



Istituto Formazione Franchi

Analisi delle esigenze formative delle aziende Toscane e Liguri 2018

La presente indagine è redatta da Istituto Formazione Franchi, Agenzia Formativa accreditata presso la Regione Toscana (Cod. Accred. OF0180), presso la Regione Liguria (DGR 1394/13) e presso la Regione Sicilia (DDG 3817 del 13/07/2016) in collaborazione con 3D Academy S.r.l., Agenzia Formativa accreditata presso la Regione Toscana (Cod. Accred. OF0133). L'analisi ha la finalità di contribuire a fotografare l'andamento del mercato della formazione per l'anno 2018.

La ricerca si pone l'intento di verificare il cambiamento delle esigenze e degli obiettivi di rimappatura delle competenze delle aziende del tessuto economico Toscano e della riviera di ponente ligure.

Nella analisi delle rilevazioni statistiche si intende evidenziare anche il raffronto con le nostre precedenti ricerche, in particolare con quella effettuata nel biennio 2015/2016 e nel 2017.

La presente indagine è stata, come di consueto in funzione della tipologia degli utenti e delle aziende in contatto con le Agenzie, focalizzata su micro e piccole aziende, comprendendo nella analisi anche i liberi professionisti e gli studi professionali. Tale campione rappresenta il target cui ci si rivolge e costituisce, di fatto, l'ossatura del nostro sistema di riferimento sociale.

L'indagine è stata sviluppata e coordinata da **Fernando Franchi**, che si è avvalso per l'analisi dei dati e la stesura dei risultati di **Matthieu Caramelli**, **Anna Liberatori**, **Alessio Albeggiani** e **Sabato Parolisi**.

I rilievi statistici in loco sono stati effettuati, sulla base delle indicazioni e del coordinamento, da **Elisabetta Tiberi**, **Filippo De Meo**, **Giulia Bardelli** e **Jacopo Romanelli** per le aziende toscane e da **Claudio Myllera** per le aziende liguri.

Il riferimento normativo quadro dell'analisi in oggetto è, come di consueto, stato individuato nella Legge Regionale Toscana del 26 Luglio 2002, n. 32, che ha - tra gli altri - l'obiettivo dichiarato di dar vita ad un sistema che realizzi la libertà individuale e l'integrazione sociale, nonché il diritto all'apprendimento lungo tutto l'arco della vita attraverso l'integrazione sistemica degli interventi di educazione, istruzione, formazione e delle politiche attive del lavoro.

Premessa metodologica

Il questionario, strutturato con finalità di analisi qualitativa e quantitativa, è stato somministrato a piccole e micro aziende appartenenti a diversi settori economici con sedi operative nelle Province di Arezzo, Firenze, Grosseto e Siena per la Toscana e di Imperia per la Liguria. La conseguente analisi dei dati è stata effettuata valutando i questionari.

L'indagine è stata effettuata su un campione di 70 aziende.

Obiettivo

L'indagine non si limita ad una mera valutazione del personale, e relative competenze richieste, che le aziende ricercano per le nuove assunzioni, ma si pone l'obiettivo di analizzare, anche, quali siano le esigenze di aggiornamento del personale già presente in organico. Tale finalità è stato perseguito nell'ottica della formazione continua e del LifeLong Learning: si assume, infatti, che le aziende aumentano la propria capacità di penetrazione del mercato non solo con l'inserimento delle "nuove leve" all'interno del proprio organico, ma anche adattando il personale esistente alle innovazioni e mutazioni del mercato stesso.



Si riconferma, la tendenza delle aziende, a migliorare la propria penetrazione del mercato soprattutto attraverso il miglioramento dell'efficienza del personale già in organico, anche se il dato comincia ad essere in leggera controtendenza sintomo che il mercato del lavoro si sta riaprendo alle nuove leve.

Nell'ottica della promozione del Life Long Learning, si è provveduto alla somministrazione dei questionari a cura dei nostri incaricati di persona o telefonicamente, normalmente direttamente presso le sedi delle aziende, sì da poter, con l'occasione, sensibilizzare le aziende destinatarie sull'importanza della formazione continua nell'ottica di adeguare il personale all'evoluzione tecnologica ed alle continue trasformazioni del mercato.

Si evidenzia dagli incontri e dalle risposte delle aziende, che ancora non è sviluppata completamente la cultura della formazione continua. Le stesse, infatti, si limitano ad aggiornare le proprie risorse umane su esigenze impellenti e non si evince una pianificazione a medio e lungo termine di miglioramento delle competenze aziendali.

I risultati dell'analisi dei questionari, che contengono, oltre alla quantificazione delle esigenze settoriali, anche richieste specifiche, permettono di creare e strutturare azioni formative - individuali come di gruppo - che si integrano nella filiera della realtà aziendale e nel processo di produzione. Tali azioni vengono, in questo modo, contestualizzate alle aziende destinatarie. Questa politica ha portato un concreto aumento della formazione personalizzata diretta a realtà aziendali per le agenzie formative coinvolte.

Il questionario

Il questionario somministrato si articola in 3 sezioni:

- La prima dedicata ai dati anagrafici aziendali;
- La seconda sezione è destinata a rilevare l'importanza che l'azienda attribuisce al miglioramento, rispettivamente, delle conoscenze e delle capacità delle risorse umane attraverso interventi di formazione. Le capacità vengono suddivise per aree tematiche; mentre le competenze per processi aziendali.
- La terza sezione ha l'intento di fornire all'azienda la possibilità di indicare quali siano le concrete esigenze formative su cui puntare per garantire all'azienda di perseguire con successo gli obiettivi che si è posta e consentire di identificarne anche di nuovi.

Risultati dell'analisi

Alle aziende, cui è stato sottoposto il nostro questionario, è stato richiesto di esprimere un giudizio - da 1 a 5 - sulla necessità di miglioramento in azienda di una specifica capacità, conoscenza o sapere.

Il raffronto con l'analisi effettuata nel 2015-2016 e nel 2017 evidenzia uno spostamento sempre maggiore, già evidente l'anno scorso, degli interessi aziendali verso la specializzazione dei canali di vendita, sfruttando i canali web e dell'industria 4.0 con conseguenza necessità di potenziamento dell'area innovativa e relazionale. La aumentata coscienza di ottimizzare le spese gestionali e di penetrazione del mercato porta infatti le azienda a ricercare sempre di più figure professionali che dematerializzino sia i processi gestionali che di marketing.

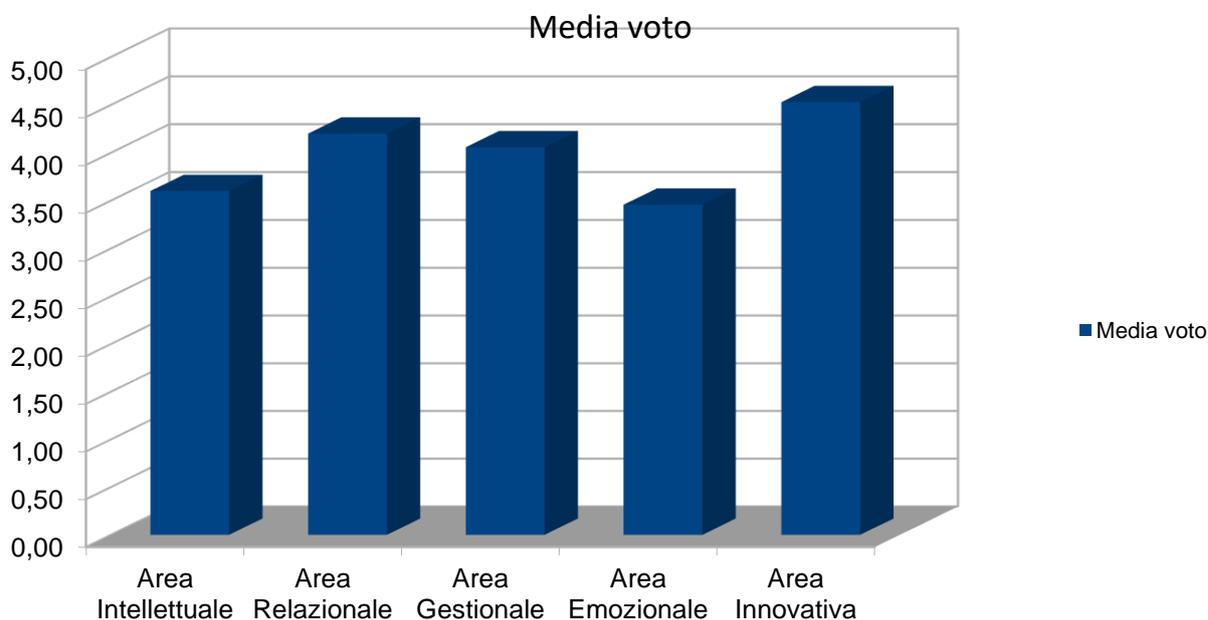
Un campione assai elevato di aziende, ha, infatti, espresso i valori più alti (4 e 5) di aggiornamento nell'area innovativa, nell'area relazionale e nell'area gestionale per quanto riguarda le capacità, e nell'area marketing/vendita, prodotti e finanza/controllo nell'ambito delle conoscenze specifiche. Tale tendenza dimostra che le piccole e micro aziende ricercano competenze per aumentare la forbice positiva tra produzione e costi finanziari e di controllo considerati, questi ultimi, troppo rilevanti.

Di seguito sintetizziamo i risultati emersi:



Alle aziende è stato richiesto di dare una valutazione da 1 a 5 (1 = poco importante a 5 = importante) sulla necessità di migliorare le capacità oggetto dell'indagine all'interno della propria azienda.

	Capacità	Media voto
Toscana e Liguria	Area Intellettuale	3,60
	Area Relazionale	4,20
	Area Gestionale	4,06
	Area Emozionale	3,46
	Area Innovativa	4,53



Dalla analisi dei dati statistici si riconferma, come anticipato, anche relativamente ai dati delle aree di conoscenza, la necessità delle aziende di rafforzare i propri canali di vendita e di ottimizzare i propri processi finanziari, produttivi e di controllo. Tale andamento è dovuto all'assoluta necessità di migliorare i margini di profitto aziendali anche in funzione della elevata sensibilità sui costi fissi e tributari.

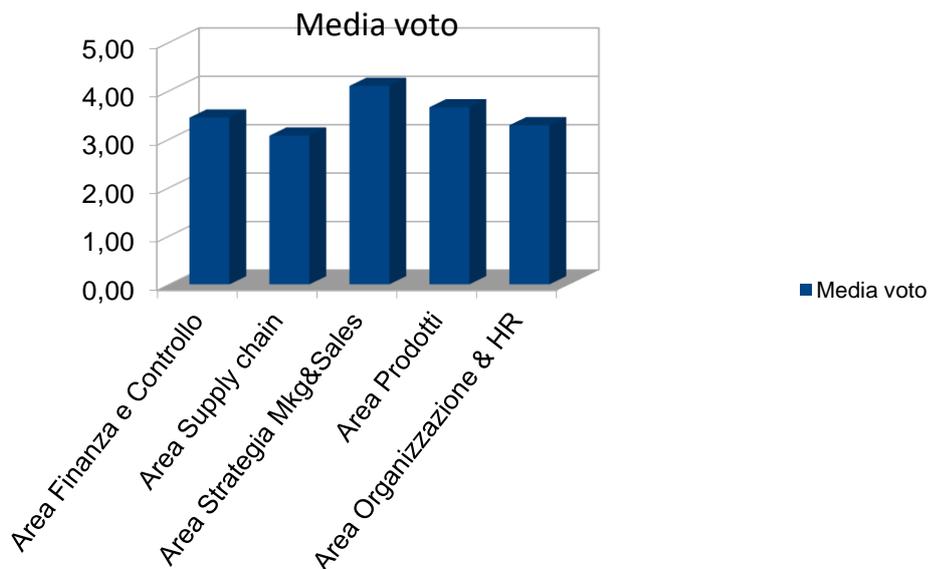
Come si evince nei dati sottostanti la necessità di aggiornamento è spostata verso il dato massimo soprattutto nell'area marketing e si allineano verso l'alto sia nell'area finanza/controllo che nell'area produzione, proprio in un'ottica di miglioramento dei processi.

Incrociando i dati delle tre sezioni si nota come le aziende siano alla costante ricerca di miglioramento dei processi attraverso il controllo automatizzato e la dematerializzazione.

Alle aziende è stato richiesto di dare una valutazione da 1 a 5 (1 = poco importante a 5 = importante) sulla necessità di migliorare le conoscenze oggetto dell'indagine all'interno della propria azienda.



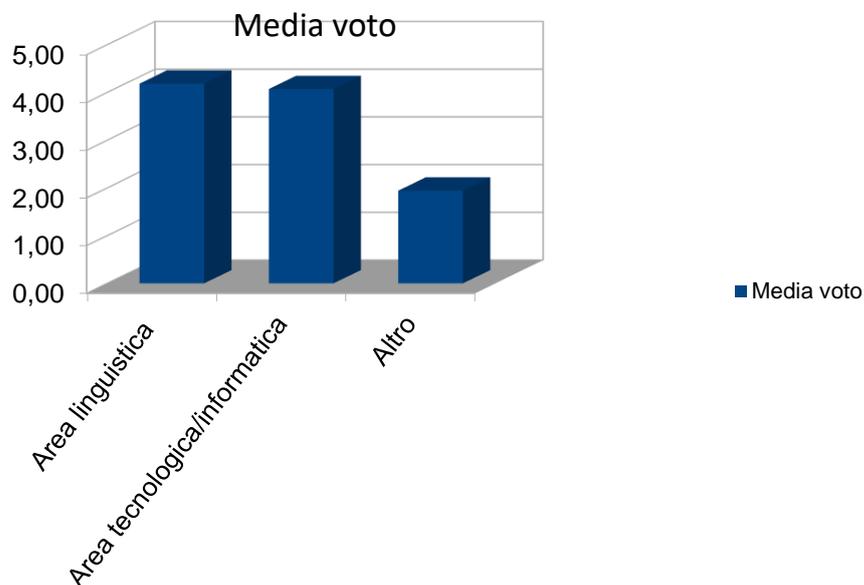
	Capacità	Media voto
Toscana e Liguria	Area Finanza e Controllo	3,44
	Area Supply chain	3,07
	Area Strategia Mkg&Sales	4,10
	Area Prodotti	3,66
	Area Organizzazione & HR	3,29



Nella sezione delle esigenze formative si nota, oltre alla necessità di potenziare l'area tecnologica e informatica nell'ottica dell'ottimizzazione dell'organizzazione e dei processi aziendali, anche un ritorno della ricerca di formazione nell'area linguistica, sintomo, probabilmente, di una riapertura verso i mercati esteri, avendo la sensazione di un miglioramento della stabilità dei mercati.

Alle aziende è stato richiesto di dare una valutazione da 1 a 5 (1 = poco importante a 5 = importante) sulle necessità formative presenti in azienda.

	Esigenze formative	Media voto
Toscana e Liguria	Area linguistica	4,19
	Area tecnologica/informatica	4,07
	Altro	1,94



Rispetto all'ultima analisi, è sensibile la variazione della forbice tra l'area linguistica e tecnologica e le altre aree, riconfermando l'esigenza formativa profonda delle aziende in questi due settori.

In conclusione, dalla presente analisi dei fabbisogni si riconferma come l'evoluzione delle nuove tecnologie imponga la presenza e l'aggiornamento, per le aziende medio-piccole, del personale verso delle competenze che permettano l'ottimizzazione delle risorse, dei processi e la loro dematerializzazione. Si evidenzia un ritorno all'apertura verso mercati esteri, con la ricerca sia di competenze linguistiche sia di canali di marketing globali.

Firenze, 26 Aprile 2019