



WORKSHOP.SK
work on your skills

TRENDY V OBLASTI OTVORENÝCH TRÉNINGOV A VZDELÁVANIA



Na nasledujúcich stranách nájdete

1. Úvod
2. Kľúčové zistenia
3. Firemné vzdelávanie na Slovensku
4. Otvorené tréningy na trhu vzdelávania
5. Preferencie spoločností pri výbere tréningu
6. Preferencie spoločností pri výbere lektora
7. O prieskume
8. Workshop.sk



Úvod

Vďaka vplyvu digitalizácie pozorujeme na vyspelých trhoch väčšiny krajín rozvoj zdieľanej ekonomiky, ktorý otvára ľuďom nové podnikateľské príležitosti. Zdieľaná ekonomika umožňuje efektívnu distribúciu existujúcich zdrojov medzi ľuďmi a posilňuje komunity v rámci jednotlivých trhových ekonomík. Vďaka internetu sa zdieľaná ekonomika čoraz viac rozširuje, pričom online platformy zohrávajú dôležitú úlohu pri dodávaní jednotlivých služieb.

V roku 2018 sme spustili online platformu Workshop.sk s cieľom liberalizovať trh v oblasti vzdelávania, ako reakciu na skutočnosť, že pre niektorých lektorov je stále náročné uviesť si vlastný produkt a možnosť uplatniť sa s ním na trhu.

Na druhej strane figurujú spoločnosti, ktoré tieto produkty nakupujú. Pod produktom si môžeme predstaviť tréning, ktorý lektor pod svojím menom distribuuje zákazníkom. Zásadný problém týkajúci sa otvorených tréningov je naplnenie termínu dostatočným počtom účastníkov. Cieľom nášho prieskumu bolo zistiť, akým spôsobom pristupujú k nakupovaniu vzdelávacích aktivít jednotlivé spoločnosti, aké majú preferencie a návyky.

Výsledky prieskumu poskytneme ako zdroj inšpirácie všetkým lektorom, ktorí majú záujem vytvárať hodnotné produkty. Pre firmy môžu slúžiť ako signál, že existuje záujem zo strany lektorov vytvárať produkty a garantovať ich kvalitu vlastným menom.

#1

Téma je rozhodujúcim faktorom pri výbere tréningu

Najpopulárnejšia téma:
manažérske zručnosti

Najočakávanejšia téma budúcnosti:
IT zručnosti a digitálna gramotnosť

#2

Druhým najdôležitejším faktorom je lektor

Rozhodujú pozitívne referencie
a odborné skúsenosti.

Kľúčové zistenia

93.6%

spoločností považuje
firemné vzdelávanie
za veľmi dôležité

92.7%

spoločností preferuje
osobný tréning s lektorom

69.1%

spoločností využíva
otvorené tréningy



nájdene cez Google

od lektorov, s ktorými
spolupracujú

2

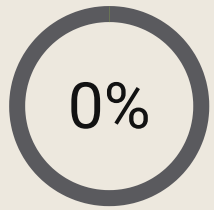
dni považujú spoločnosti
za najefektívnejšiu
dĺžku tréningu

**od 100
do 300**

EUR na osobu spoločnosti
najčastejšie investujú
do jedného tréningu

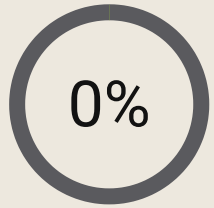


Firemné vzdelávanie na Slovensku



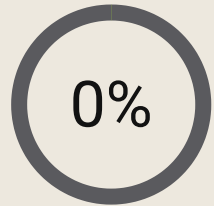
0%

zamestnancov považuje firemné
vzdelávanie za menej dôležité



0%

zamestnancov považuje firemné
vzdelávanie za zbytočné



0%

zamestnancom je firemné
vzdelávanie ľahostajné

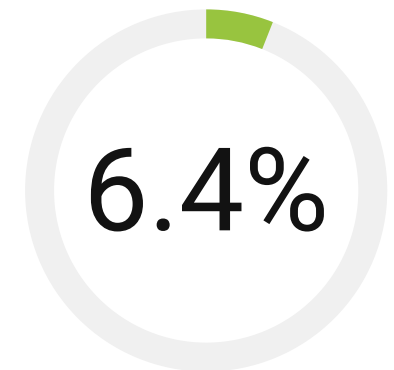
Je firemné vzdelávanie dôležité?

Zamestnanci spoločností prikladajú vysokú dôležitosť zdokonaľovaniu svojich zručností a vyjadrujú svoj záujem vzdelávať sa v rámci organizácie. Vzdelávanie zamestnancov by preto malo byť považované za kľúčovú oblasť, pričom na základe prebiehajúcich celospoločenských zmien, či už v oblasti digitalizácie alebo automatizácie, očakávame stále väčší tlak na jeho kvalitu.



93.6%

zamestnancov považuje firemné
vzdelávanie za veľmi dôležité



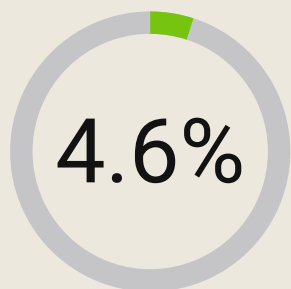
6.4%

zamestnancov považuje firemné
vzdelávanie za príjemný benefit

Decentralizované vzdelávanie



zamestnanci čerpajú
z poskytnutých zdrojov



zamestnanci čerpajú
z akýchkoľvek zdrojov

Kto rozhoduje o vzdelávaní?

Prieskum nepriniesol jednoznačný trend v spôsobe, akým prebieha nákup tréningov v jednotlivých spoločnostiach. Počet spoločností, v ktorých o vzdelávacích aktivitách rozhoduje HR či iné oddelenie a tých, v ktorých si vzdelávacie aktivity vyberajú zamestnanci sami, je veľmi podobný. Avšak len v 4,6% firiem majú zamestnanci vo výbere úplnú slobodu a môžu čerpať z akýchkoľvek zdrojov.



25,9% spoločností má centralizované vzdelávanie



21,3% spoločností má decentralizované vzdelávanie



28,7% spoločností využíva kombináciu oboch



v 18,5% spoločností rozhodujú o vzdelávaní jednotliví manažéri



5,6% spoločností neposkytuje zamestnancom možnosti vzdelávania

Pozn. pri centralizovanom nákupe vzdelávania rozhoduje o vzdelávacích aktivitách na to určené oddelenie. Decentralizovaný nákup predstavuje rozdelenie zodpovednosti jednotlivým manažérom príp. zamestnancom s možnosťou vlastnej voľby.

Návštevnosť tréningov podľa krajov

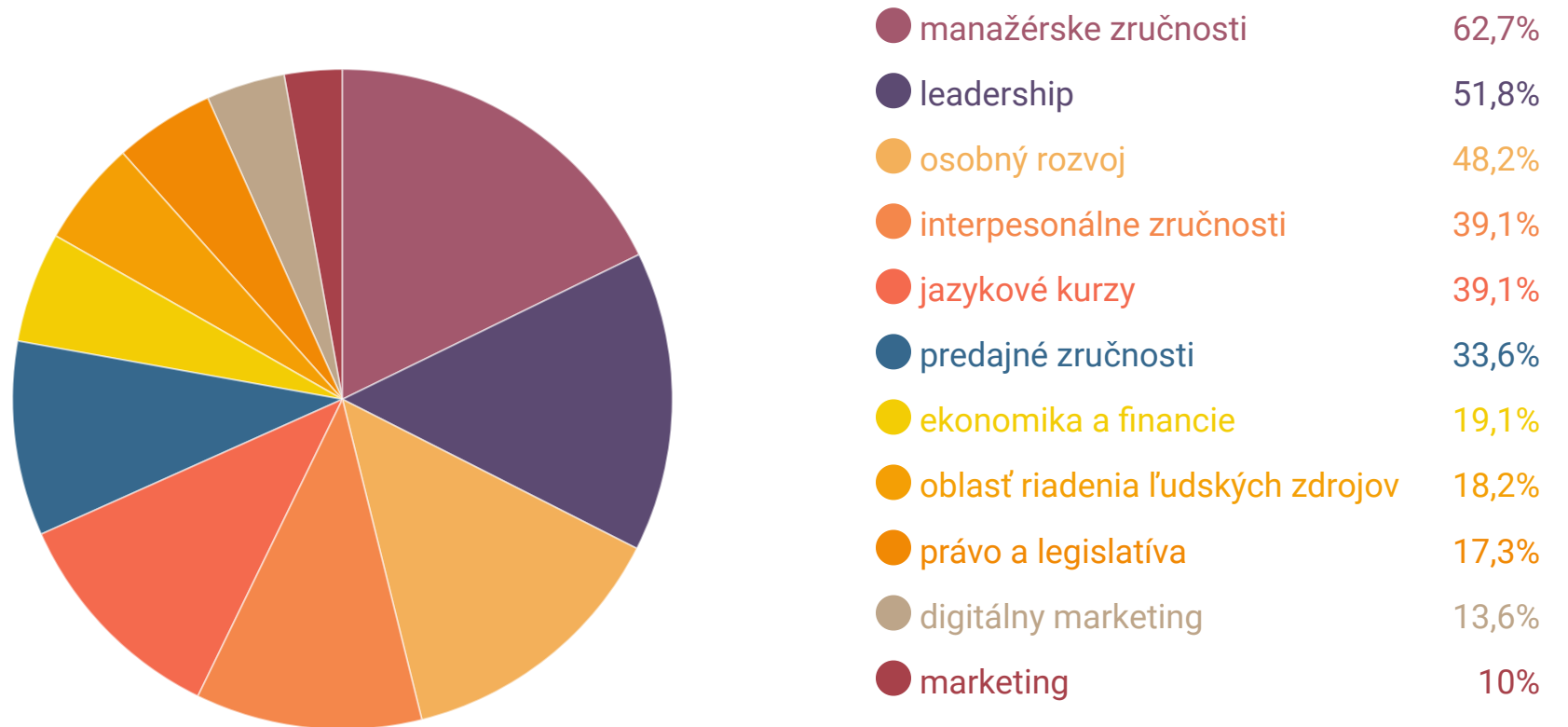


Spoločnosti zapojené do prieskumu objednávajú tréningy prevažne v Bratislavskom kraji. Na druhom mieste sa umiestnil Žilinský kraj, zatiaľ čo treťou najpopulárnejšou oblasťou je Trnavský kraj.

Aktuálne témy

Ako aktuálna priorita spoločností v oblasti vzdelávania sa javí investovanie do tréningu manažérov a zdokonaľovanie ich schopností týkajúcich sa leadershipu. Za populárne môžeme považovať taktiež tréningy vzťahujúce sa k sebarozvoju a rozvoju interpersonálnych zručností. Nezaostávajú ani jazykové kurzy, čo nie je prekvapivé vzhľadom k prebiehajúcej globalizácii a stále väčšej snahe spoločností rozšíriť svoje pôsobenie na zahraničné trhy.

Aktuálne témy v oblasti vzdelávania

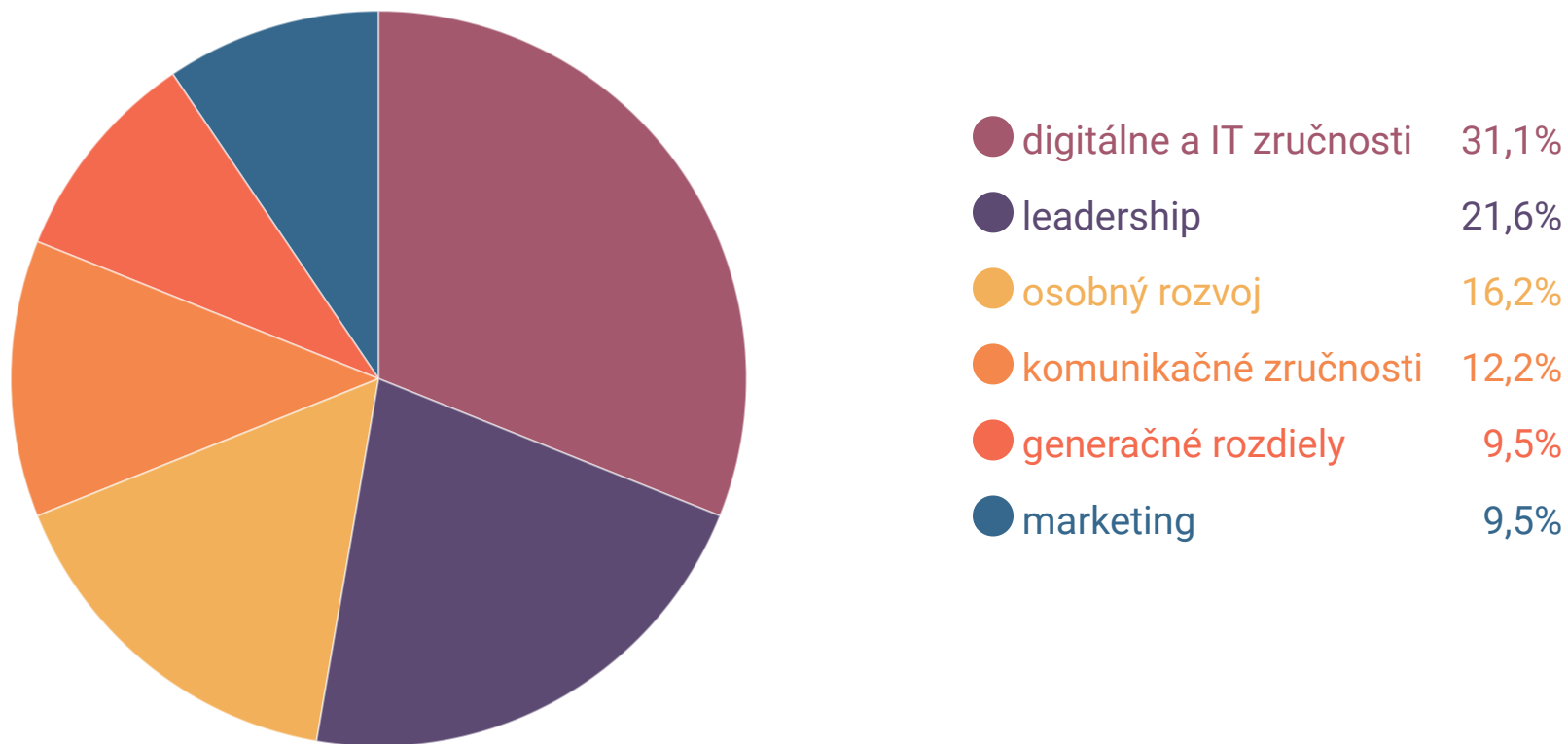


Pozn. otázka s možnosťou výberu viacerých odpovedí - respondenti si mohli zvoliť ľubovoľný počet tém, ktoré sú pre nich v oblasti vzdelávania aktuálne

Správne zvolené technológie a k nim nastavené procesy predstavujú značnú konkurenčnú výhodu každej spoločnosti. Keďže s digitalizáciou pracovných procesov ide ruka v ruke zaškolenie pracovníkov, najžiadanejšie témy budúcnosti sú kurzy digitálnych a IT zručností a digitálnej gramotnosti. Na popularite pravdepodobne nestratia ani kurzy týkajúce sa vedenia ľudí, osobného rozvoja, komunikácie a marketingu. Respondenti taktiež apelujú na potrebu naučiť sa pracovať s rôznymi generáciami na pracovisku a zavedenia týchto tém do oblasti vzdelávania.

Témy budúcnosti

Očakávané témy budúcnosti



Pozn. otvorená otázka - najčastejšie odpovede



Otvorené tréningy na trhu vzdelávania

Popularita otvorených tréningov

Otvorené tréningy sa nachádzajú v portfóliu nie len jednotlivých lektorov, ale taktiež menších a väčších tréningových spoločností. Po tejto vzdelávacej aktivite, ktorá reaguje na rozvojové potreby konkrétneho zamestnanca, pozorujeme v roku 2019 zvýšený dopyt. Viac ako dve tretiny opýtaných spoločností využívajú otvorené tréningy v rámci firemného vzdelávania a viac ako polovica respondentov navštevuje túto formu tréningu aj vo svojom voľnom čase.

69.1%

participantov pracuje v spoločnosti, ktorá využíva otvorené tréningy



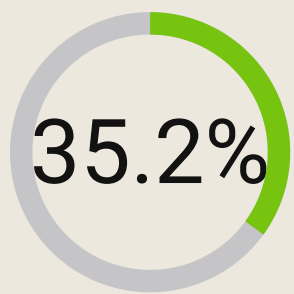
55.5%

participantov navštevuje otvorené tréningy vo svojom voľnom čase

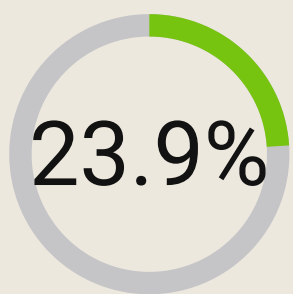


Pozn. Otvorený tréning je tréning, ktorý nie je realizovaný pre uzavretú skupinu či konkrétnu spoločnosť, ale prihlasovanie na neho je verejne dostupné pre všetkých záujemcov.

Sociálne siete



LinkedIn



Facebook

Platformy



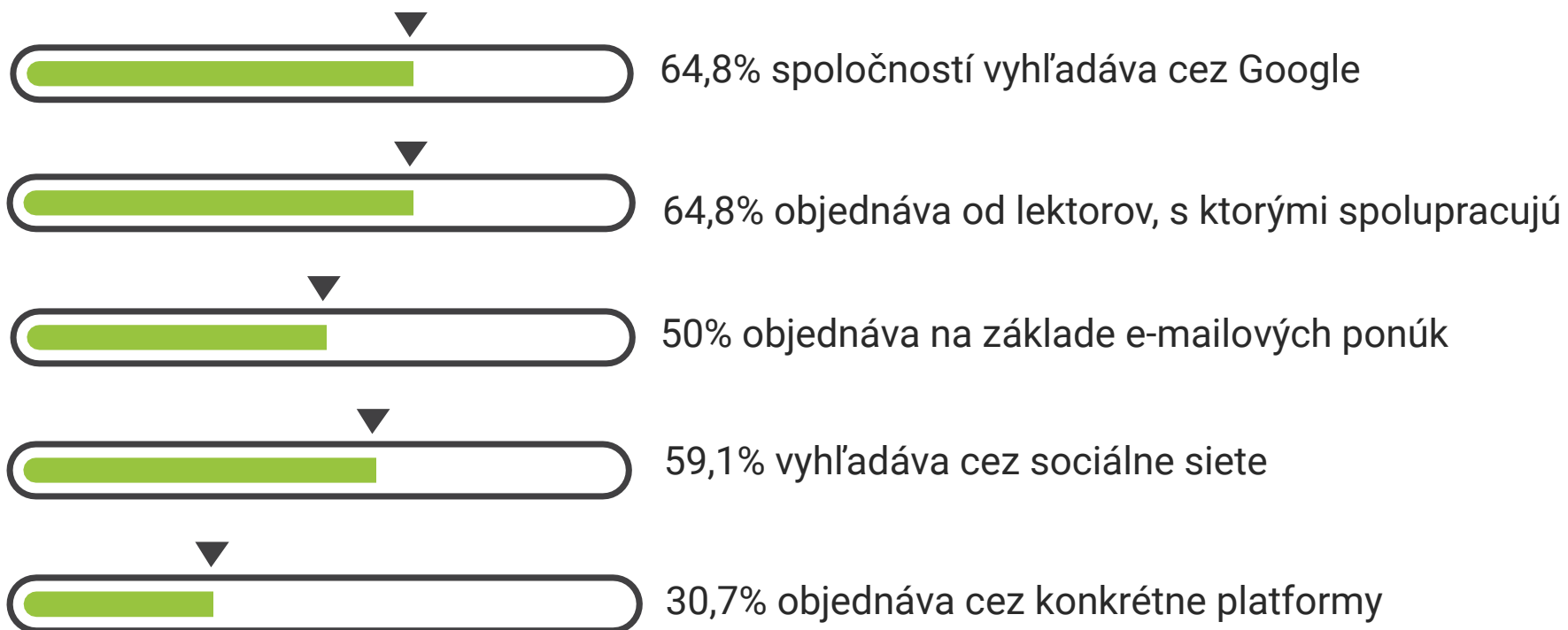
kurzy.sk



workshop.sk

Ponuka otvorených tréningov

Ponuka otvorených tréningov je na trhu roztrúsená medzi viaceré zdroje. Výsledky prieskumu ukázali, že firmy sa neobávajú objavovania spolupráce s novými dodávateľmi. Tréningy vyhľadávajú pomocou Google rovnako často ako využívajú ponuku kurzov od lektorov, s ktorými spolupracujú. Populárne sú taktiež sociálne siete a e-mailové ponuky. Menšie percento spoločností využíva konkrétne platformy, čo môže byť dôsledkom nedostatočnej informovanosti.



The background features a low-angle, black and white photograph of a modern architectural structure. On the right, a curved, metallic surface with a ribbed texture is brightly lit, creating a strong glare. To the left, a smooth, light-colored curved surface is visible against a backdrop of a cloudy sky.

Preferencie pri výbere tréningu

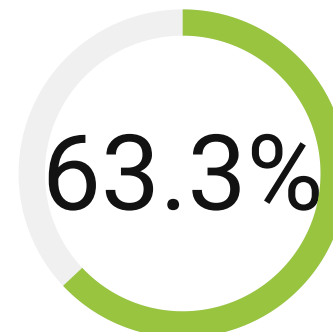


Rozhodujúce faktory pri výbere tréningov

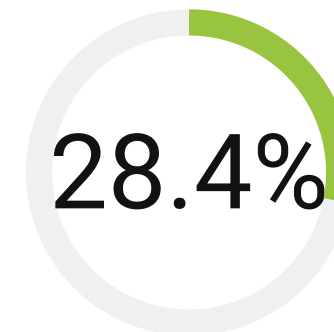
Cieľom každej spoločnosti je zabezpečiť kvalitu jednotlivých tréningov. To sa odráža na faktoroch, na základe ktorých sa rozhodnú uprednostniť jeden produkt či dodávateľa pred iným. Ukázalo sa, že rozhodujúcim faktorom pri výbere tréningov je téma. Pre lektorov je preto dôležité vytvorenie atraktívneho názvu a relevantného obsahu pre svoj produkt, ktorý korešponduje s potrebami jednotlivcov a organizácií. Okrem výberu témy jednotlivé spoločnosti prejavujú taktiež zvýšený záujem o výber lektora. Naopak cena či termín tréningu nehrajú pri výbere rozhodujúcu úlohu.



považuje tému
za rozhodujúci faktor



považuje lektora
za rozhodujúci faktor



sa rozhoduje
podľa ceny

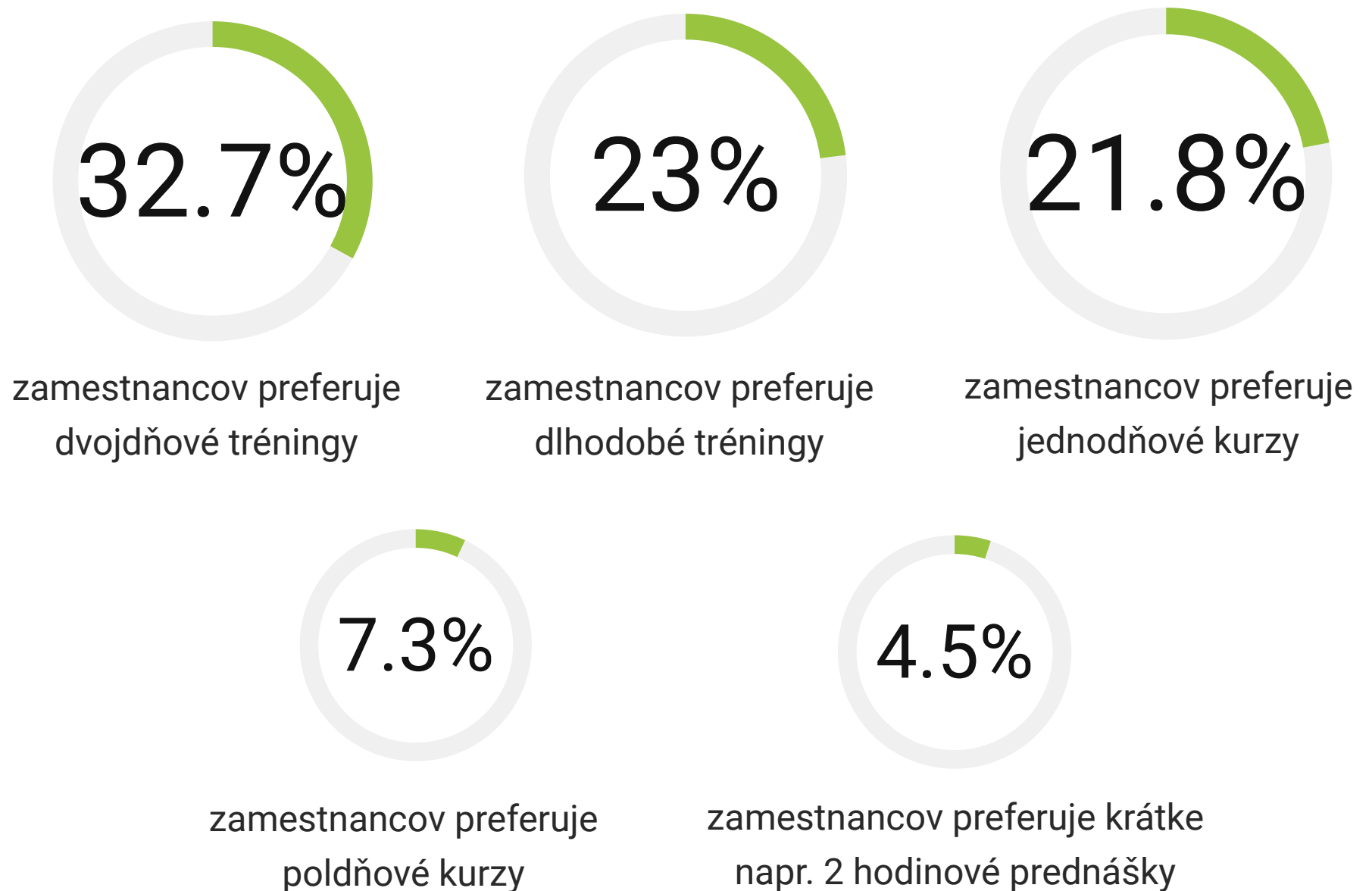


sa rozhoduje
podľa termínu

Pozn. respondenti mohli zvoliť dva faktory, ktoré považujú za najdôležitejšie pri výbere tréningu

Aby sme tréning mohli považovať za efektívny a rentabilný, musí trvať dostatočne dlhý čas na odovzdanie potrebného know-how a precvičenie získaných zručností, no zároveň neplytváť produktívnym časom účastníkov. Hoci sa na trhu vzdelávania objavujú stále častejšie krátke, niekoľko hodinové prednášky, tento druh vzdelávacej aktivity respondenti považujú zatiaľ za najmenej efektívny. Ako najefektívnejší druh vzdelávania spoločnosti vnímajú dvojdnové tréningy, nasledované dlhodobými kurzami (napr. akadémie prebiehajúce v blokoch) a populárne sú taktiež jednodňové kurzy.

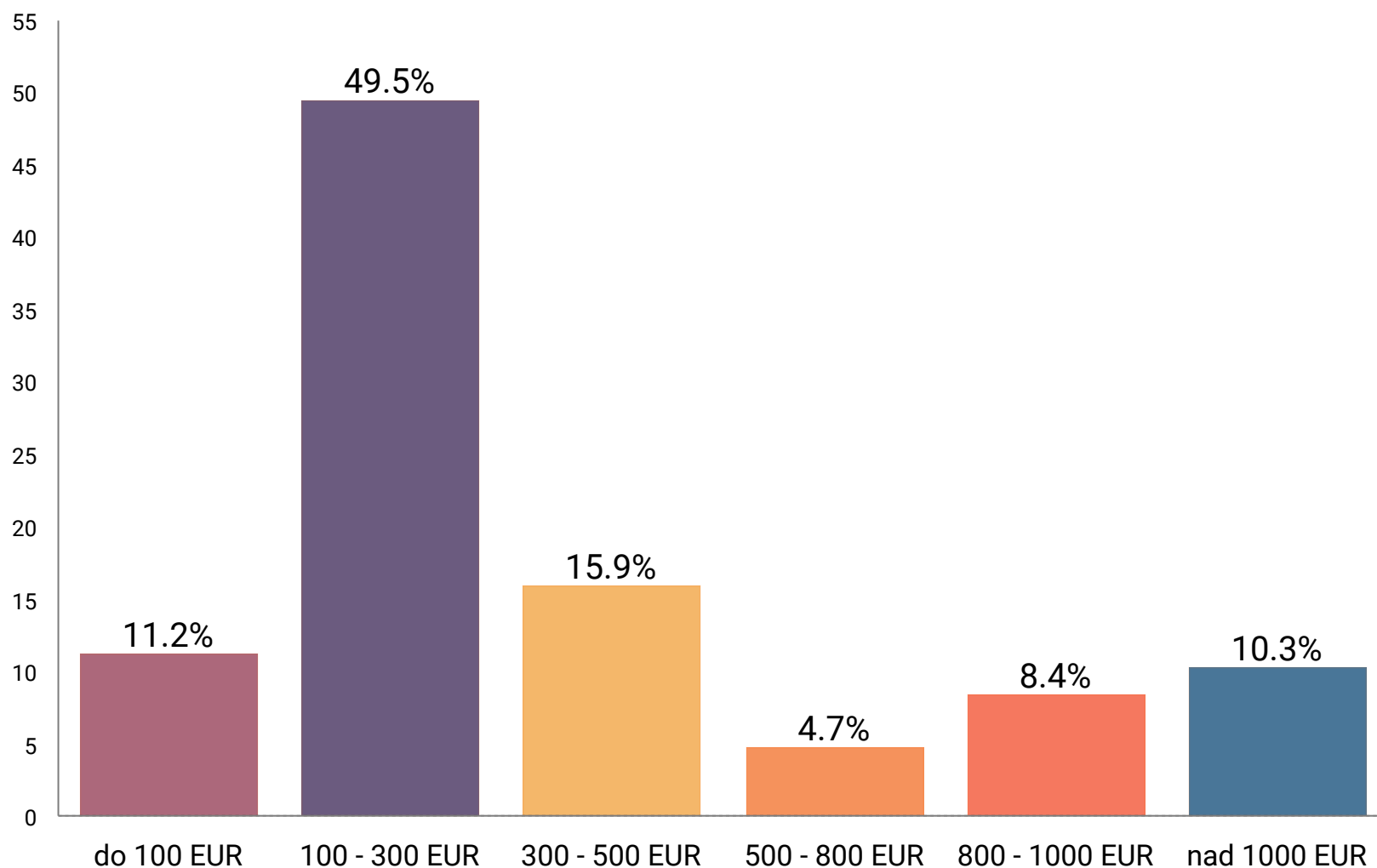
Preferovaná dĺžka tréningov



Preferovaná cena tréningov

Hoci sa cena tréningu neukázala ako jeden z rozhodujúcich faktorov pri ich výbere, takmer polovica respondentov uviedla 100 – 300 EUR ako najčastejšiu sumu, ktorú zvyknú investovať do jednej vzdelávacej aktivity za osobu. Popularita tréningov v inom cenovom rozmedzí je nižšia a viacmenej vyrovnaná, s výnimkou tréningov za 500 – 800 EUR za osobu, ktoré sa ukázali ako najmenej preferované.

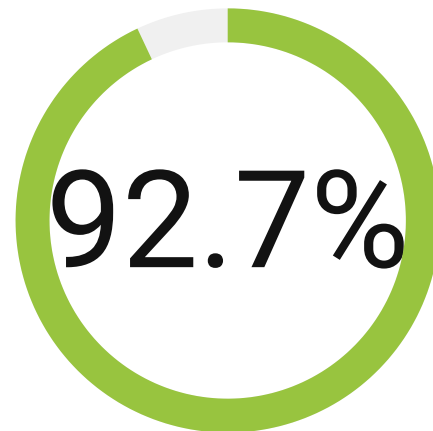
Preferovaná cena tréningu na osobu
otázka s možnosťou výberu viacerých odpovedí



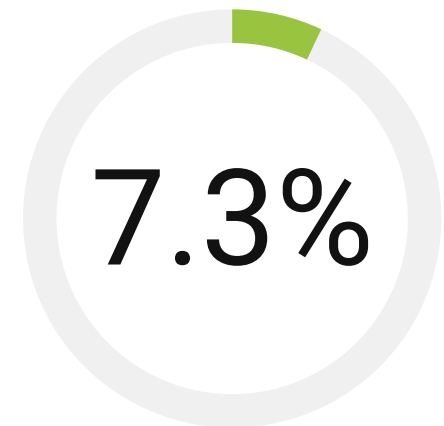


Preferovaná forma tréningov

Moderné technológie a aplikácie umožňujú lektorom modernizovať vzdelávací proces. E-learning a tréningy formou videa sa stali bežne dostupným produktom na trhu vzdelávania. Napriek tomu sa respondenti z jednotlivých spoločností zhodli v preferencii offline tréningov. Osobné stretnutie s možnosťou vzájomnej interakcie a nácviku v roku 2019 zostáva populárnejšie než rýchlejšie a často lacnejšie riešenie, ktoré predstavujú online tréningy.



participantov preferuje
osobný tréning s lektorom



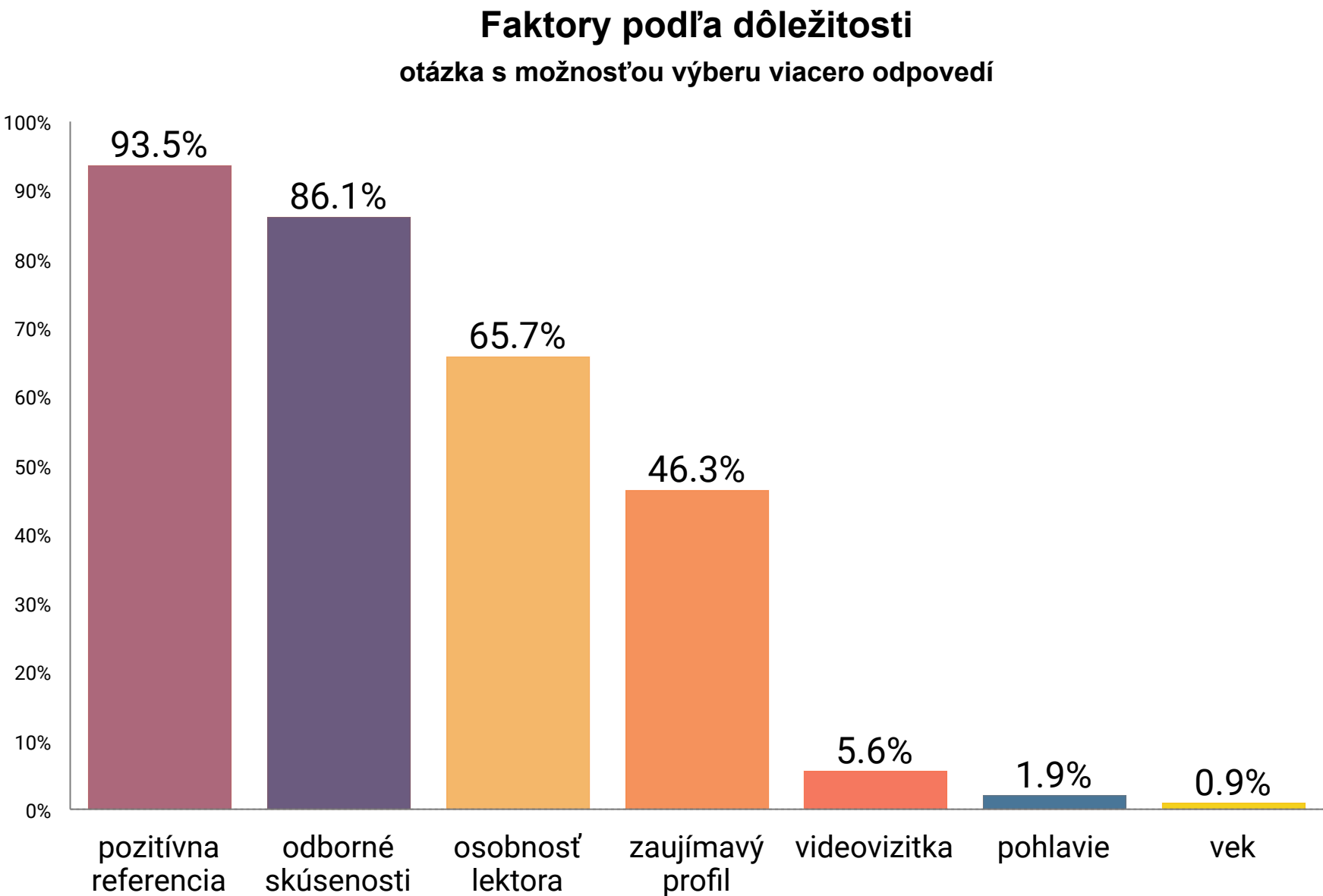
participantov preferuje
online video s lektorom



Preferencie pri výbere lektora

Zdieľaná ekonomika a otvorené platformy vytvárajú nie len nové možnosti podnikania, ale taktiež nové konkurenčné prostredie. Aj na trhu otvorených tréningov sa pri výbere konkrétneho lektora zákazníci riadia svojimi potrebami. Najdôležitejším faktorom je pozitívna referencia, a teda dobrá skúsenosť s daným lektorom. V tesnom závесе nasledujú odborné skúsenosti a kvalifikácia, napr. absolvované vzdelanie, získané certifikáty či počet rokov praxe. Dôležitú úlohu zohráva taktiež osobnosť lektora, ktorú participantí pri výbere tréningu zvažujú vzhľadom na seba či svoj tím a zaváži taktiež zaujímavý profil.

Rozhodujúce faktory pri výbere lektora



Čo spoločnosti lektorom odporúčajú uvádzať vo svojom profile?

Respondenti by sa v profile lektora najradšej dočítali informácie o oblastiach, v ktorých má nadobudnuté odborné skúsenosti a konkrétnych referenciách a projektoch, resp. výsledkoch jeho práce. Plus získavajú lektori, ktorí ponúkajú niečo iné ako všetci ostatní alebo ich profil obsahuje niečo, čo ich od ostatných odliši. Spoločnosti uprednostnia lektorov, ktorí majú reálnu skúsenosť z praxe a školia na základe svojich skúseností, nie len naštudovaných teoretických poznatkov. Pri rozhodovaní môže závažiť aj osobný dojem, a preto respondenti odporúčajú uvádzať informácie z osobnej sféry a nezabúdať na úprimnosť a otvorenosť.

#1

nadobudnuté
odborné
skúsenosti

#2

konkrétne
referencie
a zákazníci

#3

niečo, čo
lektora odliši
od ostatných

#4

skúsenosť
z praxe

#5

informácie
z osobnej
sféry

O prieskume

Prieskum bol uskutočnený dotazníkovou metódou. Dotazník bol zverejnený online a dostupný verejnosti na sociálnych sieťach LinkedIn a Facebook. Okrem toho bol distribuovaný e-mailom 500 rôzne veľkým spoločnostiam a špecialistom, ktorí boli do prieskumu vybraní na základe pôsobenia v rôznych segmentoch, ako napr. Training and Development, Finance and insurance, IT and telecommunication, Transport and logistics a pod.

Prieskum prebiehal počas jedného mesiaca (apríl 2019) a zapojilo sa do neho 110 respondentov. Tento počet respondentov neoznačujeme za reprezentatívnu vzorku, výsledky však naznačujú prebiehajúce trendy v oblasti firemného vzdelávania a otvorených tréningov v rámci zapojených spoločností.

Chcete sa zapojiť do prieskumu aj vy? Pomôže nám zvýšiť počet respondentov a priniesť aktuálnejšie výsledky. Dotazník nájdete dostupný na <https://rdgggroup.typeform.com/to/sG65W5>

Workshop.sk

Workshop.sk je online platforma prevádzkovaná spoločnosťou RecruitMen&Developium Group, s.r.o., ktorá funguje na princípe e-shopu. Užívatelia môžu využívať služby platformy na predaj a propagáciu svojich kurzov, tréningov a workshopov alebo na nákup kurzov, tréningov a workshopov pre seba a svoje tímy. Cieľom platformy je liberalizovať trh vzdelávania a pomocou spolupráce vytvárať agregovanú ponuku kurzov a seminárov na rôzne témy, ktoré reagujú na aktuálne potreby firiem a zamestnancov. Platforma nevlastní žiadne z ponúkaných kurzov ani tréningy sama neorganizuje, pôsobí ako sprostredkovateľ a získava provízie z každého zrealizovaného kurzu.



[Navštívte našu stránku](#)



[Spojte sa s nami na LinkedIn](#)



[Sledujte nás na Facebooku](#)



[Odoberajte naše príspevky na Instagrame](#)

Marko Šarmír
CEO & Founder Workshop.sk

Zuzana Riglerová
Customer Service Executive Workshop.sk