie ankiety) na temat jego potrzeb i oczekiwań, a następnie umawiałaby go na spotkania i kontaktowała z innymi specjalistami; • osoba pierwszego kontaktu z klientem mogłaby być jego opiekunem i przez pełnienie obowiązków, takich jak np. identyfikacja potrzeb, wypełnianie formalności, przyczyniać się do zwiększania czasu na obsługę klienta 	<p>PARP</p>	<p>PB 2, PB 1, PB 11, PB 12</p>

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Wniosek z badania – podstawa sformułowania rekomendacji	Rekomendacja	Sposób wdrożenia	Podmiot odpowiedzialny	Odniesienie do pytań badawczych
<p>obsługiwani przez jedną osobę, nie oznacza w istocie, że liczą oni na to, iż ta osoba rozwiąże wszystkie ich problemy. Rozwiązywanie wszystkich problemów przez jedną osobę nie budzi ich zaufania, ponieważ nie wierzą oni w multikompetencje jakichkolwiek doradców, w tym konsultantów PK KSU. Klientom zależy na tym, aby obsługiwali ich specjaliści. Warto również podkreślić, że respondenci są zgodni co do tego, iż preferują korzystanie z usług wybranych usługodawców.</p>	<p>przez przedsiębiorcę pytania i szuka rozwiązań.</p>	<p>przez specjalistę</p> <ul style="list-style-type: none"> weryfikacji adekwatności ankiet diagnozujących potrzeby klientów. 		
<p>Kwalifikacje to podstawowy czynnik wyboru przez klientów punktów świadczących usługi informacyjne. Kwalifikacje są również podstawą oceny zarówno samych pracowników i poszczególnych PK KSU, jak i całej ich sieci. Nie ma w tym nic zaskakującego, ponieważ zawsze podstawą tworzenia wizerunku usług tzw. profesjonalnych są sami profesjonalści, ich wiedza i umiejętności. Wyniki badań pokazują z jednej strony dość dobrą ocenę kwalifikacji konsultantów, a z drugiej dalsze oczekiwania w tym zakresie. Z przeprowadzonych badań wynika, że klienci PK KSU to osoby wykształcone, często mające doświadczenie zawodowe, w pracy na etacie lub w prowadzeniu działalności. Posiadają oni dużą wiedzę własną, a od konsultantów oczekują wiedzy specjalistycznej, pogłębionej.</p>	<p>Rekomendacja 7.</p> <p>Doskonalenie wiedzy i kwalifikacji pracowników konsultantów w PK KSU.</p>	<p>W PK KSU powinno dążyć się do pogłębiania wiedzy konsultantów w dziedzinach:</p> <ul style="list-style-type: none"> prawo, finanse, rynek i marketing, zarządzanie zasobami ludzkimi, sieciowanie przedsiębiorstw i podmiotów, fundusze publiczne, w tym UE. <p>Wiedza konsultantów powinna być systematycznie uzupełniania w trakcie szkoleń i warsztatów. Warto zatem przykładać szczególną wagę do kontynuowania planów szkoleniowych w PK KSU.</p> <p>Konsultanci powinni również dzielić się wiedzą między sobą. Warto w tym zakresie pomyśleć o wdrożeniu metod transferu wiedzy w organizacjach, jakimi są poszczególne PK KSU.</p> <p>Konsultanci PK KSU powinni się wykazywać nie</p>	<p>PK KSU, PARP</p>	<p>PB 5, PB 6, PB 8</p>

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Wniosek z badania – podstawa sformułowania rekomendacji	Rekomendacja	Sposób wdrożenia	Podmiot odpowiedzialny	Odniesienie do pytań badawczych
		tylko ogólną wiedzą, ale również mieć doświadczenie w prowadzeniu działalności gospodarczej. Powinni rozumieć przedsiębiorców i ich codzienne problemy. Większość opinii na temat PK KSU koncentruje się na tym właśnie aspekcie.		
<p>W trakcie wywiadów grupowych (FGI) zasugerowano, że PK KSU powinny jasno komunikować, jaki zakres usług świadczą oraz, co podkreślano, dla jakich grup przedsiębiorców (potencjalnych przedsiębiorców).</p> <p>Ponadto analiza danych uzyskanych z systemu informatycznego Krajowego Systemu Usług pokazuje, iż istnieje wyraźne zróżnicowanie potrzeb i zainteresowań klientów modułami oferty PK KSU, w zależności od typu, jaki reprezentują.</p> <p>Wydaje się, że w miarę rozwoju w społeczeństwie wiedzy na temat zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej oraz upraszczania przepisów w tym zakresie (tzw. Jedno okienko), formuła „wszystko dla wszystkich” będzie się mocno rozmięła z potrzebami klientów.</p>	<p>Rekomendacja 8.</p> <p>Specjalizacja i ukierunkowanie działań PK KSU na grupy docelowe, które zostałyby zidentyfikowane w kolejnych badaniach.</p>	<p>Realizacja tej rekomendacji będzie wymagała zdefiniowania grup docelowych klientów, na których obsłudze będzie się koncentrowała oferta PK KSU.</p> <p>Realizacja tej rekomendacji jest powiązana z sugestią pogłębiania i rozszerzania usług PK KSU.</p>	<p>PARP</p>	<p>PB 1, PB 8</p>
<p>Podstawą dobrego wizerunku jest dobra promocja. Jak wynika z badań FGI oraz CAPI, konieczne jest doskonalenie działań w tym zakresie, ponieważ rozpoznawalność KSU i wiedza na temat działalności sieci jest niewielka.</p> <p>Na podstawie wyników badań CAPI stwierdzono, że najczęściej wskazywanym źródłem informacji na temat PK KSU jest Internet (46,4% wskazań: strony skierowane</p>	<p>Rekomendacja 9.</p> <p>Budowanie wizerunku i rozpoznawalności PK KSU, jako miejsc budzących zaufanie klientów.</p>	<p>Przedsiębiorcy powinni być świadomi istnienia oferty usług informacyjnych i doradczych świadczonych przez PK KSU.</p> <p>Drogą do realizacji tego celu jest budowanie rozpoznawalności PK KSU w Polsce, przez wykorzystanie zróżnicowanych narzędzi promocyjnych, zarówno na poziomie PARP, jak i pojedynczych Punktów Konsultacyjnych.</p>	<p>PARP, JST, inne IOB w regionach</p>	<p>PB 9</p>

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Wniosek z badania – podstawa sformułowania rekomendacji	Rekomendacja	Sposób wdrożenia	Podmiot odpowiedzialny	Odniesienie do pytań badawczych
<p>do biznesu – 25,3%, strona internetowa PARP – 21,1%), rodzina i znajomi klienta (36% wskazań) oraz inni przedsiębiorcy (20,6%).</p> <p>Brak wiedzy na temat funkcjonowania sieci PK KSU w momencie rozpoczęcia działalności lub wystąpienia potrzeby doradztwa w prowadzeniu firmy podkreślali również uczestnicy wywiadów grupowych (FGI).</p> <p>Postawą budowania wizerunku jest określenie głównych cech, korzyści i wartości, z jakimi mają się kojarzyć Punkty Konsultacyjne. W trakcie prowadzonych badań testowano znaczenie, jakie mają dla klientów wartości, takie jak: nadzorowanie PK KSU przez agencję rządową, standaryzacja procedur obsługi klientów czy wybieranie PK KSU w drodze konkursów prowadzonych przez agencję rządową. Wyniki badań pokazały, że prezentowane wartości nie mają istotnego znaczenia dla klientów korzystających z PK KSU, nie są czynnikiem wyboru firm informacyjnych i doradczych. Można zatem uznać, że jest to słaba podstawa budowania wizerunku.</p>		<p>Rozpoznawalność PK KSU jest istotna również z punktu widzenia świadczenia usług w sytuacji większej partycypacji klientów w kosztach.</p> <p>Wizerunek PK KSU powinien być wspomagany przez inne Instytucje Otoczenia Biznesu (IOB) w regionach, na zasadach wzajemnego wspierania się w sieci.</p> <p>Sugeruje się wykorzystanie w tym celu kanałów komunikacji wskazywanych w trakcie badań przez klientów PK KSU:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) kanały komunikacji internetowej (przedsiębiorcy podkreślali, że wiele informacji, np. od biur podatkowych, banków, otrzymują mailem zaraz po rejestracji działalności); 2) tablice informacyjne w urzędach gmin, przy wydziałach zakładania działalności gospodarczej – nawiązanie przez PK KSU kontaktów i promowanie usług w tych właśnie miejscach; 3) tradycyjna poczta – respondenci wskazywali, że zaraz po rejestracji działalności gospodarczej otrzymują tą drogą wiele informacji; 4) biura karier na uczelniach, w przypadku uczniów, studentów planujących założenie działalności; 5) urzędy pracy w przypadku osób 		

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Wniosek z badania – podstawa sformułowania rekomendacji	Rekomendacja	Sposób wdrożenia	Podmiot odpowiedzialny	Odniesienie do pytań badawczych
		<p>bezrobotnych planujących założenie działalności.</p> <p>Ważny jest nie tylko kanał komunikacji, ale również czas, w jakim ta informacja dociera do klienta. Najbardziej efektywnym czasem jest moment wystąpienia potrzeby, a więc podjęcie decyzji o zakładaniu działalności gospodarczej.</p> <p>Komunikacja PK KSU z potencjalnymi klientami powinna być budowana w oparciu o takie kluczowe dla klientów wartości jak:</p> <ul style="list-style-type: none"> • doświadczenie i kwalifikacje personelu – bardzo ważne ze względu na świadczenie tzw. usług profesjonalnych (doradczych, prawnych, zarządczych), dobra promocja może również uwiarygodnić Punkty Konsultacyjne; • bezpieczeństwo korzystania z oferowanych usług, duże z uwagi na fakt, że jest to jednostka publiczna; • zaufanie do placówki ze względu na to, że jest to jednostka publiczna. 		
<p>W pytaniach dotyczących doskonalenia procedur świadczenia usług, w badaniu ankietowym (CAPI) klienci wskazywali na konieczność zwiększenia efektywności obsługi przez:</p> <ul style="list-style-type: none"> • skrócenie czasu obsługi, • skrócenie czasu oczekiwania na usługę, 	<p>Rekomendacja 10.</p> <p>Świadczenie usług w PK KSU powinno w szerszym zakresie wykorzystywać komunikację przez</p>	<p>Doskonalenie procedur świadczenia usług PK KSU powinno odbywać się w warunkach szerszego niż dotychczas wykorzystania Internetu.</p> <p>Konieczne jest opracowanie i wdrożenie zaleceń, dotyczących zarówno rodzajów usług,</p>	<p>PARP, PK KSU</p>	<p>PB 5, PB 6, PB 9</p>

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Wniosek z badania – podstawa sformułowania rekomendacji	Rekomendacja	Sposób wdrożenia	Podmiot odpowiedzialny	Odniesienie do pytań badawczych
<ul style="list-style-type: none"> wprowadzenie elastycznych godzin pracy konsultantów, dostosowanie czasu pracy PK KSU do potrzeb klientów. <p>Jak podkreślali uczestnicy badań FGI, można to osiągnąć przez szersze oferowanie usług za pośrednictwem Internetu czy telefonu. Zaletą takich kanałów komunikacji z klientami jest zmniejszenie kosztów i oszczędność czasu. Uczestnicy wywiadów podkreślali pośrednie korzyści, jakie wynikają z szerszego zastosowania Internetu jako kanału obsługi:</p> <ul style="list-style-type: none"> oszczędność czasu na dojazdach, wynikająca między innymi ze znalezienia miejsca parkingowego, skrócenie czasu oczekiwania w punkcie na pozyskanie przez konsultanta informacji niezbędnych do rozwiązania problemu z jakim przyszedł klient. 	<p>Internet oraz telefon.</p>	<p>jak i etapów procesu obsługi klientów, możliwych do efektywnego świadczenia za pośrednictwem Internetu.</p> <p>Konieczne jest opracowanie procedur świadczenia usług PK KSU przez konsultantów za pośrednictwem Internetu, w tym zachowanie procedur jakości i bezpieczeństwa.</p> <p>Należy opracować informacje przekazywane klientom w PK KSU (np. dotyczące zakładania działalności) w formie procedur, schematów, kroków postępowania oraz udostępnić je na stronach internetowych PK KSU lub PARP. Działanie takie sugerowane jest w celu zmniejszenia kosztów funkcjonowania PK KSU oraz oszczędności czasu konsultantów na przekazywanie prostych i ogólnych informacji klientom.</p> <p>Po przeglądzie informacji ogólnych na stronach internetowych klient udawałaby się do PK KSU w celu uzupełnienia wiedzy, pozyskania szerszej wiedzy w jakimś obszarze i bardziej konkretnych informacji.</p>		

Tabela 19. Najważniejsze wnioski i rekomendacje z przeprowadzonych badań

Źródło: Opracowanie własne.

9. Załącznik: kwestionariusz CAPI

KONTROLA BAZY

S1. Ankieter: Zaznacz województwo, w którym odbywa się wywiad

- | | |
|---------------------------|----------------------|
| 2. Dolnośląskie | → sprawdzić z kwotą! |
| 4. Kujawsko – pomorskie | → sprawdzić z kwotą! |
| 6. Lubelskie | → sprawdzić z kwotą! |
| 8. Lubuskie | → sprawdzić z kwotą! |
| 10. Łódzkie | → sprawdzić z kwotą! |
| 12. Małopolskie | → sprawdzić z kwotą! |
| 14. Mazowieckie | → sprawdzić z kwotą! |
| 16. Opolskie | → sprawdzić z kwotą! |
| 18. Podkarpackie | → sprawdzić z kwotą! |
| 20. Podlaskie | → sprawdzić z kwotą! |
| 22. Pomorskie | → sprawdzić z kwotą! |
| 24. Śląskie | → sprawdzić z kwotą! |
| 26. Świętokrzyskie | → sprawdzić z kwotą! |
| 28. Warmińsko – mazurskie | → sprawdzić z kwotą! |
| 30. Wielkopolskie | → sprawdzić z kwotą! |
| 32. Zachodniopomorskie | → sprawdzić z kwotą! |

INFORMACJE DLA ANKIETERA

1. Z usług korzystają zarówno osoby nieprowadzące jeszcze działalności, jak i osoby prowadzące działalność, stąd też mówimy o klientach Punktów Konsultacyjnych KSU, a nie o przedsiębiorcach.
2. Precyzyjnie posługujemy się słowami: „informacje” – zarezerwowanym dla usług informacyjnych oraz „doradztwo” zarezerwowanym dla usług doradczych. W ankiecie używa się słowa „pomoc”, które może być używane do obu typów usług. Zaleca się nie wprowadzanie innych określeń, jak np. konsultacja itp.
3. Proszę przypomnieć klientowi zakres usług informacyjnych i doradczych – treść informacji poniżej.
4. Będziemy mieli do czynienia z sytuacją, w której klient nie będzie pewien, z której usługi skorzystał, czy była to usługa informacyjna czy doradcza. Zapoznanie klienta z zakresem usług jest zatem konieczne. Rozpoznanie prawdopodobnie będzie przebiegało po dwóch aspektach: (1) odpłatności za usługę, (2) momentu skorzystania – przed rozpoczęciem działalności czy w trakcie.

S2. Ankieter: Zaznacz typ usługi/usług (z bazy), z których korzystał respondent. **Zaznacz tylko jedną odpowiedź!** Jeśli w S2 zaznaczone obydwie kody – w **pierwszej** kolejności kwalifikujemy respondenta jako osobę korzystającą z **usługi doradczej**, dopiero po wyczerpaniu się tej kwoty kwalifikujemy respondenta jako osobę korzystającą z **usługi informacyjnej**. Tym samym odpowiedzi na poniższe pytania dotyczą albo usługi doradczej albo informacyjnej, nigdy łącznie obu.

- | | |
|------------------------|----------------------|
| 1. usługa doradcza | → sprawdzić z kwotą! |
| 2. usługa informacyjna | → sprawdzić z kwotą! |

INFORMACJE DLA RESPONDENTA (ANKIETER: odczytać zawsze, nie zdawać się na to, że klient mówi, że wie. W razie, gdy klient będzie się niecierpliwił, proszę powiedzieć: Proszę wybaczyć, ale musimy mieć pewność, że klienci absolutnie jednoznacznie identyfikują usługi).

<p>Usługi informacyjne</p>	<p>Udzielane są bezpłatnie. Usługa informacyjna odpowiada na potrzeby związane z prowadzeniem działalności gospodarczej i obejmuje informacje na temat np.: administracyjno-prawnych aspektów prowadzenia działalności gospodarczej, prawo ochrony konkurencji, ochrony własności intelektualnej, systemów jakości ISO 9001 i HACCP, możliwość uzyskania finansowania działalności z różnych źródeł, podstawowych informacji nt. usług specjalistycznych KSU</p>
<p>Usługi informacyjne opieka nad Klientem (krótka lub długa)</p>	<p>Udzielane są bezpłatnie. W ramach usługi informacyjnej opieka nad klientem klienci mogą otrzymać informacje, jak i od kogo uzyskać specjalistyczną usługę, tj.: porady w obszarze transferu technologii, finansowanie zwrotne etc. Konsultanci KSU pomogą także w zaaranżowaniu spotkania z usługodawcą specjalistycznym oraz będą prowadzić dalszy monitoring losów klienta.</p>
<p>Usługi doradcze - asysta w rozpoczynaniu działalności gospodarczej</p>	<p>Udzielane są odpłatnie. Zakres usługi doradczej asysta w rozpoczynaniu działalności gospodarczej obejmuje między innymi: wstępną diagnozę potrzeb klienta, konsultację nt. profilu planowanej działalności, analizę SWOT planowanej działalności, analizę form i źródeł finansowania działalności, pomoc w przygotowaniu biznesplanu, pomoc w przygotowaniu dokumentów niezbędnych do rejestracji działalności gospodarczej itp.</p>
<p>Usługi doradcze - asysta w prowadzeniu działalności gospodarczej</p>	<p>Udzielane są odpłatnie. Zakres usługi doradczej asysta w prowadzeniu działalności gospodarczej obejmuje: diagnozę spełniania wymogów formalno-prawnych dotyczących prowadzenia działalności gospodarczej, doradztwo w marketingu przedsiębiorstwa, doradztwo w organizacji przedsiębiorstwa, doradztwo w obszarze finansów przedsiębiorstwa.</p>

S2A. Z jakich usług korzystała Pana(i) firma?

ANK. *Możliwość wielu odpowiedzi.*

1. usługi informacyjne
 2. usługi informacyjne opieka nad Klientem (krótka)
 3. usługi informacyjne opieka nad Klientem (długa)
 4. usługi doradcze - asysta w rozpoczynaniu działalności gospodarczej
 5. usługi doradcze - asysta w prowadzeniu działalności gospodarczej
97. *nie korzystałem z żadnej → zadaj pytania od S3 do S7 oraz od M I do M II. 6 i zakończ wywiad*

S3. Ankieter: Zaznacz (z próby) typ klienta.

1. typ B (osoba bezrobotna) → **sprawdzić z kwotą!**
2. typ N (student / uczeń) → **sprawdzić z kwotą!**
3. typ P (przedsiębiorstwo) → **sprawdzić z kwotą!**
4. typ S (samozatrudniony) → **sprawdzić z kwotą!**
5. typ Z (osoba zatrudniona w przedsiębiorstwie) → **sprawdzić z kwotą!**

S4. Wpisz nr respondenta z bazy:

S5. Data przeprowadzenia wywiadu: __ (dzień) __ (miesiąc) ____ (rok)

S6. Godzina rozpoczęcia wywiadu: __: __

S7. Godzina zakończenia wywiadu: __: __

KWESTIONARIUSZ REKRUTACYJNY

ANKIETER:

Jeżeli rozmawiamy z firmą: poproś o skierowanie do osoby najlepiej zorientowanej w tematyce usług PK KSU. **ODNOTUJ NAZWISKO** osoby, z którą zostanie przeprowadzone badanie.

Jeżeli nawiązano rozmowę z osobą fizyczną nie prowadzącą działalności gospodarczej: to istnieje konieczność rozmowy tylko z tą osobą. Nie rozmawiamy z nikim innym w zastępstwie.

Szanowna Pani!

Szanowny Panie!

Nazywam się (imię nazwisko Ankietera) i jestem ankieterem firmy Quality Watch. Aktualnie na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) przeprowadzamy badanie opinii klientów (tj. potencjalnych przedsiębiorców i przedsiębiorców) usług informacyjnych i doradczych świadczonych przez Punkty Konsultacyjne Krajowego Systemu Usług (KSU). Z informacji jakie uzyskaliśmy z PARP wynika, iż korzystała Pani/Pan z przynajmniej jednej z tych usług.

ANKIETER: jeżeli klient potwierdza, że korzystał z usługi – KONTYNUUJ, jeżeli nie – UPEWNIJ SIĘ, że dodzwoniono się do właściwej osoby., **PODAJ** zakres usługi informacyjnej i doradczej, w celu przypomnienia. Jeśli nadal rozmówca będzie twierdził, że usługa nie była wykonana – **ODNOTUJ** to w bazie i **ZAKOŃCZ**. Jeśli w trakcie rozmowy okaże się, że firma wymieniona w bazie już nie istnieje – **ODNOTUJ** to w bazie.

Badanie ma na celu ocenę modeli / sposobów świadczenia usług, satysfakcji klientów z otrzymanej usługi oraz ocenę korzyści jakie przyniosło Pani/ Panu skorzystanie z usługi. Wyniki badania będą podstawą kształtowania programów wspierających przedsiębiorstwa w zakresie usług informacyjnych i doradczych świadczonych przez punkty PK KSU w przyszłości.

W związku z powyższym chciałbym się z Panem/Panią umówić na bezpośrednie spotkanie, celem przeprowadzenia anonimowej ankiety dotyczącej wskazanych zagadnień. Spotkanie trwałoby około 30 minut. Zapewniamy, że wszystkie uzyskane odpowiedzi mają charakter anonimowy i zostaną przedstawione wyłącznie w formie zbiorczych zestawień.

(ANKIETER: UMÓW się na spotkanie w celu przeprowadzenia ankiety i **PODZIĘKUJ** za rozmowę.)

KWESTIONARIUSZ ZASADNICZY

I. Zachowania klientów w procesie wyboru usług

P1. Co skłoniło Panią/ Pana do podjęcia decyzji o skorzystaniu z Punktów Konsultacyjnych KSU?

ANKETER: **POKAŻ KARTĘ A**

	Zdecydowanie tak	Raczej tak	Raczej nie	Zdecydowanie nie	Trudno powiedzieć (NIE ODCZYTYWAĆ)
P1.1. Plany/potrzeba założenia działalności gospodarczej i pozyskania informacji co do warunków	4	3	2	1	97
P1.2. Potrzeba konkretnej informacji, której nie można uzyskać w urzędzie na temat zakładania lub prowadzenia działalności	4	3	2	1	97
P1.3. Potrzeba uzyskania pomocy, gdy w prowadzonej firmie zdarzy się jakikolwiek problem	4	3	2	1	97
P1.4. Potrzeba uzyskania pomocy, w sprawach związanych z rozwojem firmy, np. inwestycje technologiczne, ekspansja na nowe rynki, zmiany organizacyjne i chciałabym/ chciałbym uzyskać opinię, poradę	4	3	2	1	97
P1.5. Potrzeba uzyskania pomocy na temat źródeł finansowania rozwoju działalności	4	3	2	1	97
P1.6. Inne, jakie (ANKIETER: <i>wypytać jakie</i>)	4	3	2	1	97

P2. Które z poniższych aspektów mają dla Pani/ Pana największe znaczenie przy podejmowaniu decyzji o wyborze punktu, ośrodka wsparcia biznesu świadczącego usługi informacyjne/ doradztwa? ANKIETER: MOŻLIWOŚĆ WYBORU MAKSYMALNIE TRZECH ODPOWIEDZI. ROTACJA STWIERDZEŃ. ANKIETER: **POKAŻ KARTĘ P2.**

1. Możliwość skorzystania z usług bezpłatnie
2. Lokalizacja punktu informacji/ doradztwa
3. Renoma ośrodka, opinie o nim, np. to, że jest znany w regionie
4. Atmosfera w miejscu spotkań z Klientami
5. Określenie standardu świadczenia usług
6. Wiedza i umiejętności konsultantów, których kwalifikacje są weryfikowane przez agencję rządową
7. Szybkość uzyskiwania pomocy
96. Inne, zapisz jakie:

P3. Proszę ocenić znaczenie jakie mają dla Pani/ Pana następujące czynniki w procesie wyboru punktu, ośrodka wsparcia biznesu świadczącego usługi. ANKIETER: POKAŻ KARTĘ B.

	Bardzo ważne	Raczej ważne	Raczej nieważne	Zupełnie nieważne	Trudno powiedzieć (NIE ODCZYTYWAĆ)
P3.1. Posiadaniem przez ośrodek certyfikatów jakości (ISO), referencji co do wykonywanych usług, renomy ośrodka	4	3	2	1	97
P3.2. Faktem, że usługi te są świadczone według standardów określonych przez agencję rządową, jednolitych dla wszystkich Punktów Konsultacyjnych KSU. (ANKIETER: Usługi świadczone przez Punkty Konsultacyjne Krajowego Systemu Usług (w skrócie PK KSU) są realizowane według standardów określonych przez agencję rządową. Punkty Konsultacyjne są wybierane przez tę agencję w drodze konkursu. Agencja monitoruje także jakość usług świadczonych przez PK KSU.)	4	3	2	1	97
P3.3. Faktem, że usługi realizowane przez PK KSU są świadczone przez usługodawców, którzy są wybierani w konkursie przeprowadzonym przez agencję rządową	4	3	2	1	97
P3.4. Faktem, iż usługi są świadczone przez konsultantów, których kwalifikacje są uzupełniane i monitorowane przez agencję rządową	4	3	2	1	97
P3.5. Faktem, iż część usług w PK KSU świadczonych jest nieodpłatnie	4	3	2	1	97

P4. Czy zwróciła Pani/ Pan uwagę na fakt, iż usługi świadczone przez Punkt Konsultacyjny KSU, z usług którego Pani/ Pan korzystała/ korzystał mają jednolity standard obsługi (zawsze ta sama procedura i jej przebieg)?

1. Tak
2. Nie

P5. Czy gdyby usługi informacyjne, jak np. opieka nad klientem, punktów KSU były świadczone odpłatnie, to korzystałaby Pani/Pan z nich w takim samym stopniu jak obecnie? (ANKIETER: Pytanie kierować tylko do respondentów korzystających z usług informacyjnych)

1. Zdecydowanie tak
1. Raczej tak
2. Raczej nie
3. Zdecydowanie nie

97. Trudno powiedzieć (NIE ODCZYTUJ)

P5.1. Dlaczego nie?

.....

.....

.....

P5.2. Dlaczego tak?

.....
.....
.....

P6. Jaką kwotę byłaby/byłby Pani/Pan skłonna/skłonny zapłacić za skorzystanie z usługi, o której rozmawiamy? (ANKIETER: wskazać respondentowi, iż chodzi o usługę, z której skorzystał, a nie w ogóle o usługi informacyjne)

P7. Które z następujących usług świadczonych przez PK KSU powinny być dofinansowywane ze środków publicznych? ANKIETER: POKAŻ KARTĘ P7.

	Powinny być dofinansowywane - przejdź do pytania 8.	Mogą być częściowo odpłatne – przejdź do pytania 8.	Powinny być świadczone na zasadach komercyjnych - przejdź do pytania 9.	<i>Nie mam zdania (NIE ODCZYTYWAĆ)</i>
P7.1. Usługi informacyjne, np. informacje na temat administracyjno-prawnych aspektów prowadzenia działalności gospodarczej, możliwość uzyskania finansowania działalności z różnych źródeł,	1	2	3	97
P7.2. Usługi informacyjne – opieka nad klientem	1	2	3	97
P7.3. Usługi doradcze – asysta w rozpoczynaniu działalności gospodarczej	1	2	3	97
P7.4. Usługi doradcze – asysta w prowadzeniu działalności gospodarczej	1	2	3	97

P8. Jaka według Pani/Pana powinna być wartość dofinansowania poniższych usług PK KSU ze środków publicznych? ANKIETER: POKAŻ KARTĘ P8.

	Na poziomie do 30%	Na poziomie od 31% do 50%	Na poziomie od 51% do 80%	Na poziomie od 81%	<i>Nie mam zdania (NIE ODCZYTYWAĆ)</i>
P8.1. Usługi informacyjne, np. informacje na temat administracyjno-prawnych aspektów prowadzenia działalności gospodarczej, możliwość uzyskania finansowania działalności z różnych źródeł,	1	2	3	4	97
P8.2. Usługi informacyjne – opieka nad klientem	1	2	3	4	97
P8.3. Usługi doradcze – asysta w rozpoczynaniu działalności	1	2	3	4	97

	Na poziomie do 30%	Na poziomie od 31% do 50%	Na poziomie od 51% do 80%	Na poziomie od 81%	Nie mam zdania (NIE ODCZYTYWAĆ)
gospodarczej					
P8.4. Usługi doradcze – asysta w prowadzeniu działalności gospodarczej	1	2	3	4	97

P9. W jaki sposób/ z jakich źródeł dowiedziała/dowiedział się Pani/Pan o Punktach Konsultacyjnych KSU i ich ofercie?

1. Informacje pozyskane w urzędzie w trakcie rejestracji działalności – bezpośrednio od urzędnika
 2. Ulotki, plakaty informacyjne KSU w urzędzie w trakcie rejestracji działalności
 3. Strony internetowe skierowane do biznesu (np. strony branżowe)
 4. Strona internetowa PARP
 5. Od innych przedsiębiorców
 6. Na kursach i szkoleniach dla przedsiębiorców
 7. Z mediów, (radia, telewizji, prasy)
 8. Rodzina, znajomi
96. Inne, zapisz jakie.....

II. Opinie na temat modeli i formuły świadczenia usług

P10. Usługi Punktów Konsultacyjnych KSU są świadczone według formuły - „Załatw wszystko w jednym miejscu” (tzw. one stop shop). Czy według Pani/ Pana PK KSU faktycznie dają klientom (potencjalnym przedsiębiorcom i przedsiębiorcom) możliwość zaspokojenia wszystkich potrzeb informacyjnych/doradczych w zakresie prowadzenia biznesu w jednym miejscu?

1. Zdecydowanie tak
 2. Raczej tak
 3. Raczej nie
 4. Zdecydowanie nie
97. Trudno powiedzieć (NIE ODCZYTYWAĆ)

P11. Proszę ocenić, czy według Pani/ Pana formuła „Załatw wszystko w jednym miejscu” (tzw. one stop shop) jest: ANKIETER: POKAŻ KARTĘ A.

	Zdecydowanie tak – <i>przejdź do pytania 12</i>	Raczej tak – <i>przejdź do pytania 12</i>	Raczej nie – <i>przejdź do pytania 11.3</i>	Zdecydowanie nie – <i>przejdź do pytania 11.3.</i>	<i>Trudno powiedzieć (NIE ODCZYTYWAĆ) – przejdź do pytania 12</i>
P11.1. Adekwatna do potrzeb Pani/ Pana firmy	4	3	2	1	97
P11.2. Eefektywna (np. pozwala zaoszczędzić czas)	4	3	2	1	97

P11.3. Dlaczego nie?

.....

P12. Które z poniższych korzyści są z Pani/ Pana punktu widzenia najistotniejsze w stosowanej metodzie obsługi - „Załatw wszystko w jednym miejscu”. ANKIETER: POKAŹ KARTĘ B.

	Bardzo ważne	Raczej ważne	Raczej nieważne	Zupełnie nieważne	Trudno powiedzieć (NIE ODCZYTYWAĆ)
P12.1. Skrócenie czasu na szukanie nowych miejsc gdzie można uzyskać informacje	4	3	2	1	97
P12.2. Brak dublowania informacji przez kolejnych konsultantów	4	3	2	1	97
P12.3. Kompleksowe widzenie problemów przedsiębiorcy	4	3	2	1	97
P12.4. Ograniczenie kosztów przedsiębiorcy (dojazdy, parkingi, itp.)	4	3	2	1	97
P12.5. Inne, jakie	4	3	2	1	97

P13. Proszę ocenić, z punktu widzenia swoich preferencji, poniżej zaprezentowane modele/sposoby świadczenia usług w Punktach Konsultacyjnych KSU. Proszę wskazać model, który jest przez Panią/ Pana preferowany. Bez rotacji kafeterii. ANKIETER: POKAŹ KARTĘ P13.

1. Model I. Klient (potencjalny przedsiębiorca lub przedsiębiorca) jest obsługiwany zawsze przez jednego, tego samego doradcę - opiekuna klienta. Doradca ten odpowiada na wszystkie zgłoszone przez klienta pytania i szuka rozwiązań.
2. Model II. Klient (potencjalny przedsiębiorca lub przedsiębiorca) jest obsługiwany przez kilku doradców, z których każdy ma wiedzę w określonym obszarze funkcjonowania firmy i rynku, czyli specjalizuje się w jakimś obszarze działalności.
3. Model III. Klient (potencjalny przedsiębiorca lub przedsiębiorca) jest obsługiwany przez kilku doradców, którym przewodzi jeden z doradców. Doradcy tworzą zespół po kierunku jednego z doradców.

P14. Czy jest według Pani/Pana jakiś inny model/sposób oferowania pomocy potencjalnym przedsiębiorcom i przedsiębiorcom niż kierowanie przedsiębiorców do PK KSU, wybieranych przez agencję rządową w drodze konkursu?

1. Tak – *przejdź do pytania 14.1*
2. Nie wiem, nie znam takiego modelu/ sposobu obsługi – *przejdź do pytania 15*
3. Nie zastanawiam się nad tym, korzystam z tego co jest zaoferowane – *przejdź do pytania 15*

P14.1. Jaki to jest model/ jak to powinno być rozwiązane?

.....

15. Czy słyszała/słyszał Pani/Pan o tzw. „bonie dla przedsiębiorców” na usługę informacyjną/doradczą? (ANKIETER: *nic więcej nie dopowiadamy, żeby nie sugerować*)

1. Tak słyszałam/ słyszałem
2. Nie, nie słyszałam/ nie słyszałem

P16. Idea „bonu dla przedsiębiorcy” polega na tym, że klientowi (potencjalnemu przedsiębiorcy lub przedsiębiorcy) przydzielany jest bon, który może on wykorzystać w wybranej samodzielnie przez siebie instytucji świadczącej usługi informacyjne/doradcze. Tym samym klient sam podejmuje decyzję, gdzie zrealizuje bon i jakie usługi informacyjne lub doradcze za niego wykupi. Czy według Pani/Pana takie rozwiązanie byłoby lepsze niż obecna oferta PK KSU?

1. Zdecydowanie tak
2. Raczej tak

3. Raczej nie
 4. Zdecydowanie nie
97. Trudno powiedzieć (NIE ODCZYTYWAĆ)

III. Zmiany w zakresie świadczonych usług doradczych i informacyjnych

P17. Na jakie pytania nie uzyskała/uzyskał Pani/Pan odpowiedzi w Punktach Konsultacyjnych KSU, a według Pani/Pana powinna/powinien Pani/Pan była/był uzyskać? ANKIETER: kod 98 w przypadku odpowiedzi respondenta: „Nie było takich pytań”.

.....

.....

.....

P18. Proszę ocenić następujące elementy określające sposób organizacji i świadczenia usług przez PK KSU? (ANKIETER: Proszę ocenić podane elementy w skali od 1-5, gdzie 5 oznacza idealnie dopasowane do potrzeb, a 1 zupełnie niedopasowane do potrzeb) (ANKIETER: Respondent ocenia tylko taką usługę z jakiej korzystał). ANKIETER: POKAŻ KARTĘ P18.

Usługa	Zakres merytoryczny, zakres informacji objęty usługą	Kompetencje osoby obsługującej, świadczącej usługę	Miejsce i czas spotkań, w tym atmosfera w trakcie spotkania	Szybkość reakcji ze strony pracowników KSU – czas jaki upływa od zgłoszenia potrzeby do jej realizacji	Dostępność niezbędnych materiałów i urządzeń w punktach KSU, np. ksero, formularze, druki, internet itp.
P8.1. Usługi informacyjne, np. informacje na temat administracyjno-prawnych aspektów prowadzenia działalności gospodarczej, możliwość uzyskania finansowania działalności z różnych źródeł	5-4-3-2-1	5-4-3-2-1	5-4-3-2-1	5-4-3-2-1	5-4-3-2-1
P8.2. Usługi informacyjne – opieka nad klientem	5-4-3-2-1	5-4-3-2-1	5-4-3-2-1	5-4-3-2-1	5-4-3-2-1
P8.3. Usługi doradcze – asysta w rozpoczynaniu działalności gospodarczej	5-4-3-2-1	5-4-3-2-1	5-4-3-2-1	5-4-3-2-1	5-4-3-2-1
P8.4. Usługi doradcze – asysta w prowadzeniu działalności gospodarczej	5-4-3-2-1	5-4-3-2-1	5-4-3-2-1	5-4-3-2-1	5-4-3-2-1

(ANKIETER: poniższe pytanie dotyczy tylko usług doradczych, jednak zadajemy pytanie wszystkim respondentom). Na wstępie przypominamy respondentom jaki jest zakres usług doradczych).

P19. Czy według Pani/Pana zakres usług doradczych świadczonych przez PK KSU powinien być wzbogacony o jakieś dodatkowe elementy, np. dodatkowy zakres doradztwa, dodatkową pomoc ze strony doradców?

1. Tak – **przejdź do pytania 19.1.**
2. Nie - **przejdź do pytania 20**
3. Nie mam zdania - **przejdź do pytania 21**

P20. O jakie elementy należałoby według Pani/Pana wzbogacić następujące usługi doradcze: (ANKIETER: jeśli respondent odpowie na to pytanie przejść do pytania 20.3. Jeśli respondent nie udzieli odpowiedzi na to pytanie proszę przejść do pytania 21)

P20.1. Doradcza - asysta w rozpoczynaniu działalności gospodarczej świadczonej	
P20.2. Doradcza - asysta w prowadzeniu działalności gospodarczej	

P20.3. Dlaczego według Pani/Pana należałoby wzbogacić usługi doradcze o wskazane elementy?

.....

(ANKIETER: poniższe pytanie dotyczy tylko usług doradczych, i kierujemy je tylko do klientów, którzy skorzystali z usług doradczych).

P21. Gdyby to od Pani/Pana zależało, to co by Pani/Pan zmieniła w procedurze świadczenia usług doradczych przez punktu konsultacyjne KSU?

.....

.....

.....

P22. Proszę wskazać, czy jest Pani/Pana firmie potrzebna (w chwili obecnej lub najbliższej przyszłości) któraś z poniżej wymienionych usług?

	Tak	Nie	Trudno powiedzieć (NIE ODCZYTYWAĆ)
P22.1. Wspólne elektroniczne platformy zakupowe	1	2	97
P22.2. Centra usług wspólnych (np. księgowych, windykacyjnych, telemarketingowych)	1	2	97
P22.3. „Dzielone biura”	1	2	97
P22.4. Wspólne ekspozycje na targach i wystawach	1	2	97
P22.5. Wspólne biura handlowe i przedstawicielstwa w innych województwach lub nawet w innych krajach	1	2	97
P22.6. Grupy zakupowe	1	2	97

P22.7. Proszę wskazać jakie inne usługi związane z przygotowaniem do prowadzenia biznesu lub prowadzeniem biznesu byłyby potrzebne Pani/Panu w celu usprawnienia działania? *(ANKIETER: proszę postarać się wypytać o te usługi. To ważny aspekt)*

.....

.....

.....

IV. Satysfakcja z usług i korzyści dla klientów

P23. Proszę określić, które z poniżej wymienionych korzyści osiągnęła/osiągnął Pani/Pan w wyniku korzystania z usług PK KSU? ANKIETER: POKAŻ KARTĘ P23.

	Zdecydowanie można tak powiedzieć	Raczej można tak powiedzieć	Raczej nie można tak powiedzieć	Zdecydowanie nie można tak powiedzieć
P23.1. Założyłam/Założyłem firmę	4	3	2	1
P23.2. Zatrudnienie w mojej firmie wzrosło	4	3	2	1
P23.3. Uniknęliśmy redukcji zatrudnienia	4	3	2	1
P23.4. Uniknęliśmy problemów	4	3	2	1

	Zdecydowanie można tak powiedzieć	Raczej można tak powiedzieć	Raczej nie można tak powiedzieć	Zdecydowanie nie można tak powiedzieć
prawnych, finansowych (np. kar finansowych)				
P23.5. Znaleźliśmy nowych odbiorców na nasze produkty i/lub usługi	4	3	2	1
P23.6. Opracowaliśmy nowe produkty i/lub usługi	4	3	2	1
P23.7. Wprowadziliśmy innowacje dotyczące przynajmniej jednego z następujących elementów: produkty i usługi, procesy, technologie, działania marketingowe, sposób zarządzania firmą	4	3	2	1
P23.8. Zwiększyliśmy obroty naszej firmy	4	3	2	1
P23.9. Zwiększyliśmy skalę/ zasięg działania firmy - wejście na nowe rynki zbytu	4	3	2	1
P23.10. Inne, jakie	4	3	2	1

**P24. Proszę ocenić całościowo, w skali od 1 do 5, stopień Pani/Pana satysfakcji z usługi
(doradczej/informacyjnej, z której Pani/Pan skorzystała/skorzystał?)**

1. Jestem bardzo zadowolony,
2. Jestem raczej zadowolony,
3. Jestem umiarkowanie zadowolony,
4. Jestem niezadowolony,
5. Jestem bardzo rozczarowany

P25. Czy poleciłaby/poleciłby Pani/Pan korzystanie z usług Punktów Konsultacyjnych KSU innym przedsiębiorcom?

1. Zdecydowanie tak
2. Raczej tak
3. Raczej nie
4. Zdecydowanie nie
97. *Trudno powiedzieć (NIE ODCZYTUJ)*

Metryczka

Obejmuje tylko pytania niezadane w pytaniach kontrolnych (kontrola bazy).

M I. Przedsiębiorcy, samozatrudnieni

M I.1. Jaką funkcję pełni Pani/Pan obecnie w firmie lub na jakim stanowisku jest Pan/Pani obecnie zatrudniony?

1. Właściciel, współwłaściciel,
2. Członek zarządu nie będący właścicielem;
3. Dyrektor generalny,
4. Dyrektor finansowy, inne stanowisko dyrektorskie,
5. Kierownik,
1. Inne stanowisko, jakie?

M I.2. Rok założenia firmy

M I.3 Jaka jest branża firmy, którą Pani/ Pan obecnie prowadzi: (ANKIETER: **POKAŻ KARTĘ M I.3.** Mówimy o 1-3 dominujących kodach działalności. Respondent może maksymalnie udzielić 3 odpowiedzi.

1. Produkcja, przetwórstwo żywności
2. Handel żywnością
3. Gastronomia
4. Produkcja obuwia, odzieży
5. Handel obuwiem, odzieżą
6. Poligrafia, wydawnictwo
7. Księgarstwo
8. Produkcja materiałów piśmienniczych, papierowych
9. Handel artykułami piśmienniczymi i papierowymi
10. Przetwórstwo chemiczne lub farmaceutyczne
11. Sprzedaż leków (apteka)
12. Handel artykułami branży gospodarstwa domowego
13. Serwis w zakresie artykułów branży gospodarstwa domowego
14. Handel artykułami branży elektrotechnicznej lub elektronicznej
15. Serwis w zakresie artykułów branży elektrotechnicznej lub elektronicznej
16. Pośrednictwo w handlu nieruchomościami
17. Pośrednictwo ubezpieczeniowe
18. Usługi budowlane
19. Produkcja materiałów budowlanych
20. Doradztwo, szkolenie, szkoły
21. Usługi turystyczne
22. Usługi opiekuńcze, żłobek, przedszkole
23. Usługi zdrowotne, przychodnia, gabinet
- 96 Inna branża.....

Odmowa odpowiedzi **ANKIETER: nie odczytywać**

M I.4. Wielkość przedsiębiorstwa. ANKIETER: Respondent może udzielić tylko jednej odpowiedzi.

1. Jednoosobowa działalność gospodarcza,
2. Mikrofirma
3. Małe przedsiębiorstwo
4. Średnie przedsiębiorstwo

M I.4.1. Proszę podać liczbę zatrudnionych pracowników: stan na dzień 30.09.2013 łącznie z Panią/Panem

M I.5. Forma organizacyjno - prawna (ANKIETER: tylko dla firm, poza jednoosobową działalnością)

1.	Spółka Akcyjna
2.	Spółka z o.o.
3.	Fundacja, Stowarzyszenie
4.	Przedsiębiorstwo państwowe
96	Inne, jakie

M I.6. Zasięg przestrzenny działania firmy

1. Lokalnym - miasto i sąsiadujące miasta, gminy
2. Regionalnym - województwo i sąsiadujące województwa
3. Krajowym
4. Europejskim
5. Światowym
- 97 *Trudno powiedzieć (NIE ODCZYTUJ)*

M I.7. Jak najogólniej można określić kondycję Pana/i firmy? Czy jest to firma.....

1. Rozwijająca się
2. Ustabilizowana
3. Przekształcająca się
4. Zagrożona
5. W likwidacji
- 97 *Trudno powiedzieć (NIE ODCZYTUJ)*

M I.8. Jaka jest wielkość miejscowości, w której położona jest Pani/Pana firma?

1. Wieś
2. Miasto do 20 tys. mieszkańców
3. Miasto 20-49 tys. mieszkańców
4. Miasto 50-99 tys. mieszkańców
5. Miasto 100-499 tys. mieszkańców
6. Miasto powyżej 500 tys. mieszkańców

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
M II. Osoby fizyczne, nie posiadające działalności gospodarczej i nie zatrudnione w przedsiębiorstwach

M II.1. Płeć

1. Kobieta
2. Mężczyzna

M II. 2. Proszę podać rok urodzenia (ANKIETER: poprosić o podanie roku urodzenia)

M II.3. Jakie jest Pani/Pana wykształcenie, tzn. jaką szkołę ukończył/a Pan/i jako ostatnią?

1. Niepełne podstawowe
2. Podstawowe
3. Gimnazjalne
4. Zasadnicze zawodowe
5. Niepełne średnie
6. Średnie (liceum, technikum)
7. Policealne lub pomaturalne
8. Wyższe licencjackie / inżynierskie
9. Wyższe magisterskie

M I.4. Jaka jest wielkość miejscowości w której Pani/Pan mieszka?

1. Wieś
2. Miasto do 20 tys. mieszkańców
3. Miasto 20-49 tys. mieszkańców
4. Miasto 50-99 tys. mieszkańców
5. Miasto 100-499 tys. mieszkańców
6. Miasto powyżej 500 tys. mieszkańców

M II.5. Czy miała Pani/Pan doświadczenia w pracy? ANKIETER: Możliwość zaznaczenia wielu odpowiedzi

1. Nie
2. Tak, w pracy na etacie w Polsce
3. Tak, ale nie na etacie w Polsce
4. Tak, pracowałam/em za granicą
5. Prowadziłam własną firmę

M II. 6. Czy przed skorzystaniem z usług była Pani/Pan osobą bezrobotną?

1. Tak
2. Nie