

# Badanie potrzeb finansowych przedsiębiorców w obszarze zapewnienia dostępności

Podsumowanie wyników badania

Warszawa, 21.09.2021

# Tematyka badania

## Cel główny

Ocena zapotrzebowania przedsiębiorców na wsparcie finansowe w obszarze dostępności, w tym oszacowanie wielkości luki finansowej w zakresie dostępu do finansowania na działania dostosowawcze pod kątem osób ze szczególnymi potrzebami.

Obszar tematyczny ①

Rozpoznanie stopnia świadomości znaczenia „dostępności” ➤ gotowość do inwestowania w „dostępność” ➤ bariery w dostępie do finansowania

Obszar tematyczny ②

Doświadczenia w stosowaniu instrumentów finansowych w dziedzinie dostępności

Obszar tematyczny ③

**Założenia przyszłych instrumentów finansowych ➤ oczekiwane efekty**

Obszar tematyczny ④

**Wdrażanie instrumentów finansowych ➤ zdolność wdrożeniowa**

Obszar tematyczny ⑤

Założenia strategii inwestycyjnej



# Wnioski z wywiadów – pięć wątków <sup>(1-2)</sup>

## Wiedza i doświadczenia ①

- Zagadnienie dostępności dla innych grup / problemów (poza osobami z niepełnosprawnością ruchową) **jest słabo znane**. Świadomość potrzeb osób ze szczególnymi potrzebami jest **ograniczona** - **luka wiedzy**.
- Wiedza o problemach dostępności cyfrowej, w tym wytycznych dla stron WWW **jest także niska**.
- Działania dostosowawcze **podejmowane były rzadko** („ostatnie” lata) – głównie dostępność architektoniczna.

## Potrzeby dostosowawcze i opłacalność w oczach przedsiębiorców ②

- Przekonanie o dobrym przystosowaniu do potrzeb, bowiem problemy w tym zakresie **pojawiają się rzadko**.
- Przekonanie, że osób ze szczególnymi potrzebami **jest na tyle mało**, że inwestowanie w tej sferze **nie opłaca się**. Kształtuje się **nisza dla firm produkujących** wyroby dedykowane w zakresie dostępności.
- Inwestowanie w dostępność raczej **nie jest postrzegane jako korzystne**. Czasami zwraca się uwagę na korzyści wizerunkowe, jednak przedsiębiorcy nie spodziewają się licznych nowych klientów z tego tytułu.
- Poważny problem przedsiębiorców prowadzących działalność w **wynajmowanych lokalach**.

# Wnioski z wywiadów (3-4-5)

## Budowanie wiedzy i upowszechnianie informacji ③

- Przedsiębiorcom **niemal w ogóle nie są znane kampanie informacyjne**, wskazujące na znaczenie dostępności. Konieczne jest pokazywanie „**dobrych praktyk**”: działania dostępnościowe i ich skutki w praktyce.
- Potencjalnie rola **sektora publicznego** – dobre wzory działań prodostępnościowych.

## Aspekty dotyczące finansowania ④

- Dominuje stanowisko, że podnoszenie dostępności powinno być **wspierane ze środków publicznych**, gdyż nie jest opłacalne. Konieczna **kampania informacyjna** – wzrost świadomości, powodujący **wzrost gotowości** inwestycyjnej.
- Finansowanie na cele dostosowawcze **powinno uwzględniać istotne zachęty**.

## Certyfikat dostępności ⑤

- Przedsiębiorcy widza sens **współpracy z organizacjami pozarządowymi**, zajmującymi się dostępności.
- Certyfikat powinien być **bezpłatny**. Certyfikat nie jest postrzegany jako atrakcyjny - korzyści są wątpliwe i nie do końca zrozumiałe. Opłata za certyfikat **skutecznie zniechęca**.

# Wnioski z badań ilościowych <sup>(1)</sup>

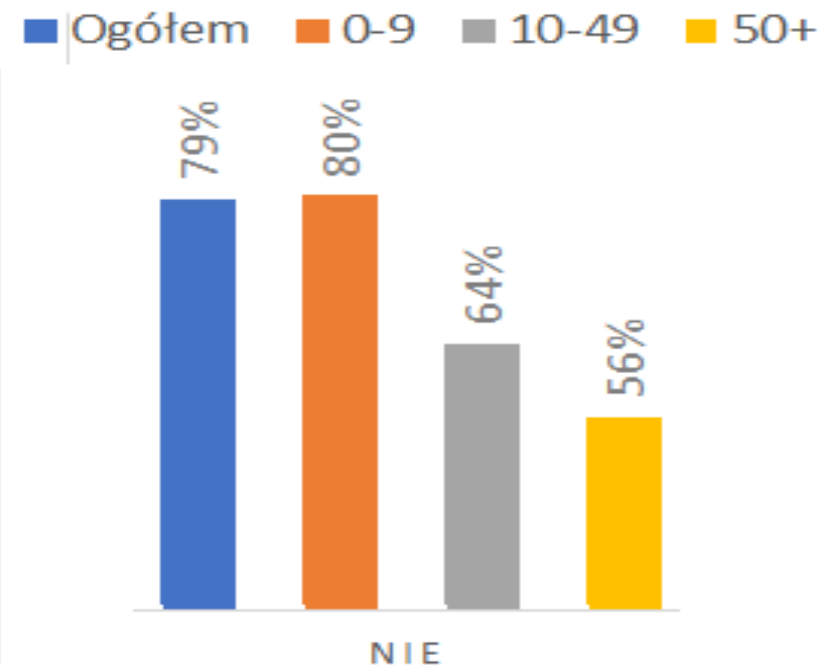
Czy w ciągu ostatnich trzech lat Państwa firma podejmowała działania, mające na celu dostosowanie działalności **pod kątem osób ze szczególnymi potrzebami**?



**Ogółem, blisko 80% badanych przedsiębiorstw nie podejmowało w ostatnich trzech latach działań dostosowawczych.**

## Najczęściej wskazywane działania dostosowawcze, jakie były podejmowane:

- niwelowanie barier architektonicznych,
- dostosowanie nowych produktów (częściej firmy mikro i małe),
- dostosowanie stanowisk pracy (firmy średnie) i pomieszczeń wspólnych (małe i średnie).
- nieco mniej niż 1/3 firm zamieściła na stronie internetowej informacje o firmie / ofercie w języku łatwym do czytania i zrozumienia.



# Wnioski z badań ilościowych <sup>(2)</sup>

Jaka była orientacyjna **wysokość środków (zainwestowanych)**, które Państwo wydatkowali na zapewnienie dostępności w ciągu ostatnich trzech lat?



- W zdecydowanej większości **przedsięwzięcia niskokosztowe**, ponad połowa do 10 tys. zł.
- Więcej wydawały firmy małe (wydatki 54% z nich mieszczą się w przedziale do 50 tys. zł) i średnie (wydatki 54% z nich mieszczą się przedziale do 100 tys. zł).
- Działania o wartości powyżej 250 tys. zł deklarowało 2% badanych firm. Wydatki takie ponosiły firmy zatrudniające więcej niż 9 osób.
- Najbardziej zróżnicowane, pod względem nakładów, były działania realizowane przez firmy średnie.

# Wnioski z badań ilościowych <sup>(3)</sup>

Jak ocenia Pani/Pan **przystosowanie Państwa firmy pod kątem osób ze szczególnymi potrzebami** np. seniorów, osób z niepełnosprawnościami, kobiet w ciąży, pod względem.... ?

- Większość firm, szczególnie małych i średnich, ocenia **pozytywnie swoją dostępność architektoniczną** (ogółem 68%; małe i średnie: 85%; duże 89%).
- **Gorzej** oceniana jest **dostępność cyfrowa** (oceny pozytywne ogółem 51%; w tym małe i średnie firmy 69%; duże 79%)
- Wyraźnie **najgorzej** przez wszystkich oceniana jest **informacyjno-komunikacyjna** (ogółem 28%; w tym małe i średnie firmy 43%; duże 51%).



# Wnioski z badań ilościowych <sup>(4)</sup>

Czy w latach 2021-2023 r. Państwa przedsiębiorstwo **ma w planach wydatki na poprawę dostępności** architektonicznej, cyfrowej lub komunikacyjno-informacyjnej dla osób ze szczególnymi potrzebami?




- W kolejnych latach wydatki na poprawę dostępności planuje **ok. 12% przedsiębiorstw**, w tym po 20% firm małych i większych (**mniej** niż deklarowane w latach 2019-2021).
- Podobnie jak w latach 2019-2021 planowane inwestycje będą relatywnie niewielkie:
  - tylko ponad **1/4 przekroczy 10 tys. zł**,
  - natomiast **60% mieści się w przedziale do 100 tys. zł**.
- Znaczna część inwestycji dostosowawczych będzie niskokosztowa.



# Wnioski z badań ilościowych <sup>(5)</sup>

Dlaczego **nie planujecie** Państwo podjęcia takich działań? Proszę wskazać do trzech najważniejszych dla Państwa powodów.

- Główne przeszkody dla realizacji inwestycji dostosowawczych to:
  - **brak takiej potrzeby**
  - **brak opłacalności** tych działań
  - Problem **własności** nieruchomości, szczególnie dla mniejszych firm
  - **brak korzyści** dla firmy (10%).
  - W przypadku większych firm istotne znaczenie ma postrzegana opłacalność ekonomiczna i ewentualne korzyści dla firmy
- Problemy z dostępnością finansowania nie mają kluczowego znaczenia.

<i><b>Powody braku planów</b></i>	<i><b>Ogółem</b></i>
Nie widzimy takiej potrzeby 	<b>67%</b>
Nie mamy wystarczających własnych środków finansowych	<b>22%</b>
Firma nie jest właścicielem nieruchomości, w której prowadzona jest działalność, więc typu działania wymagałyby zgody właściciela	<b>22%</b>
Nie widzimy opłacalności ekonomicznej	<b>16%</b>
Nie mamy dostępu do odpowiedniego finansowania zewnętrznego	11%
Nie widzimy korzyści z dostosowania firmy pod kątem osób ze szczególnymi potrzebami	10%



# Wnioski z badań ilościowych <sup>(6)</sup>

Czy firma chętniej podejmowałaby działania poprawiające dostępność, gdyby mogła ubiegać się na ten cel o **pożyczkę oferowaną na preferencyjnych warunkach**?

- **Okolo 1/3 firm deklaruje, że chętniej „dostosowywałaby się”**, gdyby mogła pozyskać preferencyjną pożyczkę.
- Jednak dla okolo **70% firm preferencyjne nie stanowią argumentu** za realizacją inwestycji, które w ich odczuciu są niepotrzebne lub nieopłacalne.
- Kwoty ewentualnych preferencyjnych pożyczek są niewysokie, w większości mieszczą się w przedziale:
  - **do 100 tys. zł** (51% respondentów),
  - **do 250 tys. zł** (61% respondentów).

# Wnioski z badań ilościowych <sup>(7)</sup>

Czy bylibyście Państwo zainteresowani **uzyskaniem certyfikatu dostępności** potwierdzającego, że firma spełnia wymogi dostępności architektonicznej, cyfrowej i informacyjno-komunikacyjnej?



Jakie **trzy główne korzyści** skłoniłyby Państwa firmę **do ubiegania się o certyfikat dostępności**?

<i><b>Oczekiwane korzyści</b></i>	<i><b>Ogółem</b></i>
Uzyskanie ulg w podatkach lub daninach publicznych	37%
Poprawa wizerunku firmy, jako podmiotu wrażliwego	33%
Pozyskanie zupełnie nowych	32%
...	...
Nie ma takich, w ogóle nie jestem zainteresowana/y	33%

CATI, n=806

# Wnioski z badań ilościowych <sup>(8)</sup>

Jakie **działania informacyjno-promocyjne** należałoby podjąć, aby zwiększyć zainteresowanie firm korzystaniem z instrumentów finansowych na działania związane z podniesieniem dostępności?

<i>Przedmiot kampanii</i>	<i>Ogółem</i>
<b>Kampania na temat potrzeb osób ze szczególnymi potrzebami</b>	<b>21%</b>
<b>Kampania na temat pożytków ekonomicznych</b>	<b>15%</b>
<b>Kampania na temat pożytków społecznych</b>	17%
<b>Kampania na temat możliwości skorzystania z preferencyjnych źródeł finansowania</b>	<b>23%</b>
<b>Inne</b>	1%
<b>nie wiem/trudno powiedzieć</b>	23%



❖ Dla przedsiębiorstw pow. 50 osób szczególnie ważne jest (30%) wskazanie pożytków ekonomicznych.

# Instrument finansowy w celu prowadzenia działań zwiększających dostępność

Cecha	Propozycja
<b>Typ instrumentu</b>	Pożyczka z częściowym umorzeniem
<b>Finansowane projekty</b>	Wszelkie przedsięwzięcia ułatwiające dostęp osobom ze szczególnymi potrzebami, zgodnie z audytem dostępności
<b>Audyty dostępności</b>	Realizowany samodzielnie lub przez audytora wynajętego przez pośrednika finansowego/MFF
<b>Maksymalna / średnia wartość pożyczki</b>	1 000 000 zł / 90 000 zł
<b>Zapadalność</b>	Do 7 lat
<b>Oprocentowanie</b>	0%
<b>Umorzenie pożyczki</b>	Po zrealizowaniu inwestycji, w wysokości 25% kapitału pożyczki

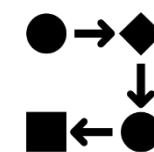
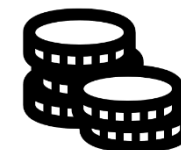


- 1 **Ogólnopolska kampania informacyjna**, podnosząca świadomość przedsiębiorców w zakresie problemów i sytuacji osób ze szczególnymi potrzebami, skoncentrowana na:
  - ❖ potencjale tej grupy jako segmentu klientów,
  - ❖ na korzyściach ekonomicznych płynących z dostosowania firmy do potrzeb tej grupy oraz
  - ❖ możliwościach skorzystania z preferencyjnych źródeł finansowania procesów dostosowawczych przedsiębiorstw (w końcowej fazie kampanii).
- 2 **Prezentacja dobrych praktyk** z Polski i innych krajów, związanych z procesami dostosowawczymi i ich pozytywnymi skutkami w sferze ekonomiki biznesu (dedykowany portal internetowy dotyczący dostępności – „Dostępność dla biznesu”).
- 3 **Kontynuacja i rozszerzenie programu szkoleniowego** dla przedstawicieli przedsiębiorstw w zakresie działań dostosowawczych zwiększających dostępność.





- 4 Udostępnienie **preferencyjnego instrumentu finansowego** (po co najmniej 6 miesiącach od początku kampanii informacyjnej), jako źródła finansowania procesów dostosowawczych – instrument mieszany (pożyczka z umorzeniem).
- 5 **System wdrażania instrumentu finansowego** oparty o Bank Gospodarstwa Krajowego jako menadżera. Instrument udostępniany przy wykorzystaniu pośredników finansowych (na wzór rozwiązań obecnie funkcjonującego Funduszu Dostępności).
- 6 **Audyt i certyfikacja** – przegląd rozwiązań w celu podjęcia decyzji o funkcjonowaniu systemu w odniesieniu do sektora przedsiębiorstw (wypracowanie rozwiązań dotyczących nadawania certyfikatu i jego odpłatności).





Fundusze  
Europejskie  
Pomoc Techniczna



Rzeczpospolita  
Polska

Unia Europejska  
Fundusz Spójności



# Dziękujemy za uwagę !

Maciej Gajewski, Robert Kubajek, Marzena Sochańska-Kawiecka, Jan Szczucki, Justyna Witkowska  
Magdalena Ośka, Henryk Kalinowski, Anna Matejczuk-Rosa