

Fabbisogni Formativi 2021



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
PROVINCE DI PISTOIA E PRATO



FORMAZIONE

Analisi dei fabbisogni formativi delle aziende e del territorio della Provincia di Pistoia

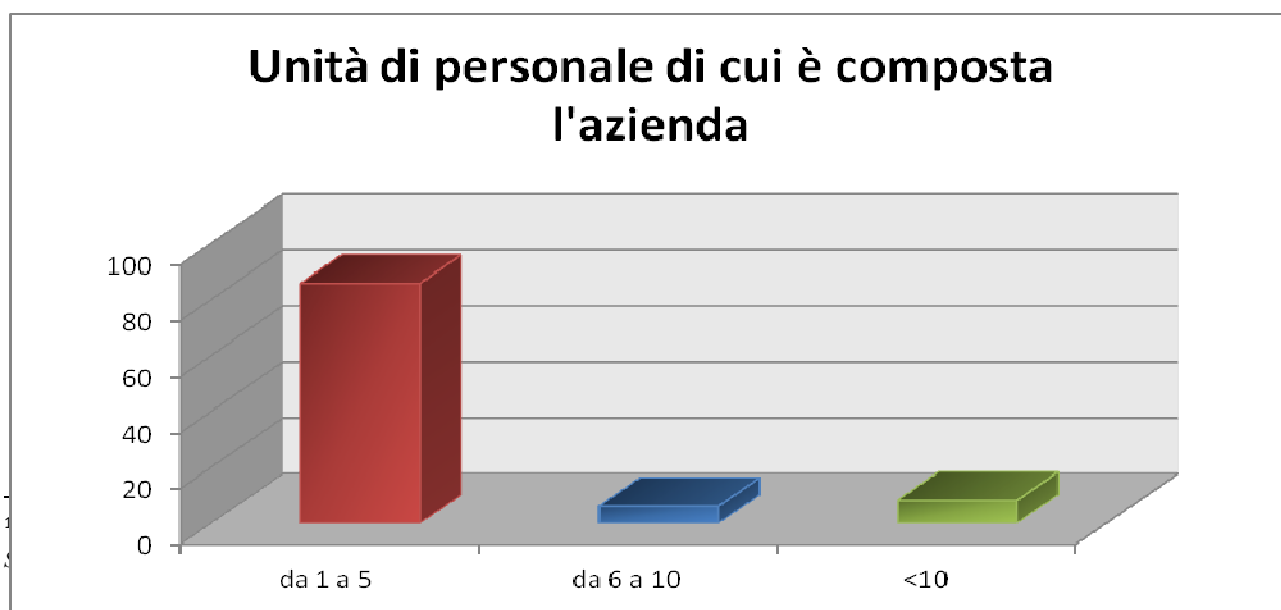
La presente indagine è stata effettuata nel periodo compreso tra il mese di Aprile e quello di Maggio 2021 sottoponendo ad un campione stratificato aziende del terziario presenti ed operanti sui territori delle province di Pistoia un questionario composto da n. 10 domande con lo scopo di valutare i seguenti elementi:

- ✚ Fabbisogno formativo delle aziende operanti sul territorio di Pistoia e Prato (rilevazione diretta);
- ✚ Fabbisogno formativo del territorio del comparto (rilevazione indiretta basata sull'esigenza delle aziende in caso di reclutamento di nuovo personale).

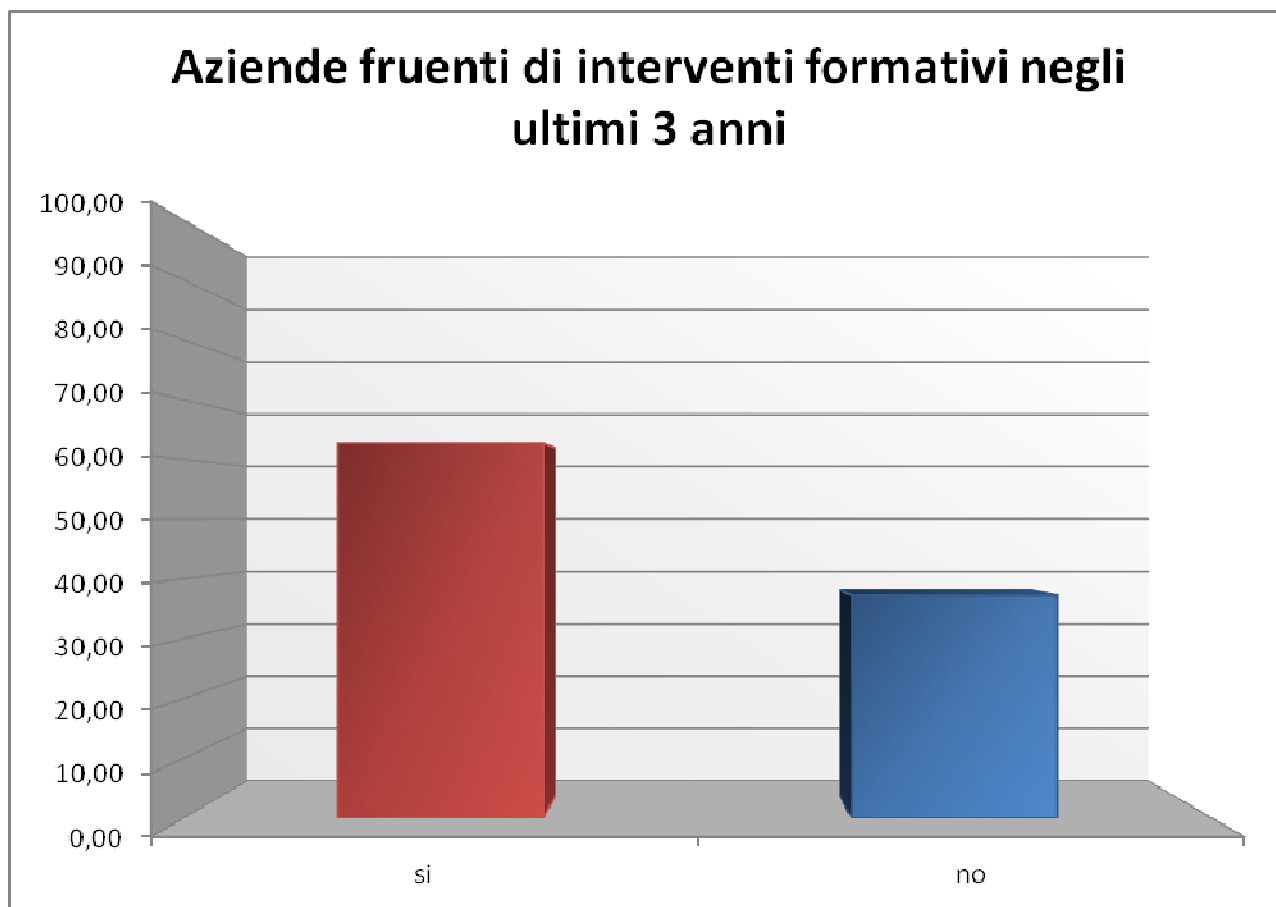
Il questionario, in formato digitale, è stato recapitato alle aziende tramite la news letter periodica e link di whatsapp ed accompagnato da contatti telefonici atti ad informare le stesse sull'attuazione dell'indagine, circa i suoi obiettivi e finalità.

I dati raccolti sono stati analizzati in forma aggregata attraverso l'analisi delle percentuali di risposta e delle relative medie ponderate, nonché attraverso la lettura qualitativa delle risposte aperte e degli eventuali commenti.

Le aziende rispondenti sono state n. 65, appartenenti ai diversi settori del comparto commercio/turismo, di ampiezza variabile, in termini di personale impiegato. La maggior parte di esse si situano nella fascia tra gli 1 ed i 5 dipendenti (75,71%), l' 13,16 % nella fascia >10 e residuali 6,18 % si inserisce nella fascia 6-10.¹



La maggior parte di esse (72,50 %) ha usufruito di interventi formativi negli ultimi 3 anni ritenendoli molto utili nel 46,70 % dei casi, abbastanza utili nel 42,30 % dei casi, poco (7,00 %) o per nulla utile (4,00 %) in un residuale numero delle risposte raccolte.



Le aziende che hanno valutato molto utili gli interventi formativi sottolineano come grazie a questi sia stato possibile avviare nuove strategie commerciali e/o siano sviluppare nuove competenze a sostegno delle strategie aziendali adottate.

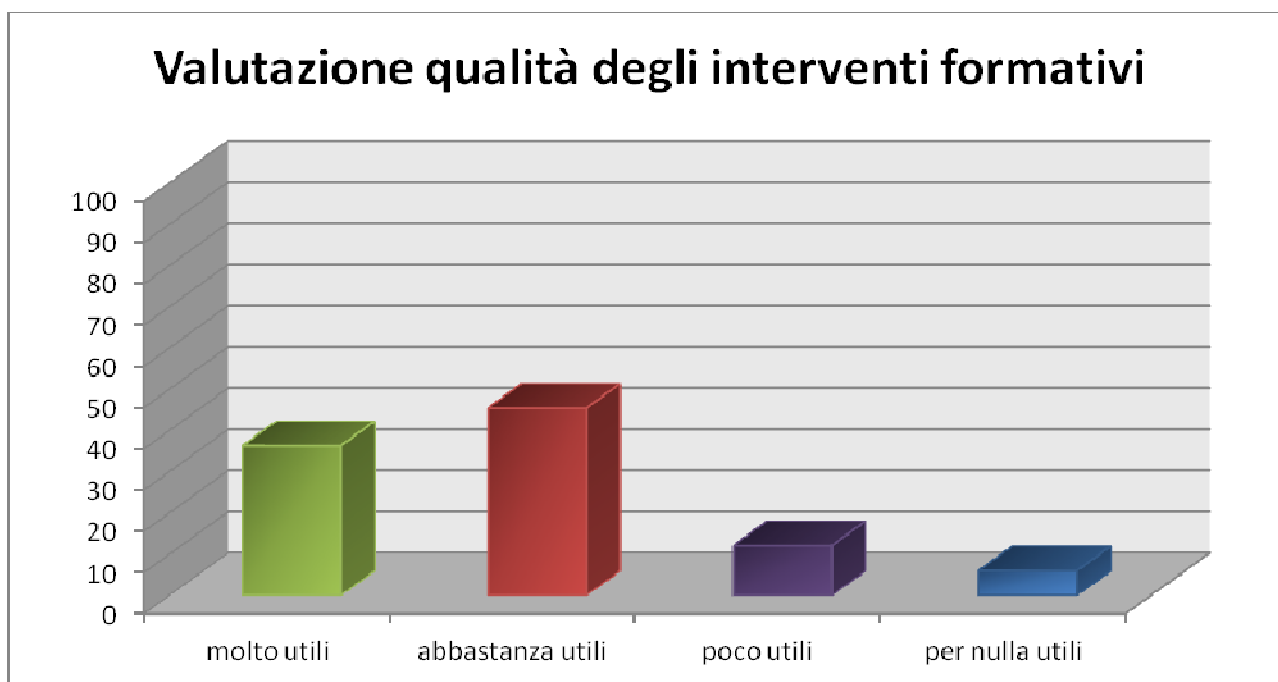
Il numero di persone che ha usufruito della formazione, diretta ai titolari e/o ai dipendenti, per ogni azienda, varia da una a 5 unità.²

Fra coloro che hanno fornito valutazioni di scarsa o nulla utilità degli interventi formativi si evidenzia l'accento negativo non tanto sull'utilità della formazione quanto sulla qualità delle azioni formative di cui sono stati destinatari.

La mancata partecipazione ad attività formative (27,50 %) appare essere dovuta alla mancanza di informazione sulle stesse, alla mancanza di tempo per partecipare all'offerta formativa,

² Domanda D1: "Lei e/o il personale della sua azienda ha fruito di interventi di formazione (aggiornamento, riqualificazione etc.) negli ultimi 3 anni?"

alla mancanza di offerte formative corrispondente alle proprie esigenze, nonché alla mancata comprensione dell'utilità della stessa o per valutazione di non utilità di formazione aggiuntiva.³



Nel reperire il personale, i canali di reclutamento maggiormente utilizzati appaiono essere i contatti diretti e passaparola nonché il sistema della formazione professionale.⁴



³ Domanda D2: “Qualora la Sua azienda avesse usufruito di interventi formativi negli ultimi 3 anni, può dirci se sono stati: molto utili, abbastanza utili, poco utili, non utili”.

⁴ Domanda D4: “Può indicare quali sono i canali di reclutamento del personale da Lei impiegati per la Sua azienda?”

Ferme restando le fonti di approvvigionamento la maggior parte delle aziende (65,20 %) rileva difficoltà nel reclutamento del personale e di riuscire a trovare risorse funzionali ai propri fabbisogni.

Le difficoltà nel reperimento del personale, riguardano la mancanza di candidature tout court oltre che competenza specifica nell'area di attività dell'azienda, spesso dovuta allo scollamento tra mondo scolastico e mondo del lavoro. Più in generale, è rilevabile un malcontento dovuto al non trovare personale motivato e desideroso di imparare.⁵

Rispetto alle caratteristiche del personale richieste dal mercato del lavoro nei diversi ambiti di attività delle aziende rispondenti, nel 65 % dei casi le aziende necessitano una figura professionale flessibile, capace di adattarsi alle mutevoli esigenze dell'impresa. Diversamente, ed in misura speculare un 18 % dichiara di necessitare di una figura professionale altamente specializzata capace di rispondere immediatamente alle esigenze delle imprese ed un 17 % di una figura che possieda una buona formazione di base ma non necessariamente iperspecializzata.⁶



Le aree di interesse per un'eventuale proposta formativa rivolta ai titolari d'azienda riguardano maggiormente i settori della gestione delle risorse umane e dell'introduzione del digitale in azienda.

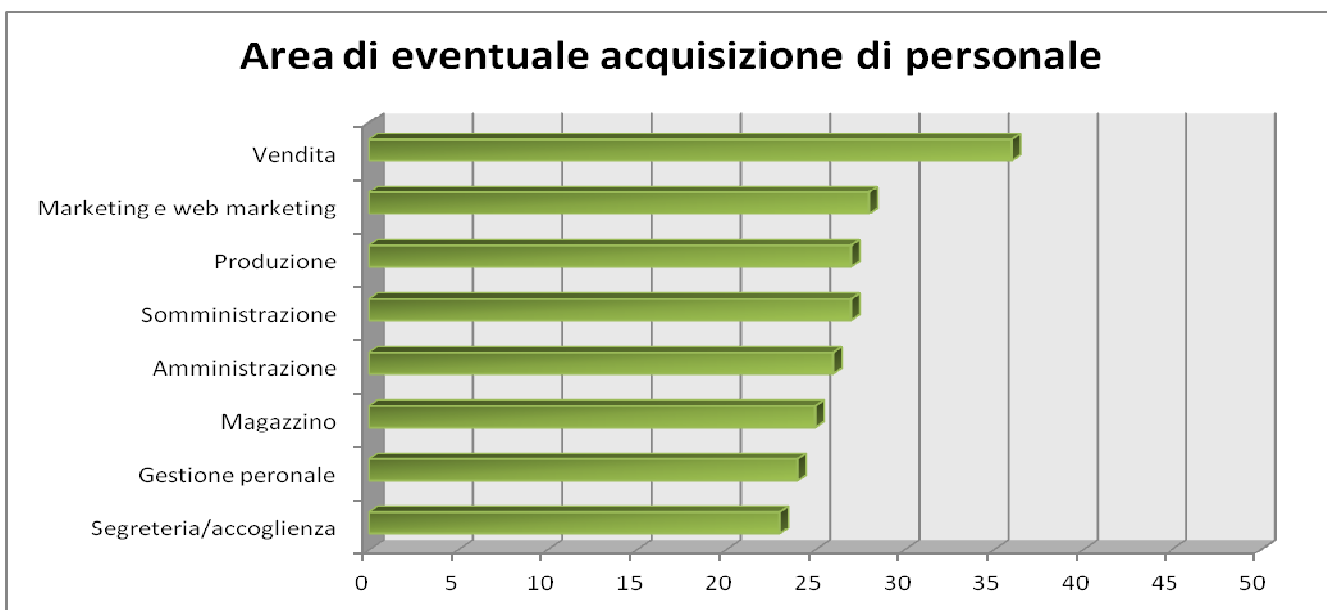
⁵ Domanda D5: "Ha trovato o continua a trovare difficoltà nel reperire il personale di cui ha o ha avuto bisogno?"

⁶ Domanda D6: "Con quale delle seguenti affermazioni si trova maggiormente in accordo?"

Le aree di interesse per un'eventuale proposta formativa rivolta al personale dipendente d'azienda riguardano maggiormente i settori del management, dell'amministrazione e dell'utilizzazione dei macchinari.

Di eguale interesse sono i settori relativi alla gestione del cliente, della comunicazione e delle tecniche di vendita.

Qualora l'azienda fosse interessata a reclutare nuovo personale i settori maggiormente richiesti appaiono esse quelli della vendita/somministrazione e della produzione ma anche del marketing e del web marketing.⁷



⁷ **Domanda D10:** “Qualora la Sua azienda fosse interessata ad acquisire nuovo personale nel prossimo anno, in quale/i delle seguenti aree sarebbe interessata ad acquisirlo? (Le risposte devono essere inserite in ordine di priorità)”