



## Raport z badania CATI przeprowadzonego na pracodawcach z otwartego rynku pracy realizowanego w ramach projektu „Wsparcie zatrudnienia osób niepełnosprawnych na otwartym rynku pracy” Działanie 1.4 SPO RZL schemat b)



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego oraz PFRON

6 lipca 2007

# Agenda

<b>1. Badanie - podsumowanie</b>	<b>3</b>
<b>2. Cele i opis badania</b>	<b>4</b>
<b>3. Opis kampanii</b>	<b>6</b>
<b>4. Wpływ projektu na zwiększanie zainteresowania zatrudnieniem osób niepełnosprawnych:</b>	
• <b>Zauważalność kampanii</b>	<b>8</b>
• <b>Wpływ kampanii na stosunek pracodawców do zatrudniania osób niepełnosprawnych</b>	<b>22</b>
• <b>Zainteresowanie pracodawców poszukiwaniem informacji na temat zatrudniania niepełnosprawnych</b>	<b>31</b>
<b>5. Postrzeganie osób niepełnosprawnych, ich roli w życiu społecznym oraz barier w zatrudnieniu</b>	



## Badanie - podsumowanie

- Pracodawcy oceniają, że kampania PFRON miała pozytywny wpływ na postrzeganie niepełnosprawnych i zachęca pracodawców do zatrudnienia osób niepełnosprawnych
- Podstawowe korzyści jak i bariery związane z zatrudnianiem osób niepełnosprawnych mają charakter „techniczny” a nie „mentalny” (korzyści – dofinansowanie do kosztów zatrudnienia osoby niepełnosprawnej, bariery – dostosowanie stanowiska pracy dla osoby niepełnosprawnej)
- Pracodawcy są otwarci wobec niepełnosprawnych – akceptują w pełni ideę aktywizacji zawodowej niepełnosprawnych, akceptują osoby niepełnosprawne w najbliższym otoczeniu i postrzegają niepełnosprawnych jako w pełni wartościowych potencjalnych pracowników
- Pracodawcy w zdecydowanej większości są świadomi istnienia korzyści wynikających z zatrudnienia osoby niepełnosprawnej, ale nie są w stanie podać szczegółów związanych z tymi korzyściami



## Cele badania

- Określenie wpływu projektu - kampanii mediowej - na zwiększenie poziomu zainteresowania zatrudnianiem osób niepełnosprawnych w ramach otwartego rynku pracy
- Określenie postrzegania osób niepełnosprawnych i ich roli w życiu społecznym przez pracodawców; przeanalizowanie barier w postrzeganiu osoby niepełnosprawnej jako pełnowartościowego i potencjalnego pracownika
- Sprawdzenie stanu wiedzy pracodawców o korzyściach wynikających z zatrudnienia osób niepełnosprawnych
- Ocena zauważalności kampanii



## Opis badania

- Badanie przeprowadzono metodą telefoniczną CATI
- Na próbie N=901 osób - pracodawców (właściciele firm lub osób zarządzających) lub osób decydujących o zatrudnieniu (kadrowych oraz kierowników działów) na otwartym rynku pracy
- Respondentów dobrano wg następujących kryteriów:
  - Wiek 18 – 64 lata
  - Wielkość zakładu (do 49 osób, 50-249 osób, powyżej 250 osób) – równe udziały
  - Województwo (wszystkie) – równe udziały
  - Miejscowości (16 miast wojewódzkich – 50% próby / pozostałe miejscowości – 50% próby).



# Opis kampanii

- Kampania skierowana była do pracodawców otwartego rynku pracy
- Czas trwania: od marca do lipca 2007
- Wykorzystane media:
  - Telewizja (spoty 45" i 30" o oglądalności 1 700 GRP, 100 filmów instruktażowych 60" oraz 6 dwuminutowych reportaży)
  - Prasa (28 emisji w prasie 'kierowniczo/księgowej')
  - Radio (6 dwuminutowych reportaży)
  - Outdoor (tablice 6x3 – 400 w kwietniu i 400 w czerwcu; tablice CLP – w kwietniu 180 w centrach biznesowych i 500 zwykłych oraz w czerwcu 180 w centrach biznesowych)
  - Internet (na portalach związanych z firmą - double billboardy 1 910 000 odsłon, rectangle 2 410 000 odsłon, panorama billboard – przez 5 dni, e-mailing z baz – 683 000 wysłanych maili, artykuły sponsorowane – przez 5 tygodni)



# Opis kampanii – kalendarz mediowy

KALENDARZ MEDIOWY 2007																														
miesiąc tydzień	MARZEC					KWIECIEŃ				MAJ					CZERWIEC				LIPIEC											
	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30								
<b>TELEWIZJA</b>																														
<b>spot</b>	spoty					spoty				filmy instruktażowe					reportaże				spoty											
<b>GRP</b>	45" 45" 30" 30"					30" 30"				2 x pakiet Biznes Folder 100 folderów, 4x25, 60"					2 minuty TVP-TVN24				45" 30" 30" 30"											
	180 180 160 160					160 160									180 180				170 170											
<b>PRASA</b>																														
<b>Emisje</b>	28 emisji w prasie "kierowniczo/księgowej"																													
<b>RADIO</b>																														
<b>spot</b>	reportaże 2 minuty																													
<b>OUTDOOR</b>																														
<b>Formaty Ilości</b>						6x3 & CLP CLP biznes 180, CLP zwykłe 500 G8, 400 6x3										6x3 & CLP CLP biznes 180, 400 6x3														
<b>INTERNET</b>																														
<b>Formaty/ Ilość</b>	double billboard 1 910 000 odsłon										rectangle 2 410 000 odsłon					e-mailing 683 000 wysłanych maili				artykuły sponsorowane przez 5 tyg panorama billboard										



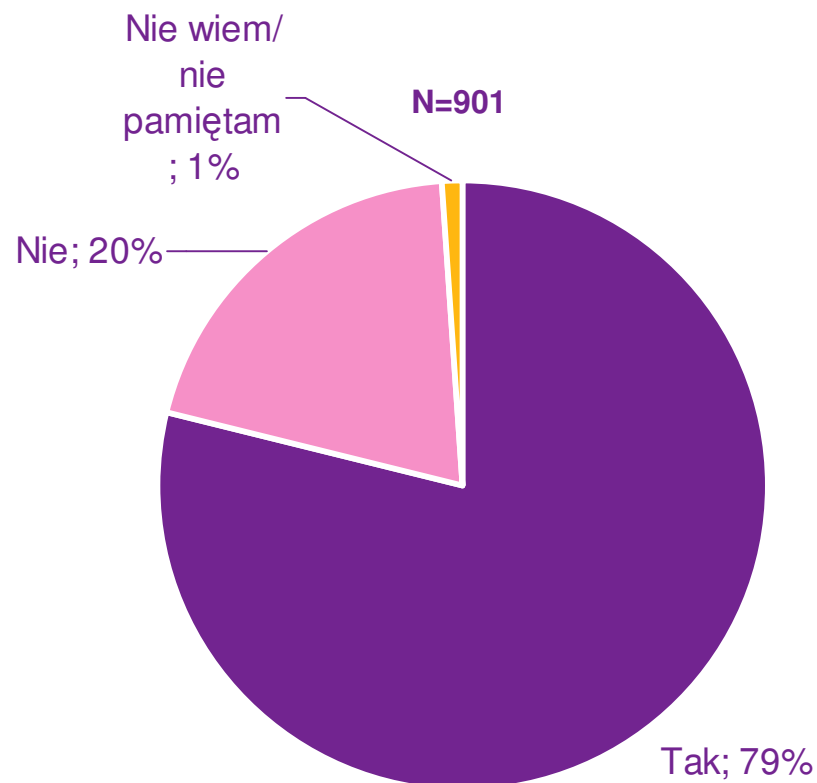
## ZAUWAŻALNOŚĆ KAMPANII





## ZAUWAŻALNOŚĆ KAMPANII

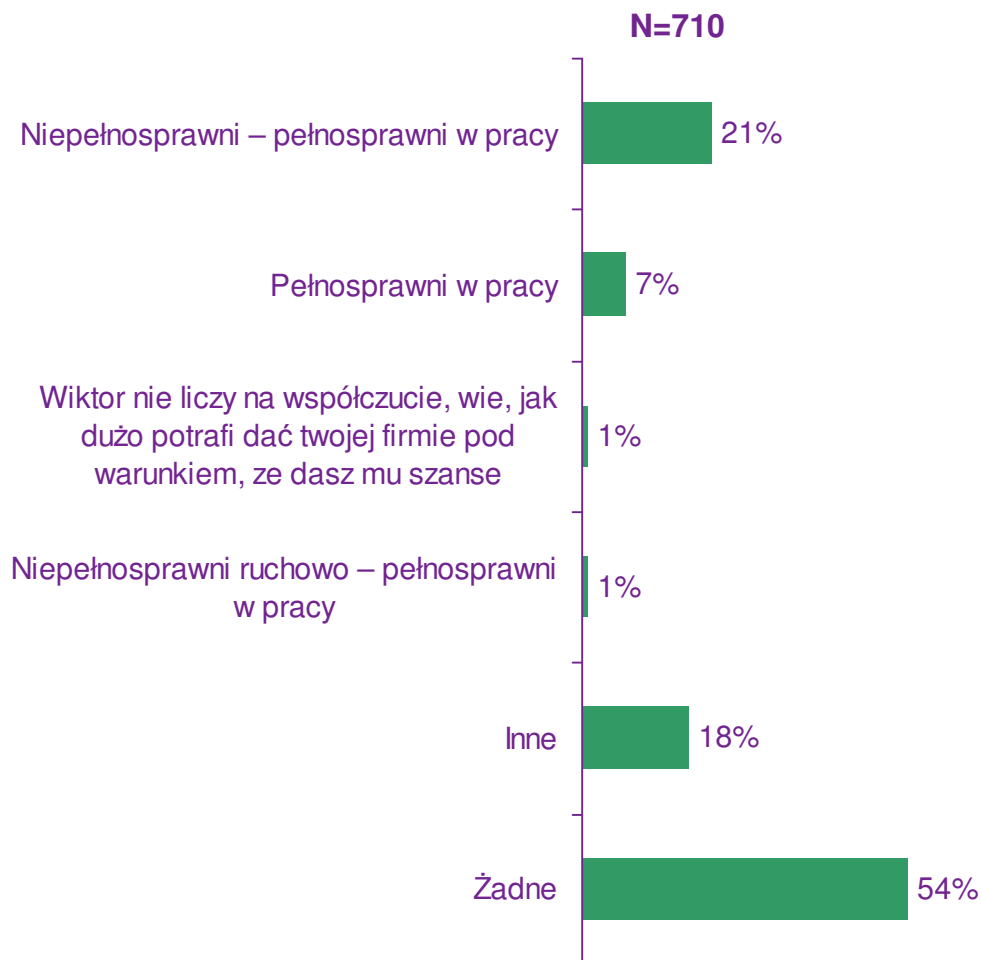
Czy w ciągu ostatnich 6 miesięcy spotkał/a się Pan/i z kampanią medialną, związaną z zatrudnianiem osób niepełnosprawnych?



■ Blisko 4/5 badanych pracodawców deklarowało, iż w ciągu ostatnich 6 miesięcy miało kontakt z kampanią dotyczącą zatrudniania osób niepełnosprawnych

## ZAUWAŻALNOŚĆ KAMPANII

### Zapamiętane hasła kampanii (spontanicznie)



■ Ponad 1/5 ankietowanych, którzy deklarowali, że mieli kontakt z kampanią dotyczącą zatrudniania osób niepełnosprawnych, potrafiła spontanicznie podać hasło kampanii – „niepełnosprawni – pełnosprawni w pracy”

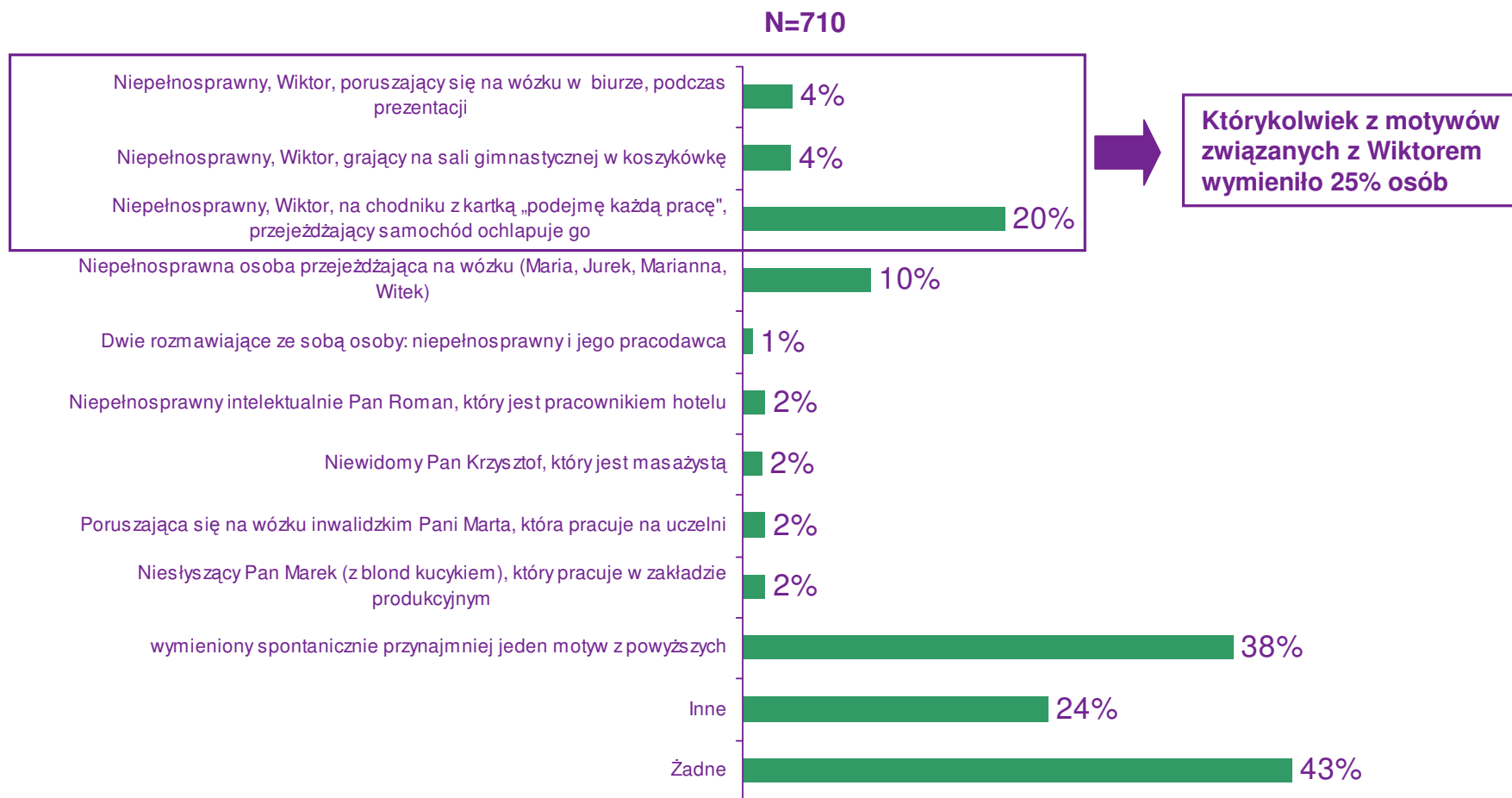
■ W sumie 30 % ankietowanych, którzy mieli kontakt z kampanią potrafiło wymienić przynajmniej jedno hasło kampanii (prowadzonej obecnie lub wcześniej)



Wśród osób, które deklarowały, że miały kontakt z kampanią

## ZAUWAŻALNOŚĆ KAMPANII

### Zapamiętane motywy kampanii (spontanicznie)



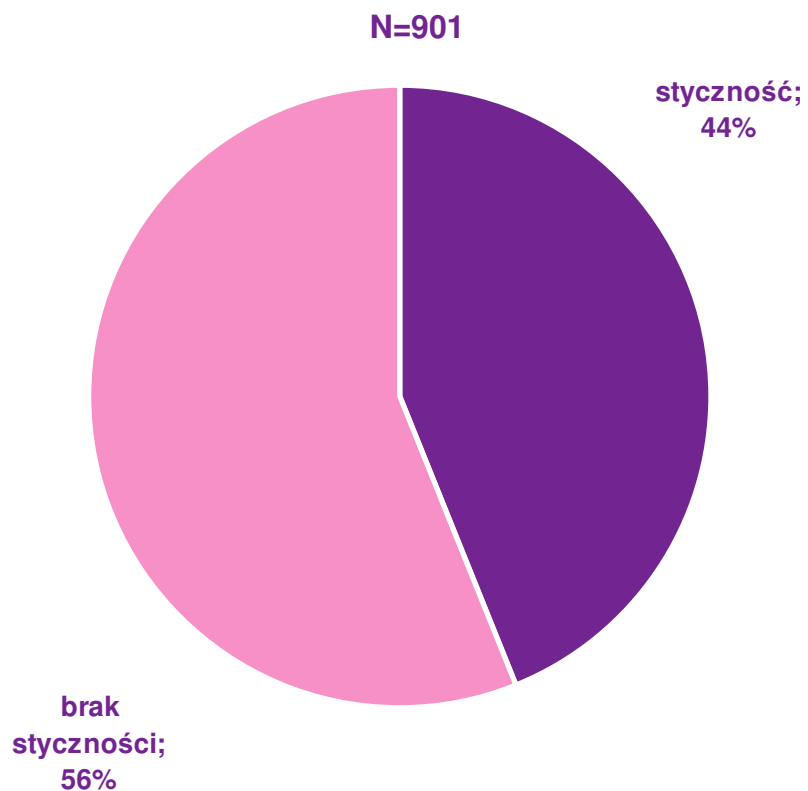
■ 1/4 ankietowanych, którzy mieli kontakt z kampanią potrafiła wymienić motywy związane z tegoroczną kampanią



Wśród osób, które deklarowały, że miały kontakt z kampanią

## ZAUWAŻALNOŚĆ KAMPANII

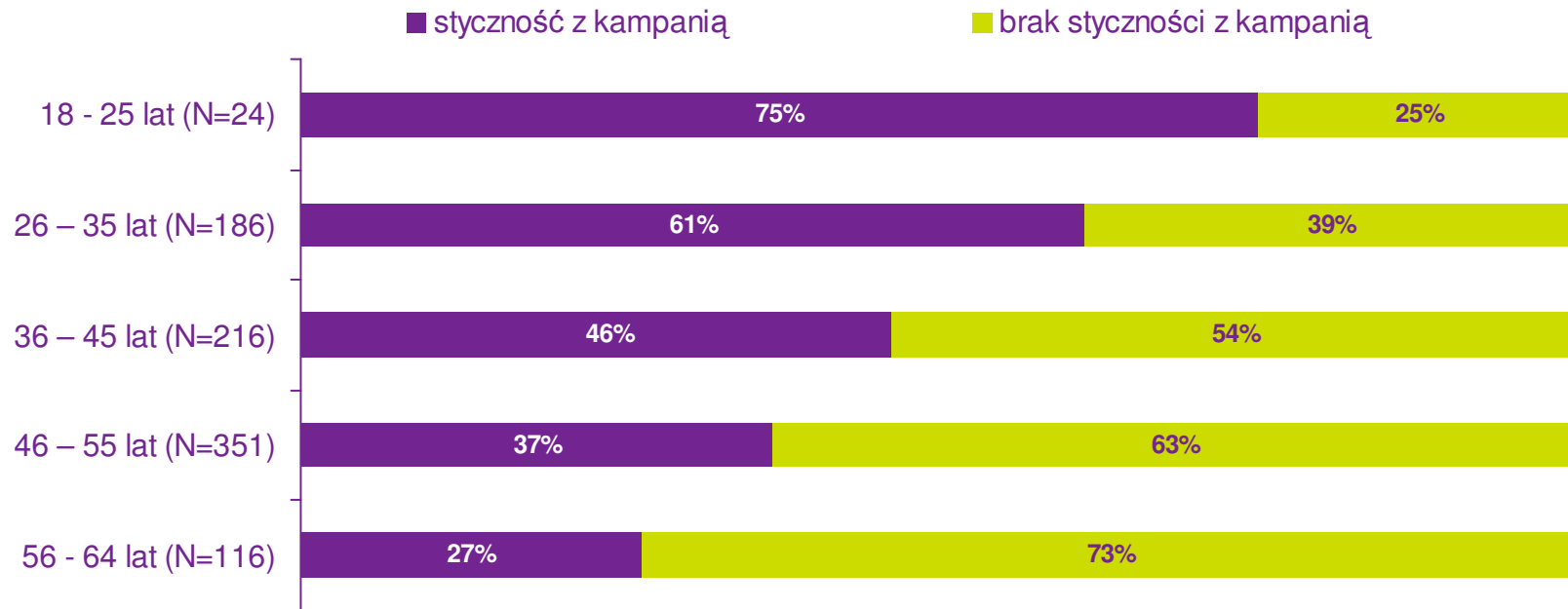
### Styczność z kampanią – spontaniczne zapamiętanie haseł i motywów



■ Ponad 44% wszystkich ankietowanych spontanicznie było w stanie podać przynajmniej jedno hasło lub motyw związany z kampanią PFRON

## ZAUWAŻALNOŚĆ KAMPANII

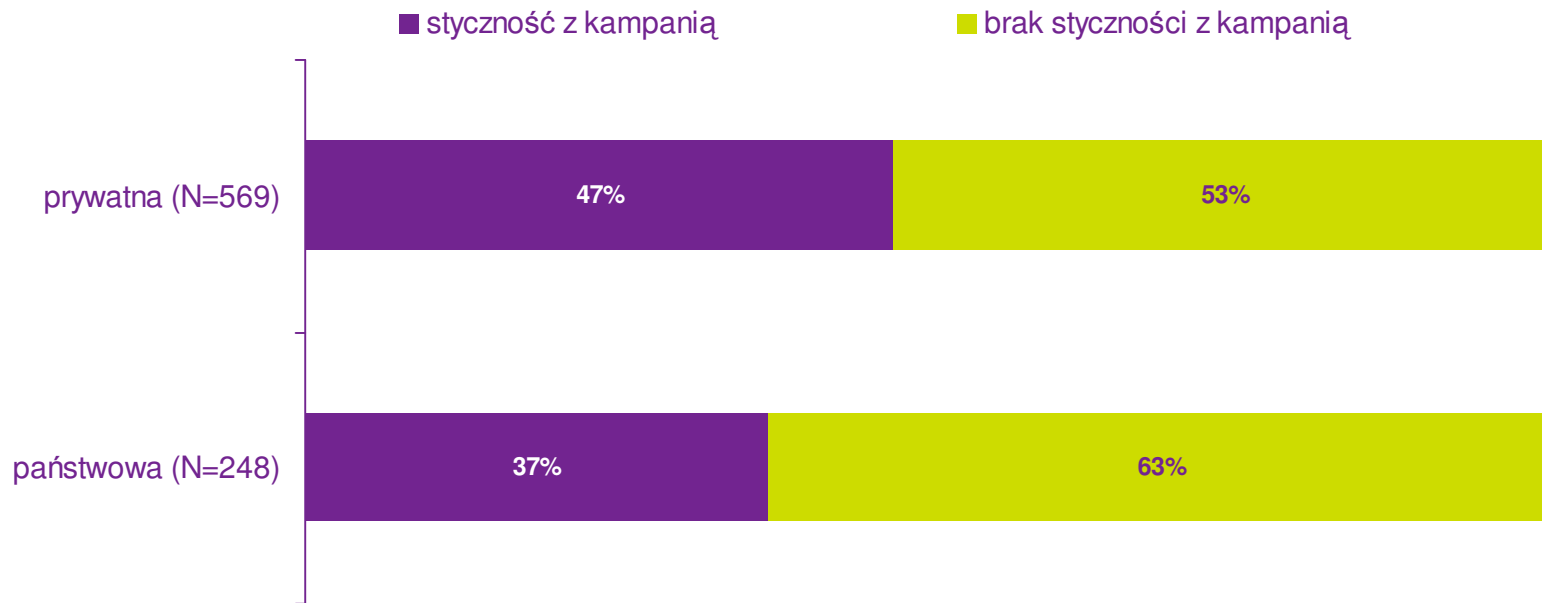
### Styczność z kampanią (spontaniczna) w zależności od wieku



- Zapamiętywalność kampanii (spontaniczna) rosła wraz ze spadkiem wieku badanej podgrupy
- Kampania została najslabiej zapamiętana przez starszych respondentów

## ZAUWAŻALNOŚĆ KAMPANII

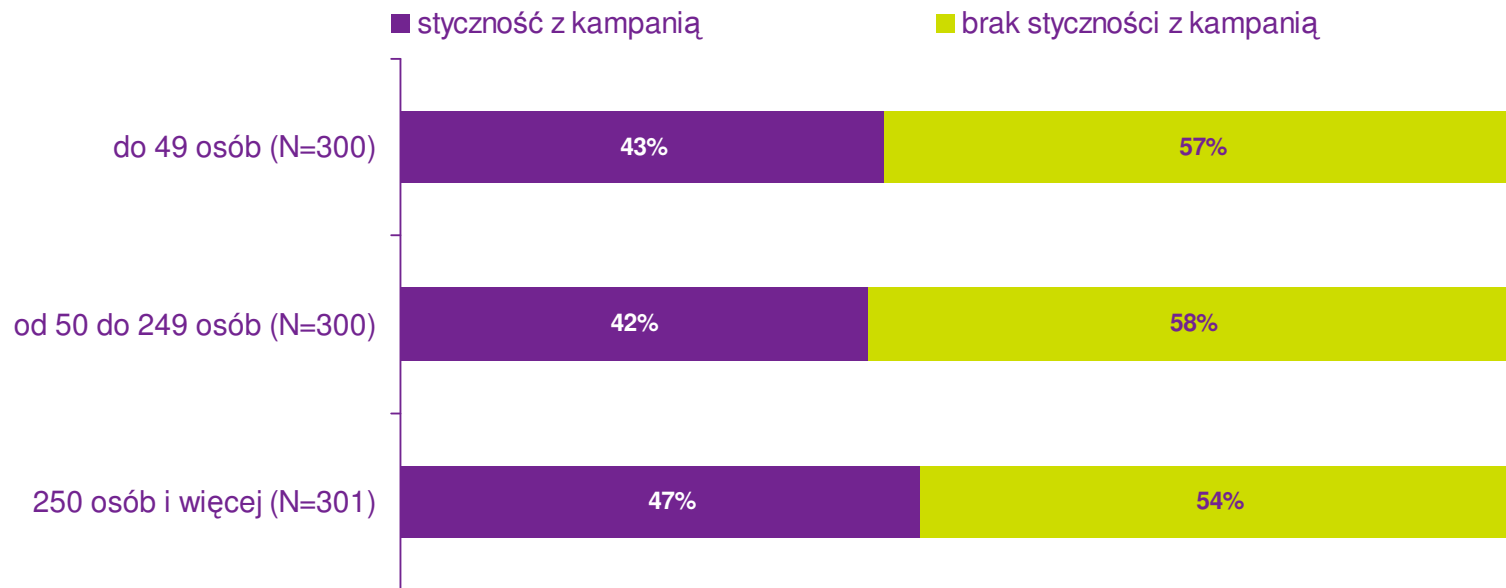
### Styczność z kampanią (spontaniczna) w zależności od formy własności firmy



- Kampania została lepiej zapamiętana przez respondentów reprezentujących firmy prywatne (blisko połowa tej grupy spontanicznie była w stanie odtworzyć hasło lub motyw związany z kampanią PFRON)

## ZAUWAŻALNOŚĆ KAMPANII

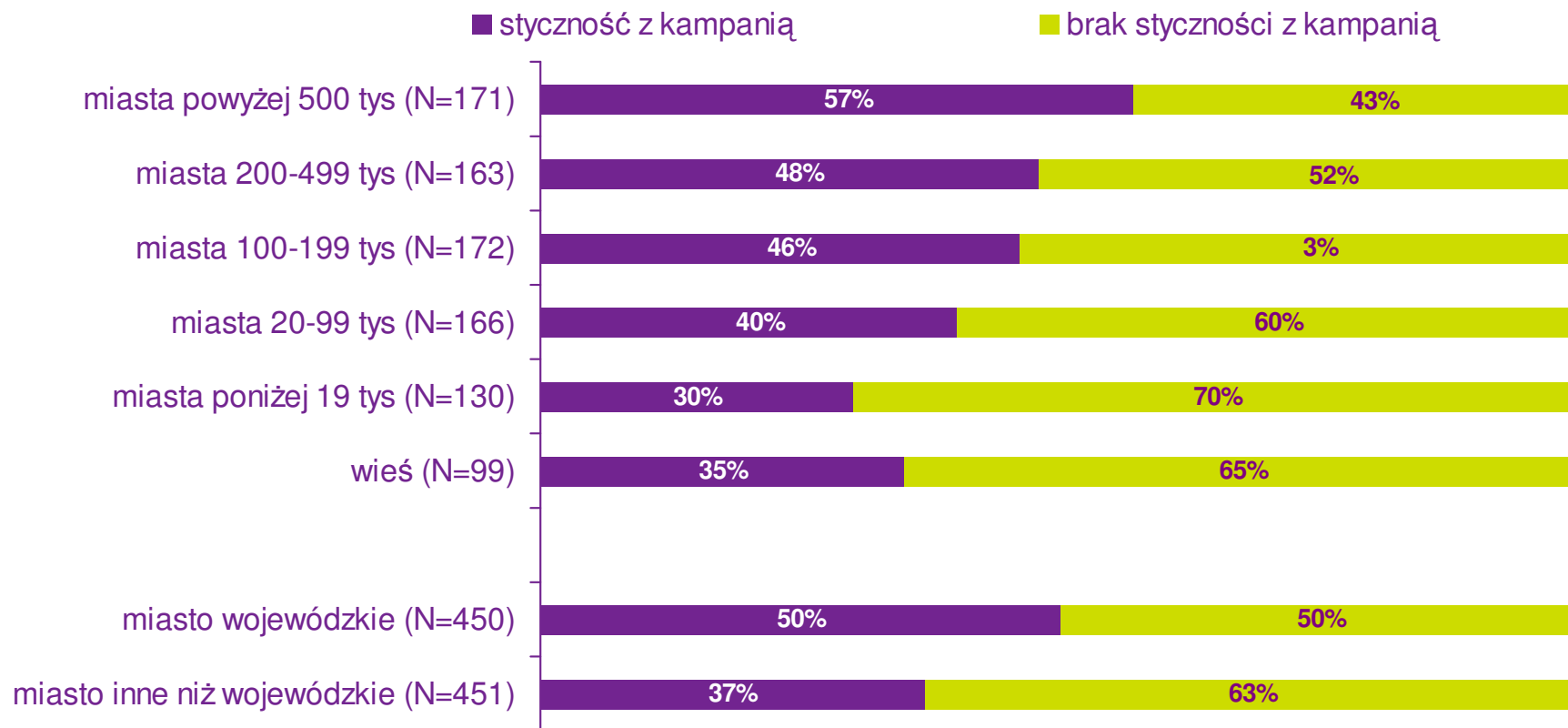
### Styczność z kampanią (spontaniczna) w zależności od wielkości firmy



■ Brak widocznego związku między zauważalnością kampanii a wielkością firmy, którą reprezentował respondent

## ZAUWAŻALNOŚĆ KAMPANII

### Styczność z kampanią (spontaniczna) w zależności od wielkości i typu miejscowości



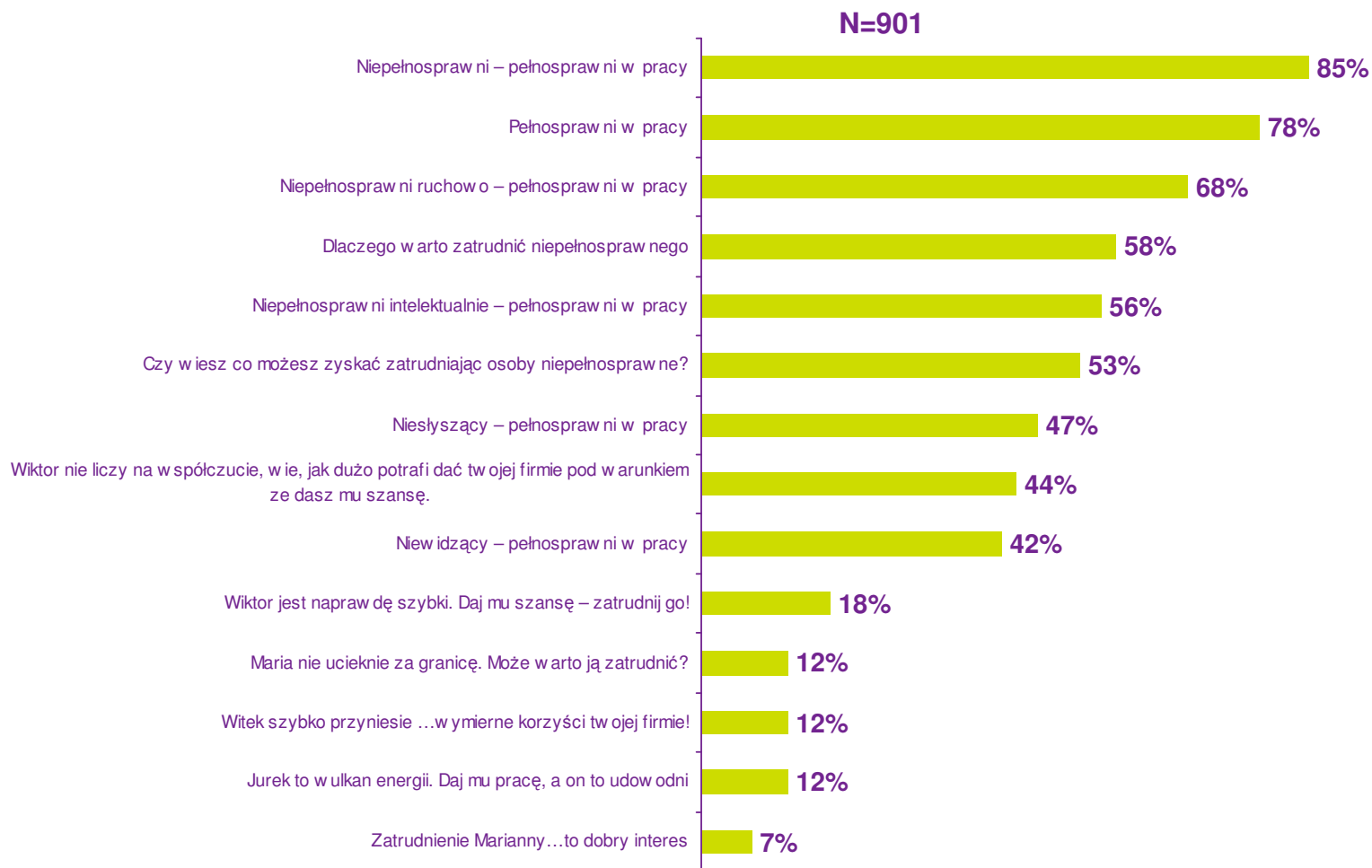
■ Kampania była częściej zauważana przez respondentów z większych miast (im większe miejscowość, tym lepsza zauważalność kampanii)





## ZAUWAŻALNOŚĆ KAMPANII

### Zapamiętane hasła kampanii (znajomość wspomagana)



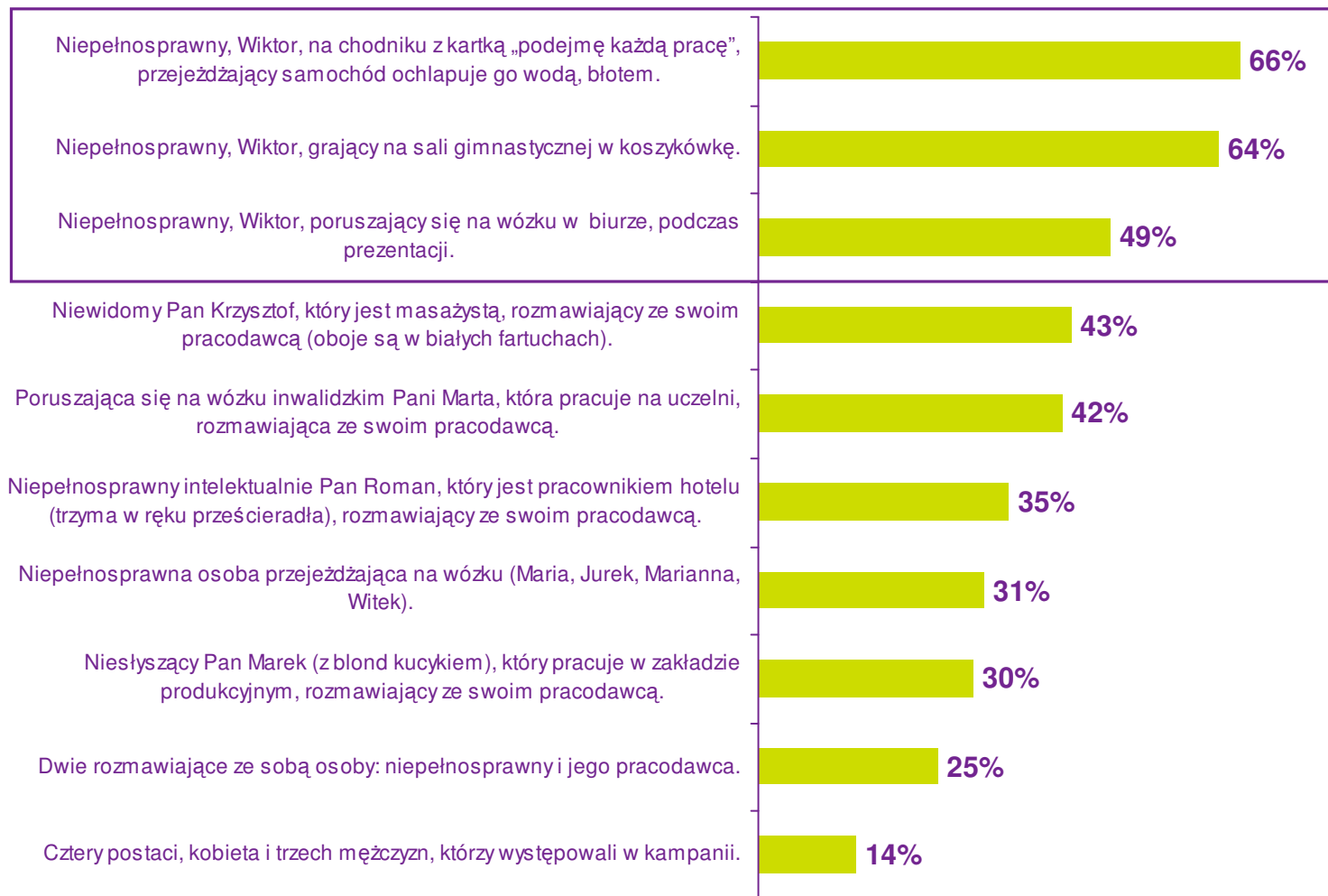
■ Główne hasło kampanii rozpoznawało 85% ankietowanych



## ZAUWAŻALNOŚĆ KAMPANII

### Zapamiętane motywy kampanii (znajomość wspomagana)

N=901

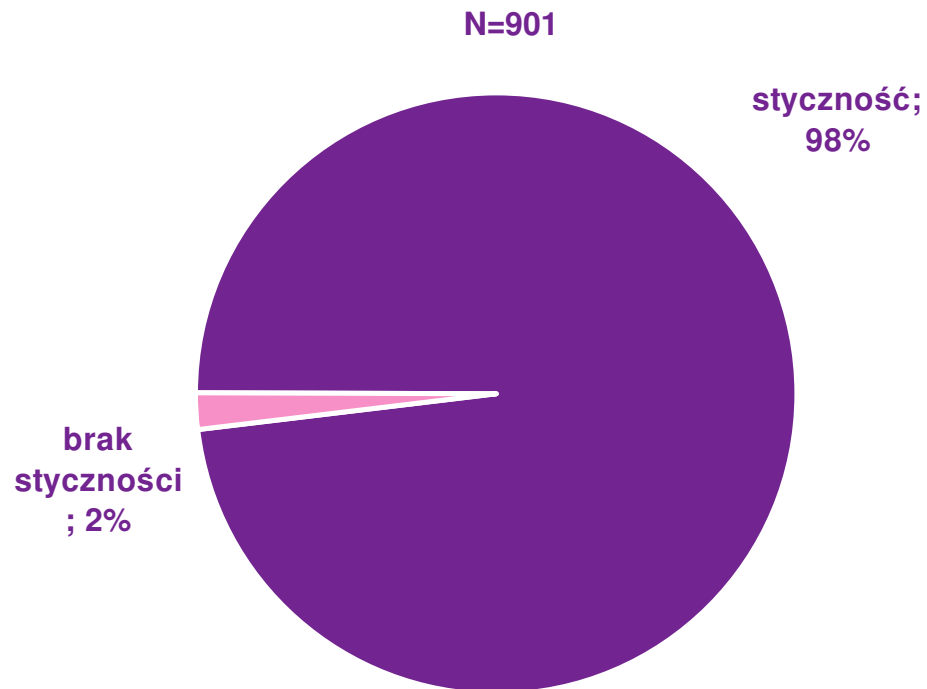


Którykolwiek z motywów związanych z Wiktorem zapamiętało 81% wszystkich osób

## ZAUWAŻALNOŚĆ KAMPANII

### Styczność z kampanią

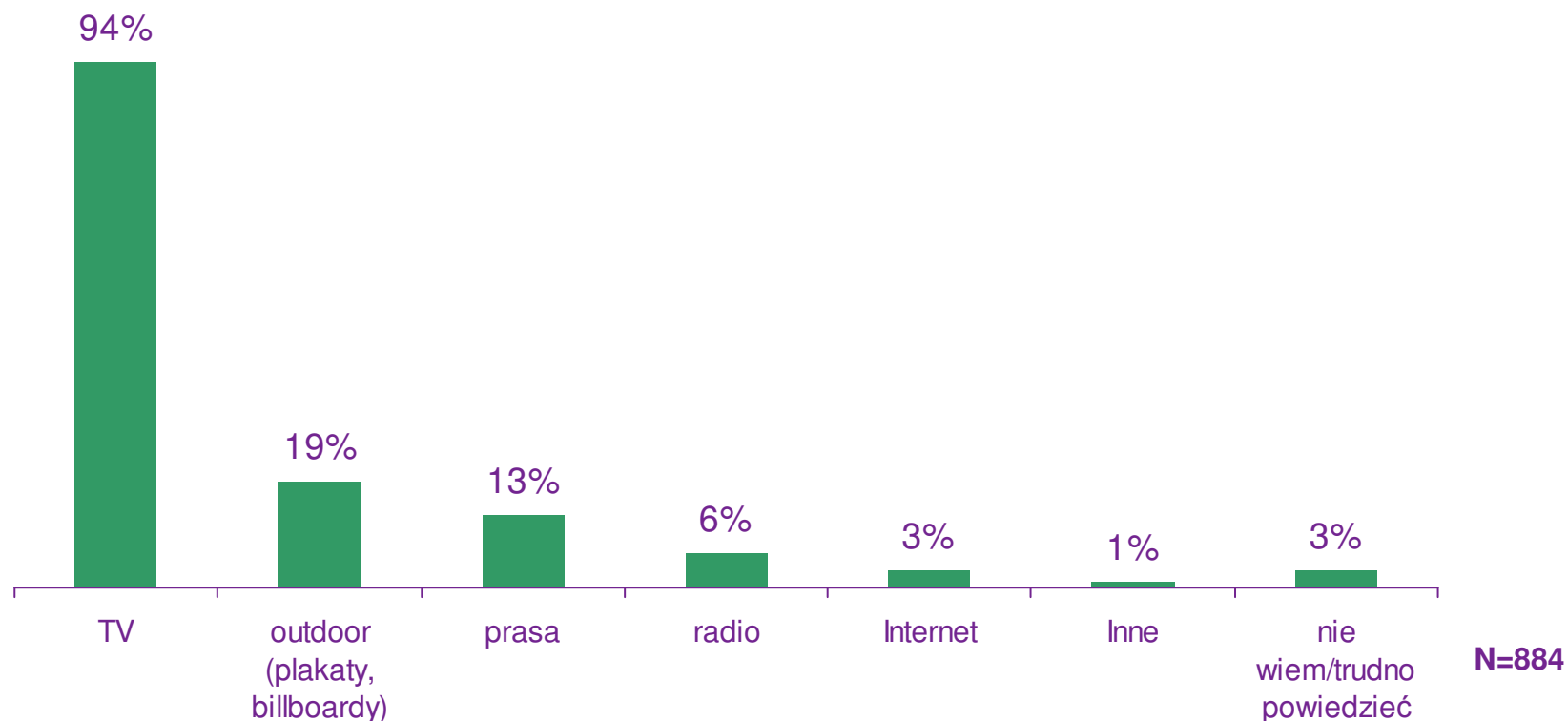
*konstrukcja wskaźnika: osoby mające styczność z kampanią to takie, które wymieniły spontaniczne lub rozpoznały ze wspomaganiem przynajmniej jeden motyw lub hasło*



- Prawie wszyscy ankietowani rozpoznali przynajmniej jedno hasło lub motyw z kampanii bieżącej lub poprzedniej
- Zaledwie 2% pracodawców pozostało poza zasięgiem kampanii

## ZAUWAŻALNOŚĆ KAMPANII

### W jakich mediach spotkał/a się Pan/i z tą kampanią?



- Ponad 90% respondentów, którzy rozpoznali przynajmniej jeden motyw lub hasło z kampanii PFRON, deklarowało kontakt z reklamą TV, blisko 1/5 – z kampanią outdoorową



Wśród osób, które rozpoznały ze wspomaganiami co najmniej jeden motyw lub hasło

## Zauważalność kampanii - podsumowanie

- Kampania dotarła skutecznie do 4/5 pracodawców (osoby, deklarujące, że w ciągu ostatnich 6 miesięcy miały kontakt z kampanią)
- Zauważalność kampanii była zdecydowanie wyższa w grupie młodszych pracodawców, wśród pracodawców z większych miast
- Na zauważalność kampanii nie miała wpływu wielkość przedsiębiorstwa/zakładu pracy
- Ostatnie 2 kampanie PFRON swoim zasięgiem objęły prawie wszystkich pracodawców – rozpoznawalność hasła lub motywu na poziomie 98%





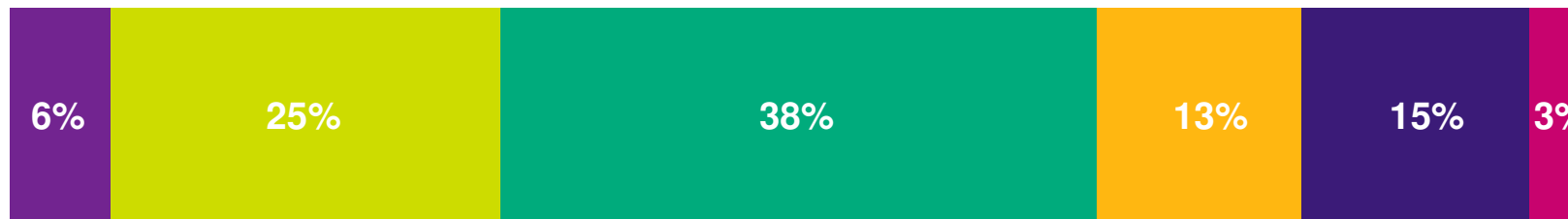
## WPŁYW KAMPANII NA STOSUNEK PRACODAWCÓW DO ZATRUDNIANIA OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH



## WPŁYW KAMPANII NA STOSUNEK PRACODAWCÓW DO ZATRUDNIANIA OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH

Czy kampania, z którą się Pan/i zetknęła zachęciła Pana/Panią do bliższego zapoznania się z zagadnieniami związanymi z zatrudnianiem osób niepełnosprawnych?

■ zdecydowanie tak   ■ raczej tak   ■ raczej nie   ■ zdecydowanie nie   ■ nie, ponieważ posiadam już wiedzę na ten temat   ■ trudno powiedzieć



N=884

■ Ponad 30% ankieterowanych pracodawców uznało, że kampania PFRON zachęca do bliższego zapoznania się z zagadnieniami związanymi z zatrudnianiem osób niepełnosprawnych

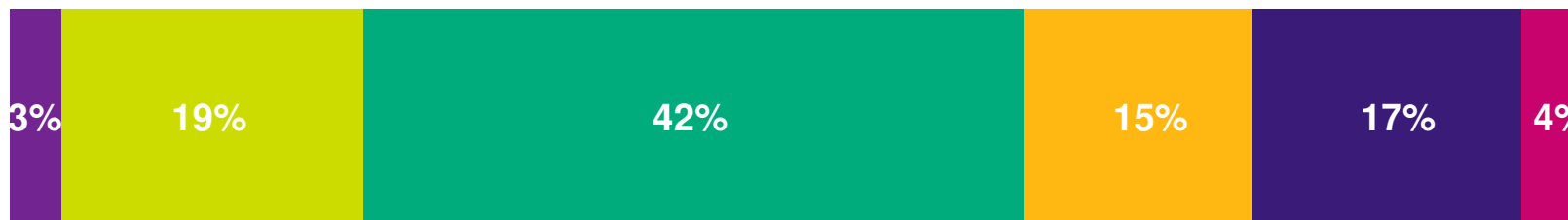


Wśród osób, które rozpoznały ze wspomaganiem co najmniej jeden motyw lub hasło

WPLYW KAMPANII NA STOSUNEK PRACODAWCÓW DO ZATRUDNIANIA OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH

## Czy dzięki kampanii uzyskał/a Pan/i informacje, które zachęciły do zatrudnienia osoby niepełnosprawnej?

■ zdecydowanie tak   ■ raczej tak   ■ raczej nie   ■ zdecydowanie nie   ■ nie, ponieważ posiadam już wiedzę na ten temat   ■ trudno powiedzieć



N=884

- Ponad 1/5 ankietyowanych pracodawców deklarowała, że dzięki kampanii uzyskali informacje, które zachęciły do zatrudnienia osób niepełnosprawnych

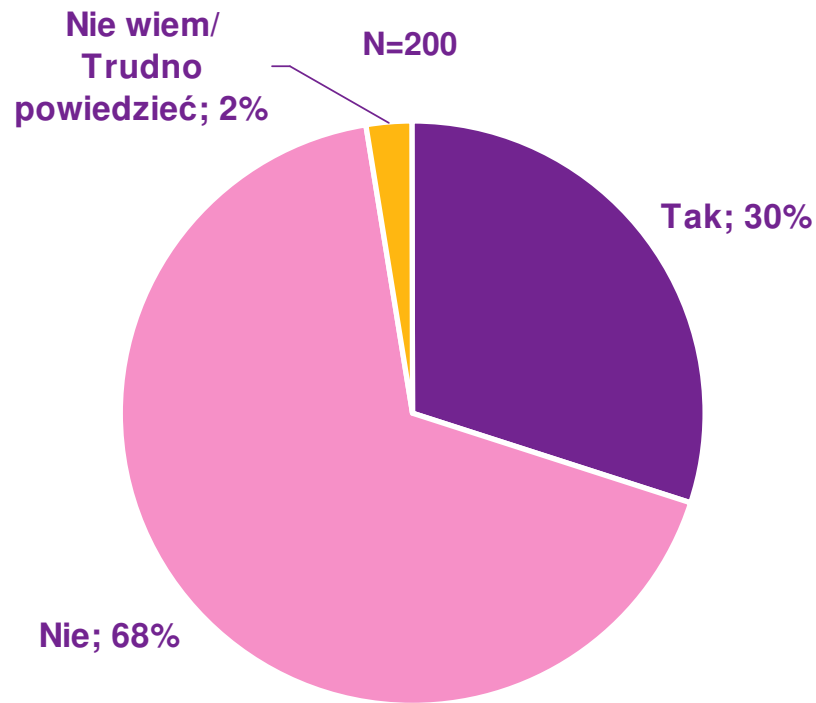


Wśród osób, które rozpoznały ze wspomaganiam co najmniej jeden motyw lub hasło



WPLYW KAMPANII NA STOSUNEK PRACODAWCÓW DO ZATRUDNIANIA OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH

## Czy starał/a się Pan/i zdobyć kolejne informacje na temat zatrudnienia osób niepełnosprawnych?

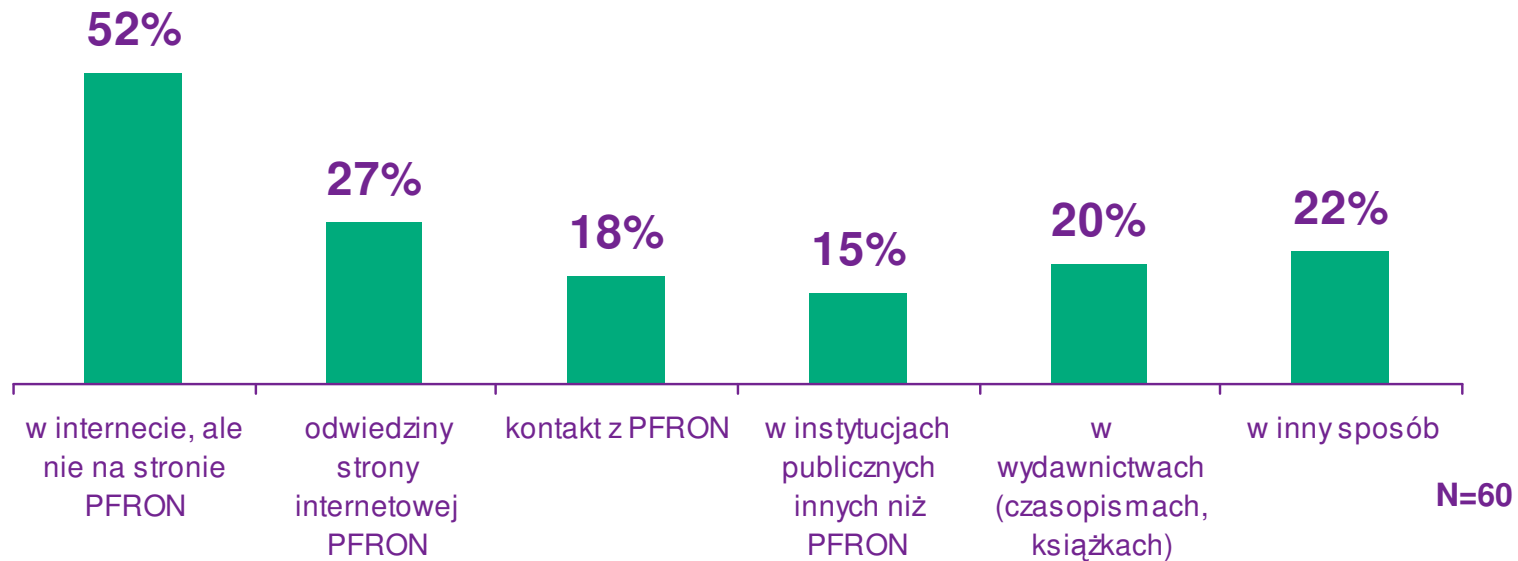


■ Aż **30% pracodawców** deklarujących, że kampania pozwoliła im zdobyć informacje zachęcające do zatrudniania osób niepełnosprawnych, po kontakcie z kampanią starało się zdobyć dalsze informacje dotyczące zatrudniania osób niepełnosprawnych

Wśród osób, które stwierdziły, że zdecydowanie lub raczej tak dzięki kampanii uzyskały informacje, które zachęciły do zatrudnienia osoby niepełnosprawnej

## WPLYW KAMPANII NA STOSUNEK PRACODAWCÓW DO ZATRUDNIANIA OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH

### W jaki sposób starał/a się Pan/i zdobyć kolejne informacje o zatrudnianiu osób niepełnosprawnych?



- Wśród pracodawców, którzy zdecydowali się pod wpływem kampanii szukać dalszych informacji dotyczących zatrudniania osób niepełnosprawnych, najpopularniejszym źródłem wiedzy był internet (ale nie na stronie PFRON) oraz strona internetowa PFRON
- Mniej niż 1/5 ankietowanych zdecydowała się na kontakt z PFRON

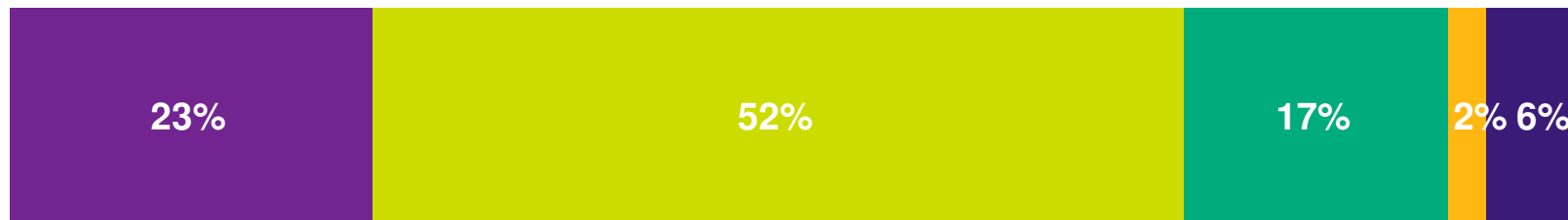


Wśród osób, które stwierdziły, że starały się zdobyć kolejne informacje na temat zatrudniania osoby niepełnosprawnej

## WPLYW KAMPANII NA STOSUNEK PRACODAWCÓW DO ZATRUDNIANIA OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH

### Czy sądzi Pan/i, że kampania wpłynęła korzystnie na zmianę postaw społecznych Polaków wobec osób niepełnosprawnych?

■ zdecydowanie tak   ■ raczej tak   ■ raczej nie   ■ zdecydowanie nie   ■ trudno powiedzieć



N=884

- Aż  $\frac{3}{4}$  ankietowanych pracodawców oceniło, iż kampania PFRON wpłynie korzystnie na zmiany postaw społecznych Polaków wobec osób niepełnosprawnych
- Co warto podkreślić, blisko  $\frac{1}{4}$  ankietowanych oceniła, iż kampania „zdecydowanie” wpłynęła na zmianę postaw społecznych Polaków



Wśród osób, które rozpoznały ze wspomaganiami co najmniej jeden motyw lub hasło N=884

WPLYW KAMPANII NA STOSUNEK PRACODAWCÓW DO ZATRUDNIANIA OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH

Czy sądzi Pan/i, że kampania przekonała pracodawców, iż osoby niepełnosprawne są równie wydajnymi pracownikami jak pełnosprawne?

■ zdecydowanie tak    ■ raczej tak    ■ raczej nie    ■ zdecydowanie nie    ■ trudno powiedzieć



N=884

■ Blisko 2/3 ankietowanych pracodawców było zdania, iż kampania PFRON przekonała pracodawców, że osoby niepełnosprawne są równie wydajnymi pracownikami jak pełnosprawne



Wśród osób, które rozpoznały ze wspomaganiem co najmniej jeden motyw lub hasło

WPLYW KAMPANII NA STOSUNEK PRACODAWCÓW DO ZATRUDNIANIA OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH

## Czy wydaje się Pani/u, że po tej kampanii pracodawcy będą chętniej zatrudniać osoby niepełnosprawne?

■ zdecydowanie tak   ■ raczej tak   ■ raczej nie   ■ zdecydowanie nie   ■ trudno powiedzieć



N=884

■ Większość pracodawców oceniła, że kampania zachęca do zatrudniania osób niepełnosprawnych



Wśród osób, które rozpoznały ze wspomaganiem co najmniej jeden motyw lub hasło

## Stosunek do osób niepełnosprawnych - komentarz

- Zdecydowana większość pracodawców oceniła, że kampania miała korzystny wpływ na kształtowanie postaw wobec osób niepełnosprawnych
- Osoby, które pod wpływem kampanii poszukiwały dalszych informacji dotyczących zatrudniania osób niepełnosprawnych najczęściej korzystały z internetu → warto wspierać w dalszym ciągu działania internetowe, rozbudować stronę PFRON i starać się docierać do pracodawców drogą internetową



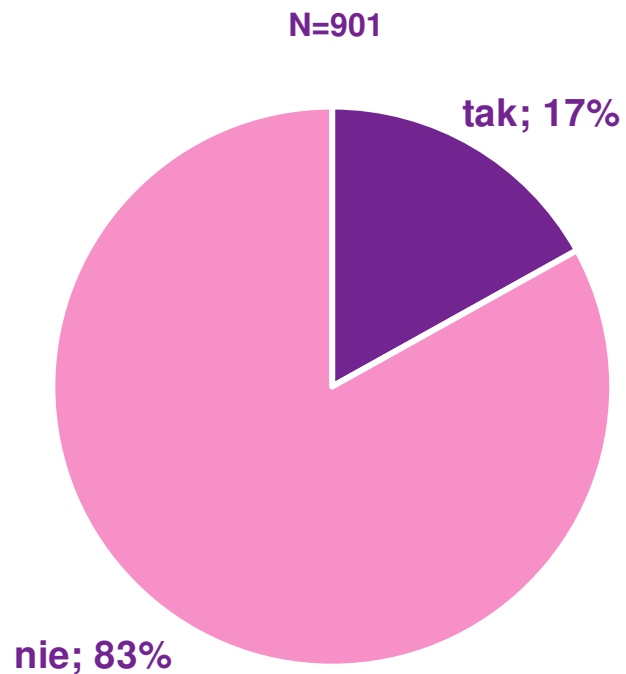


# ZAINTERESOWANIE PRACODAWCÓW POSZUKIWANIEM INFORMACJI NA TEMAT ZATRUDNIANIA OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH



**ZAINTERESOWANIE PRACODAWCÓW POSZUKIWANIEM INFORMACJI NA TEMAT ZATRUDNIANIA OSÓB  
NIEPEŁNOSPRAWNYCH**

**Czy w ciągu ostatnich 6 miesięcy poszukiwał/a Pan/i informacji na temat zatrudniania osób niepełnosprawnych?**

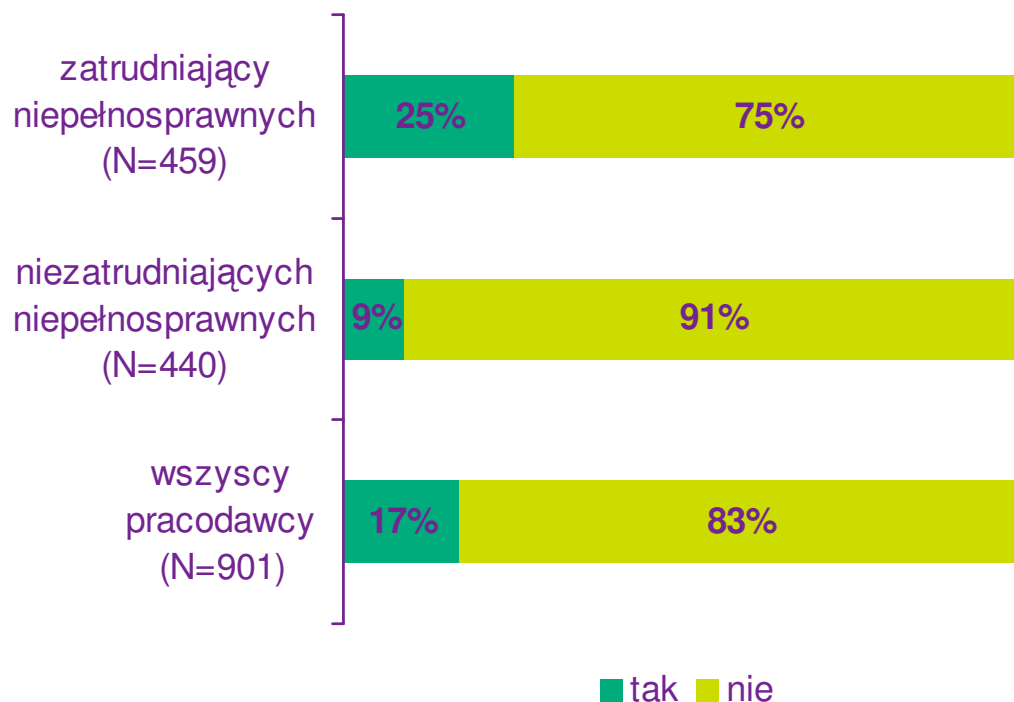


■ W ciągu ostatnich 6 miesięcy zaledwie 17% pracodawców poszukiwało informacji na temat zatrudniania osób niepełnosprawnych



**ZAINTERESOWANIE PRACODAWCÓW POSZUKIWANIEM INFORMACJI NA TEMAT ZATRUDNIANIA OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH**

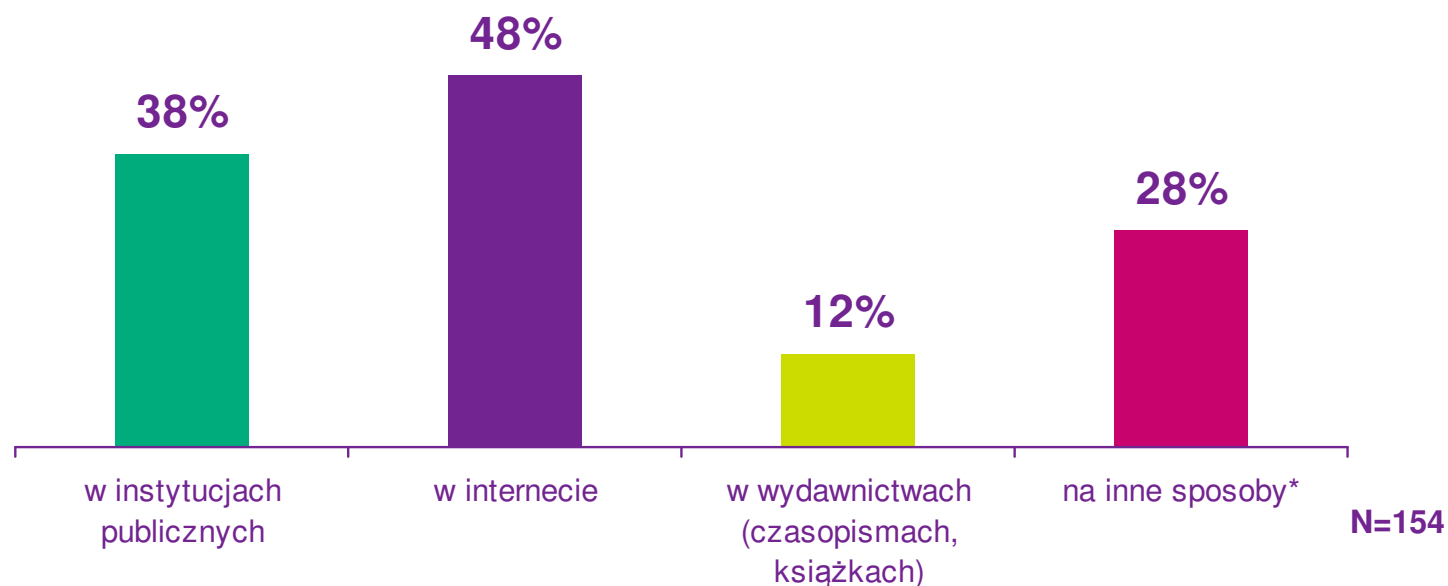
**Czy w ciągu ostatnich 6 miesięcy poszukiwał/a Pan/i informacji na temat zatrudniania osób niepełnosprawnych?**



■ Pracodawcy, którzy zatrudniają niepełnosprawnych częściej niż niezatrudniający poszukiwali informacji odnośnie zatrudniania osób niepełnosprawnych

**ZAINTERESOWANIE PRACODAWCÓW POSZUKIWANIEM INFORMACJI NA TEMAT ZATRUDNIANIA OSÓB  
NIEPEŁNOSPRAWNYCH**

**Gdzie poszukiwał/a Pan/i informacji na temat zatrudniania osób  
niepełnosprawnych?**



- Najczęściej pracodawcy poszukują informacji dotyczących zatrudnienia osób niepełnosprawnych w internecie (48%), ale 38% pracodawców deklaruje, że szuka takich informacji w instytucjach publicznych

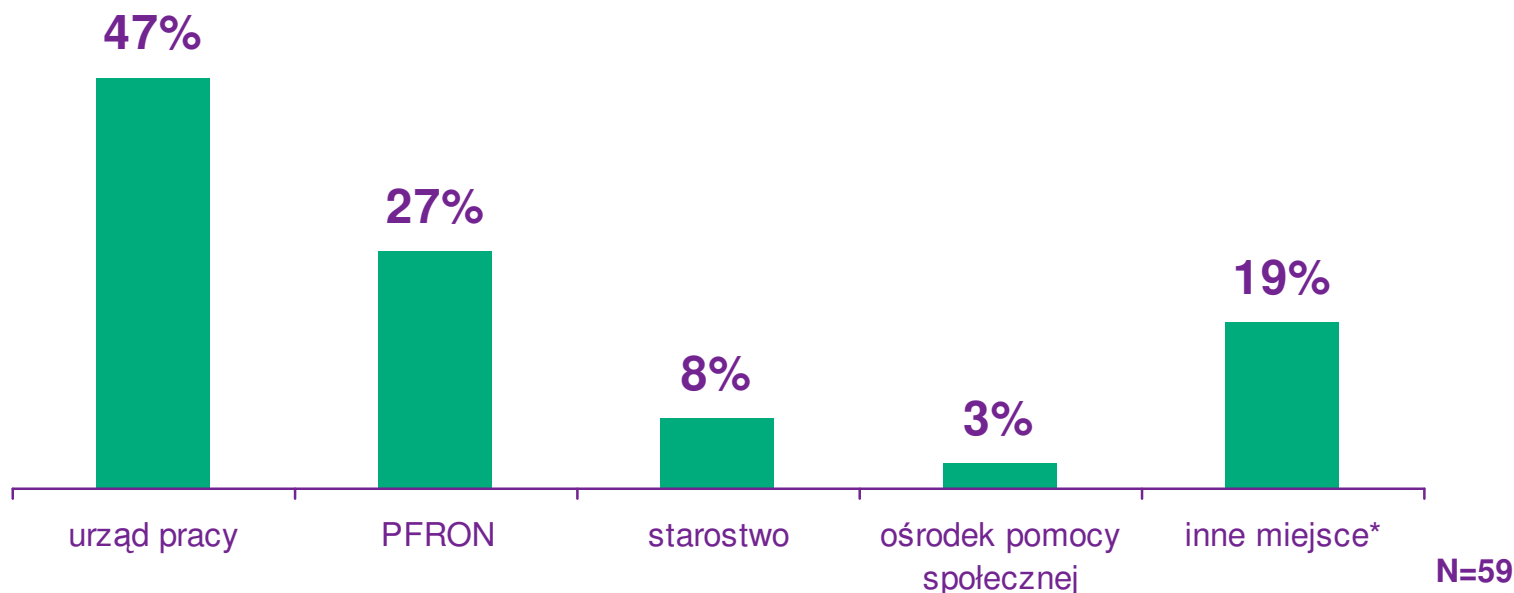
Wśród osób, które poszukiwały informacji

\*inne to m.in. na szkoleniach, seminariach, przez księgową, kadrową, w broszurach, przepisach, urzędzie skarbowym, inspekcji pracy



**ZAINTERESOWANIE PRACODAWCÓW POSZUKIWANIEM INFORMACJI NA TEMAT ZATRUDNIANIA OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH**

**W jakich instytucjach poszukiwał/a Pan/i informacji na temat zatrudniania osób niepełnosprawnych?**



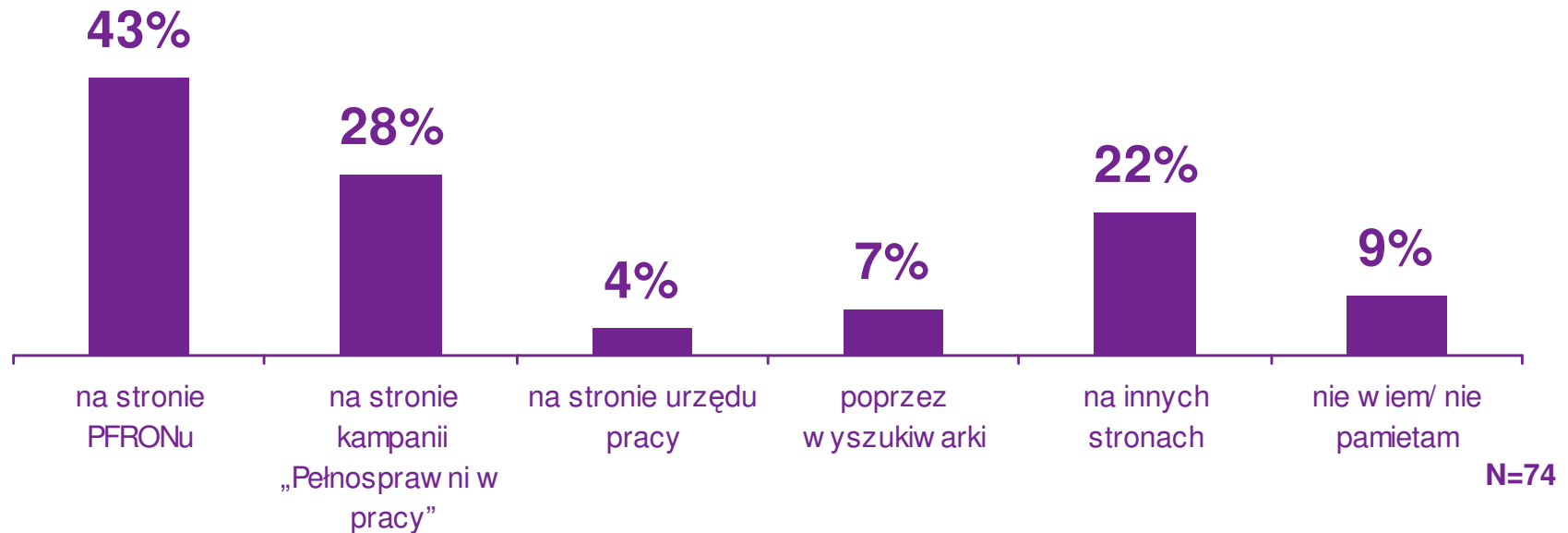
■ Pracodawcy najczęściej zasięgają informacji na temat zatrudnienia osób niepełnosprawnych w urzędach pracy



Wśród osób, które poszukiwały informacji w instytucjach  
\*inne to m.in. Urząd miasta, Stowarzyszenie Przyjaciół Integracji, giełda pracy

**ZAINTERESOWANIE PRACODAWCÓW POSZUKIWANIEM INFORMACJI NA TEMAT ZATRUDNIANIA OSÓB  
NIEPEŁNOSPRAWNYCH**

**Gdzie dokładnie w internecie poszukiwał/a Pan/i informacji na temat  
zatrudniania osób niepełnosprawnych?**



- Spośród źródeł internetowych największą popularnością cieszyła się strona PFRON – 43% pracodawców szukało tam informacji dotyczących zatrudnienia osób niepełnosprawnych
- Aż 28% pracodawców deklarowało szukanie informacji na stronie kampanii „Pełnosprawni w pracy”



Wśród osób, które poszukiwały informacji w internecie  
\*inne to m.in. strony dzienników, strona POPON, www.infor.pl, www.praca.onet.pl, www.gofin.pl

**ZAINTERESOWANIE PRACODAWCÓW POSZUKIWANIEM INFORMACJI NA TEMAT ZATRUDNIANIA OSÓB  
NIEPEŁNOSPRAWNYCH**

**W jakich wydawnictwach poszukiwał/a Pan/i informacji na temat  
zatrudniania osób niepełnosprawnych?**

*(Wśród osób, które poszukiwały informacji w wydawnictwach N=18)*

- Gazeta Prawna (5 osób)
- Rzeczpospolita (5 osób)
- Ustawy (2 osoby)
- Gazeta Wyborcza (1 osoba)
- Wydawnictwo Podatkowe Gofin (1 osoba)
- Wydawnictwo LEX (2 osoby)
- Gazety lokalne (2 osoby)



## **Komentarz**

- Mimo, że dominująca część pracodawców bardzo pozytywnie oceniła wpływ kampanii na zmianę postaw wobec osób niepełnosprawnych, zaledwie 17% wszystkich pracodawców w ciągu poprzedniego półrocza poszukiwało informacji dotyczących zatrudnienia osób niepełnosprawnych
- Najczęściej w poszukiwaniu informacji odwiedzano internet (stronę PFRON oraz stronę kampanii „Pełnosprawni w pracy”) oraz instytucje publiczne (urzędy pracy, PFRON)



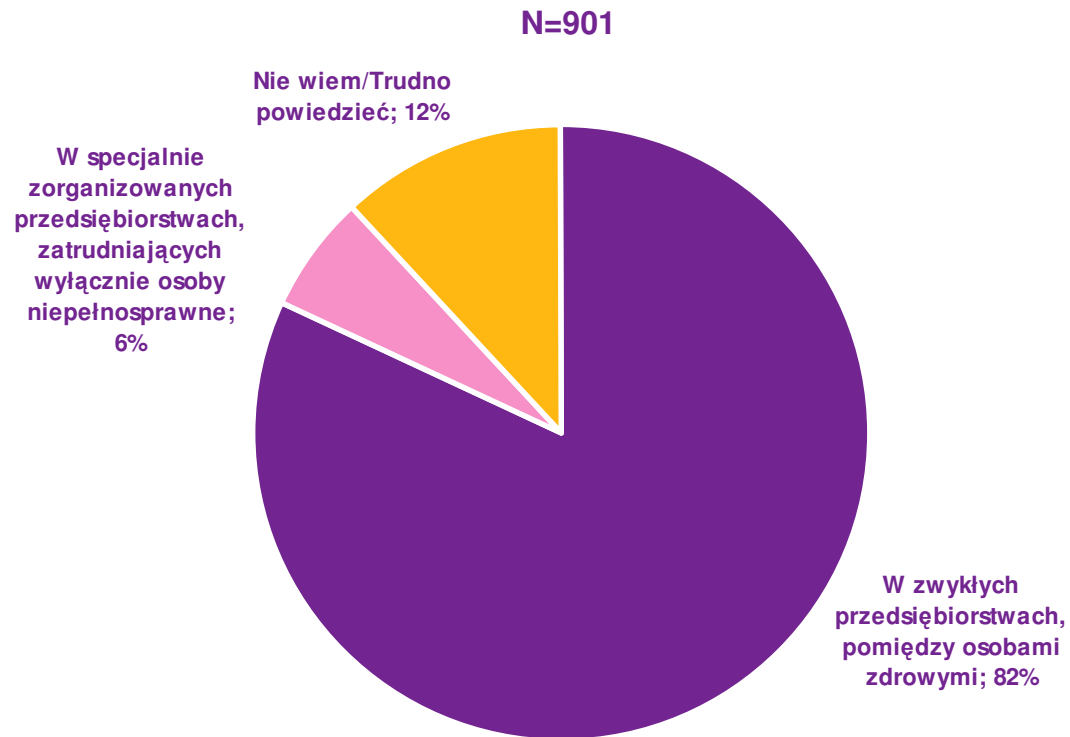


## POSTRZEGANIE OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH, ICH ROLI W ŻYCIU SPOŁECZNYM ORAZ BARIER W ZATRUDNIANIU



**POSTRZEGANIE OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH, ICH ROLI W ŻYCIU SPOŁECZNYM ORAZ BARIER  
W ZATRUDNIANIU**

**Gdzie Pana/i zdaniem przede wszystkim powinny pracować osoby  
niepełnosprawne?**



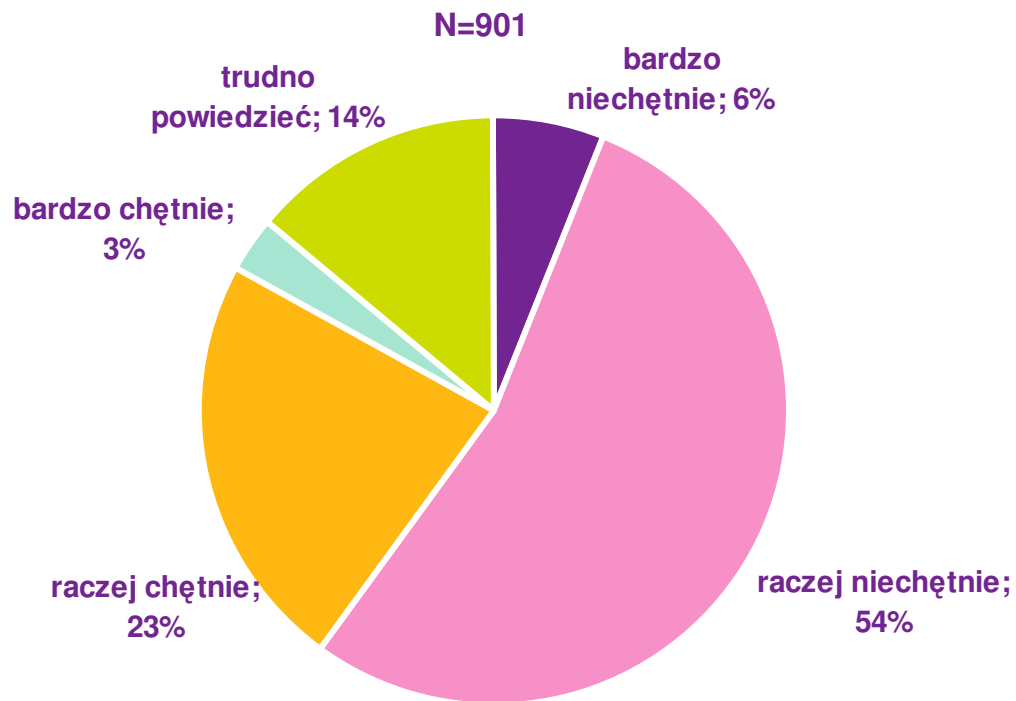
■ Ponad 80% pracodawców uważa, że osoby niepełnosprawne powinny pracować w zwykłych przedsiębiorstwach, pomiędzy osobami pełnosprawnymi



**POSTRZEGANIE OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH, ICH ROLI W ŻYCIU SPOŁECZNYM ORAZ BARIER**

**W ZATRUDNIANIU**

**Jak Pan/i ocenia, czy pracodawcy w Polsce zatrudniają osoby niepełnosprawne:**

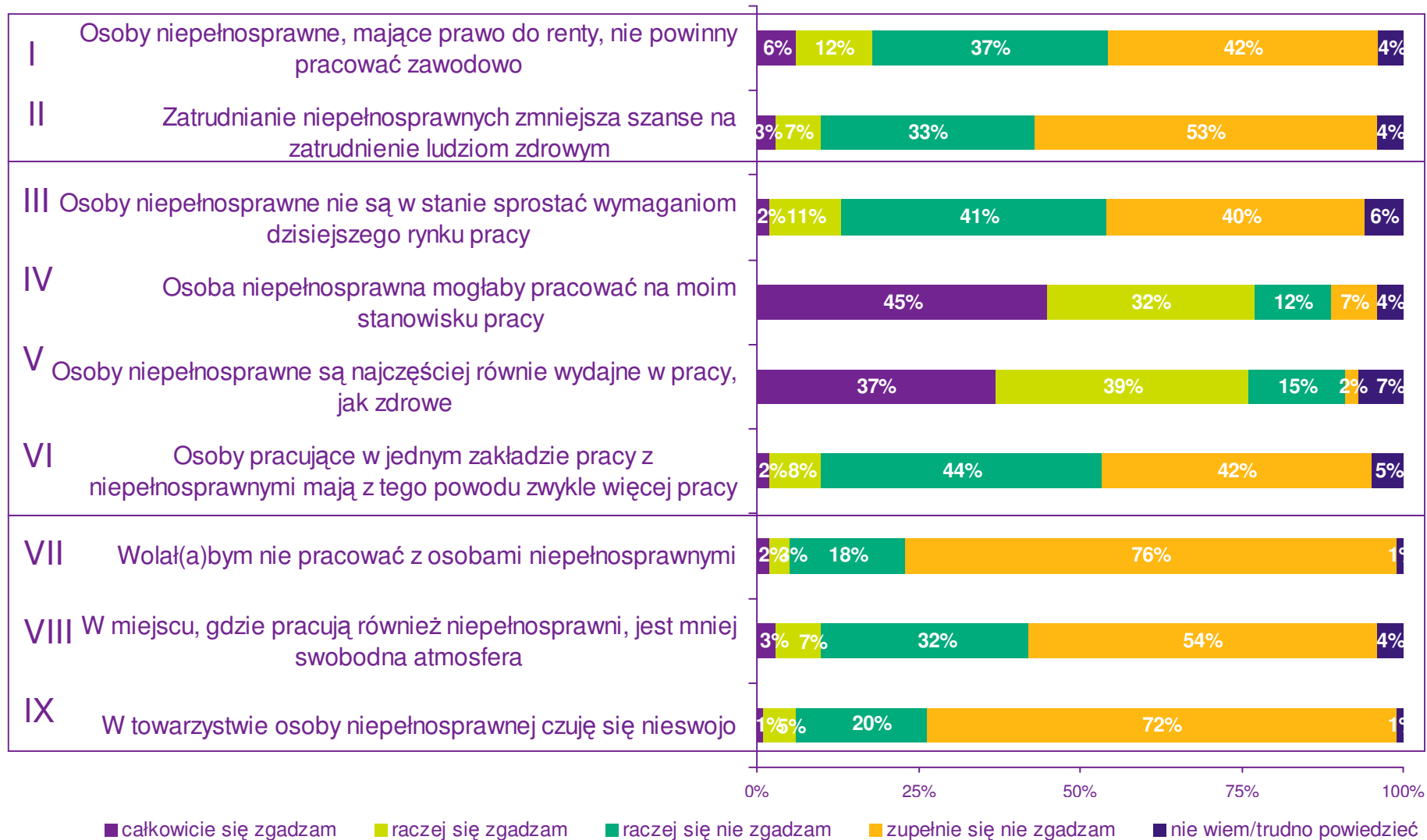


■ Jednocześnie, pracodawcy są w dominującej części przekonani, że generalnie niechętnie zatrudnia się osoby niepełnosprawne (60% odpowiedzi „raczej niechętnie” i „bardzo niechętnie”)

**POSTRZEGANIE OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH, ICH ROLI W ŻYCIU SPOŁECZNYM ORAZ BARIER W ZATRUDNIANIU**

**Stwierdzenia**

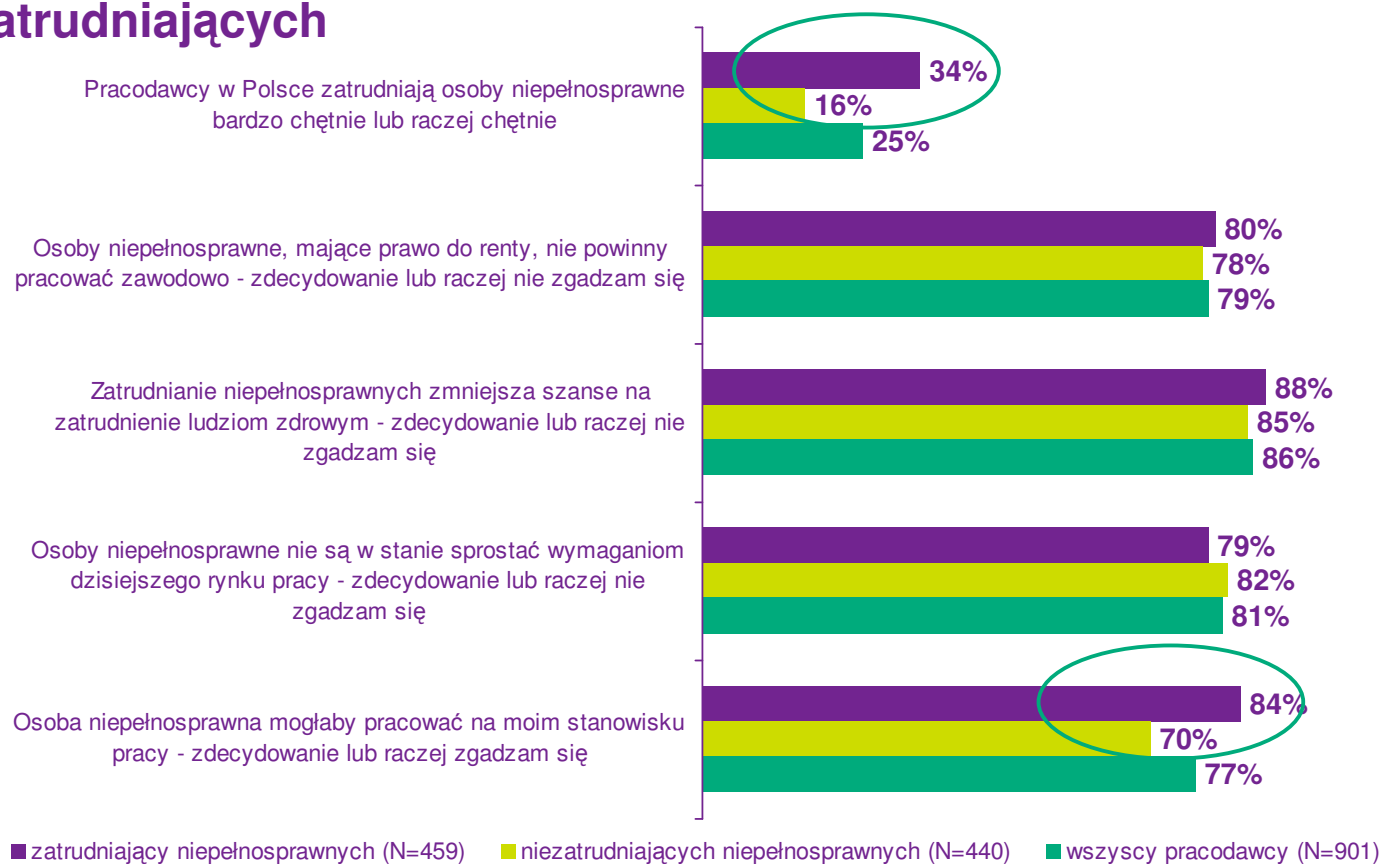
N=901



## POSTRZEGANIE OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH, ICH ROLI W ŻYCIU SPOŁECZNYM ORAZ BARIER

### W ZATRUDNIANIU

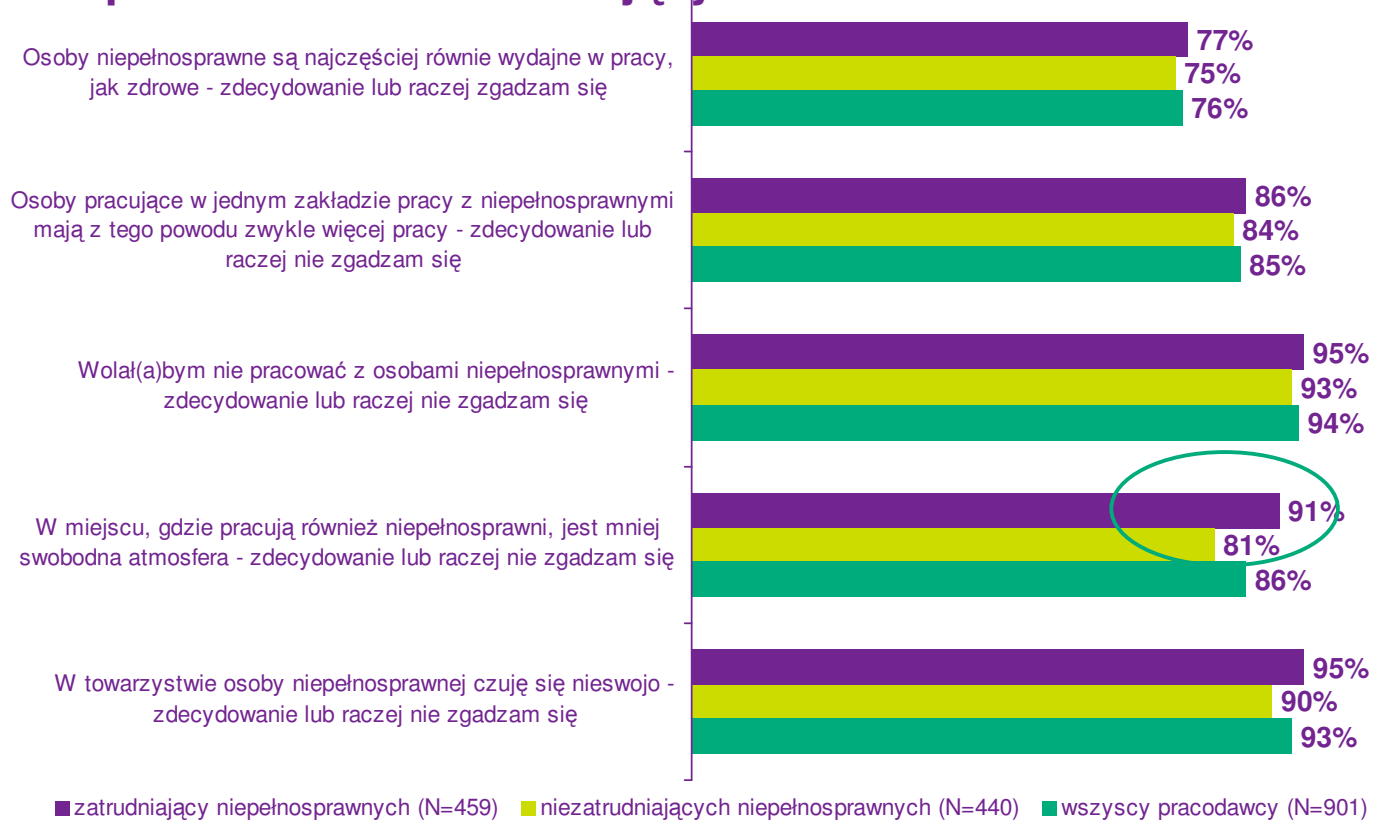
## Różnice w opiniach pracodawców zatrudniających osoby niepełnosprawne i niezatrudniających



- Pracodawcy zatrudniający niepełnosprawnych częściej mają pozytywny stosunek do niepełnosprawnych niż pracodawcy, którzy takich osób nie zatrudniają

## POSTRZEGANIE OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH, ICH ROLI W ŻYCIU SPOŁECZNYM ORAZ BARIER W ZATRUDNIANIU

### Różnice w opiniach pracodawców zatrudniających osoby niepełnosprawne i niezatrudniających



- Pracodawcy zatrudniający niepełnosprawnych częściej mają pozytywny stosunek do niepełnosprawnych niż pracodawcy, którzy takich osób nie zatrudniają

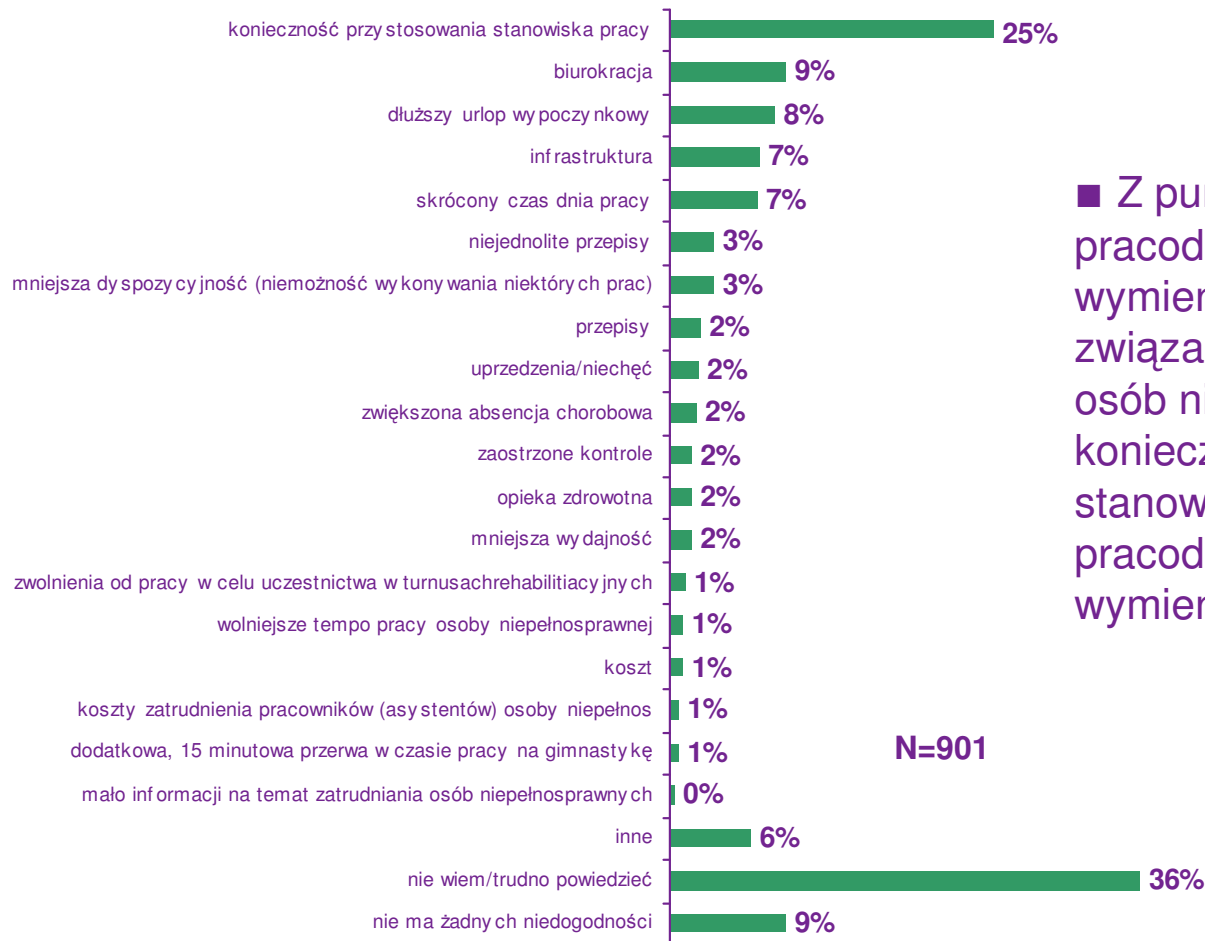
## **Stwierdzenia - komentarz**

- Analiza stwierdzeń dotyczących miejsca niepełnosprawnych na rynku pracy wykazała, że zdecydowana większość pracodawców pozytywnie odnosi się do idei aktywizacji zawodowej niepełnosprawnych (stwierdzenia I i II)
- Pracodawcy deklarowali również, że zgadzają się, iż niepełnosprawni pracownicy są równie wartościowymi pracownikami jak osoby pełnosprawne (stwierdzenia III-VI)
- Wymiar „akceptacji społecznej” niepełnosprawnych wykazał, że pracodawcy są gotowi traktować pracowników niepełnosprawnych na równi z osobami pełnosprawnymi (stwierdzenia VII-IX)

## POSTRZEGANIE OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH, ICH ROLI W ŻYCIU SPOŁECZNYM ORAZ BARIER

### W ZATRUDNIANIU

## Jakie niedogodności wynikające z przepisów prawnych i inne mogą być związane z zatrudnianiem osób niepełnosprawnych? (bez odczytywania)



Z punktu widzenia pracodawcy najczęściej wymienianą niedogodnością związaną z zatrudnianiem osób niepełnosprawnych jest konieczność dostosowania stanowiska pracy – 1/4 pracodawców spontanicznie wymieniła tę niedogodność

## **Komentarz**

- Pracodawcy wydają się być bardzo otwarci wobec osób niepełnosprawnych – zarówno w wymiarach dotyczących wydajności, zasadności aktywizacji zawodowej, jak i w wymiarze społecznej akceptacji osób niepełnosprawnych
- Z drugiej strony najczęściej wymieniane przeszkody w zatrudnieniu niepełnosprawnych to konieczność dostosowania stanowiska pracy, wysiłek związany z dostosowaniem infrastruktury zakładu pracy do potrzeb niepełnosprawnych, biurokracja czy przepisy
- Można zatem stwierdzić, że obecnie najistotniejszymi przeszkodami są przeszkody natury „technicznej” (koszty, przebudowa zakładu, biurokracja) a nie „mentalnej” (postawy wobec niepełnosprawnych)

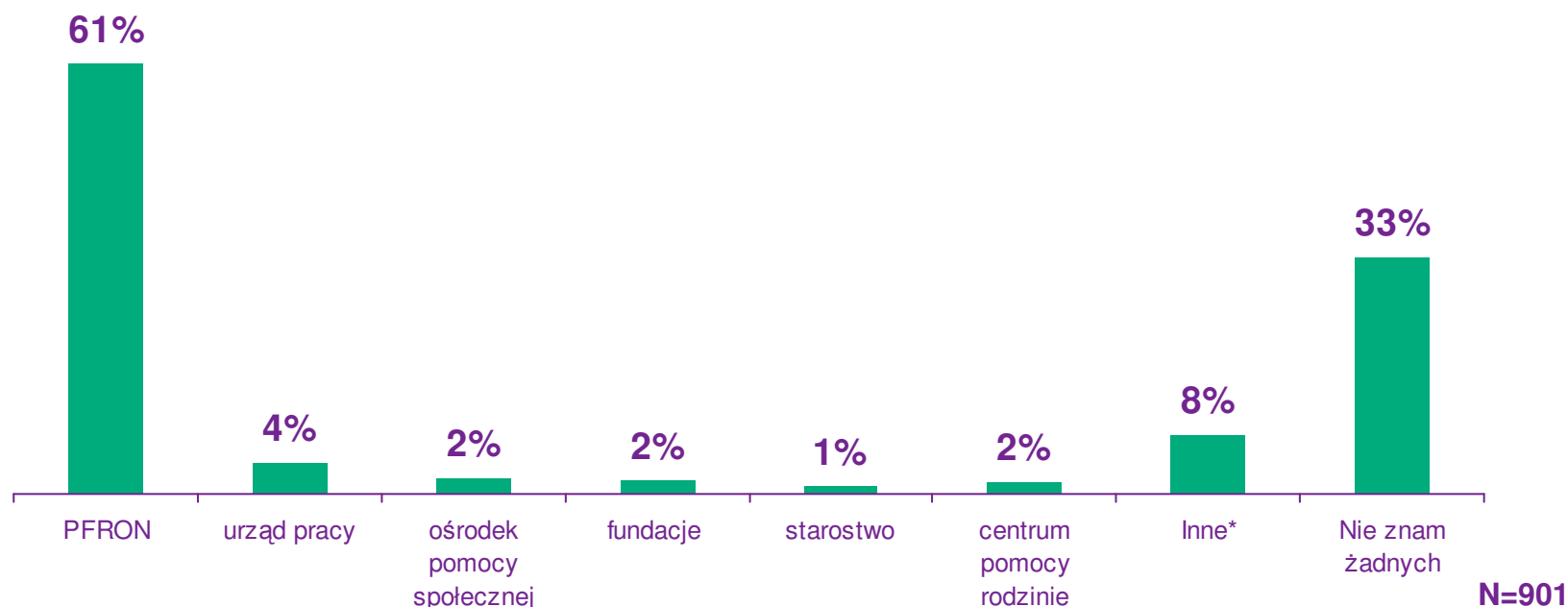


## WIEDZA PRACODAWCÓW O KORZYŚCIACH WYNIKAJĄCYCH Z ZATRUDNIANIA OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH





## Czy zna Pan(i) jakieś instytucje państwowe zajmujące się finansowaniem rehabilitacji i aktywizacji zawodowej osób niepełnosprawnych? (bez odczytywania)

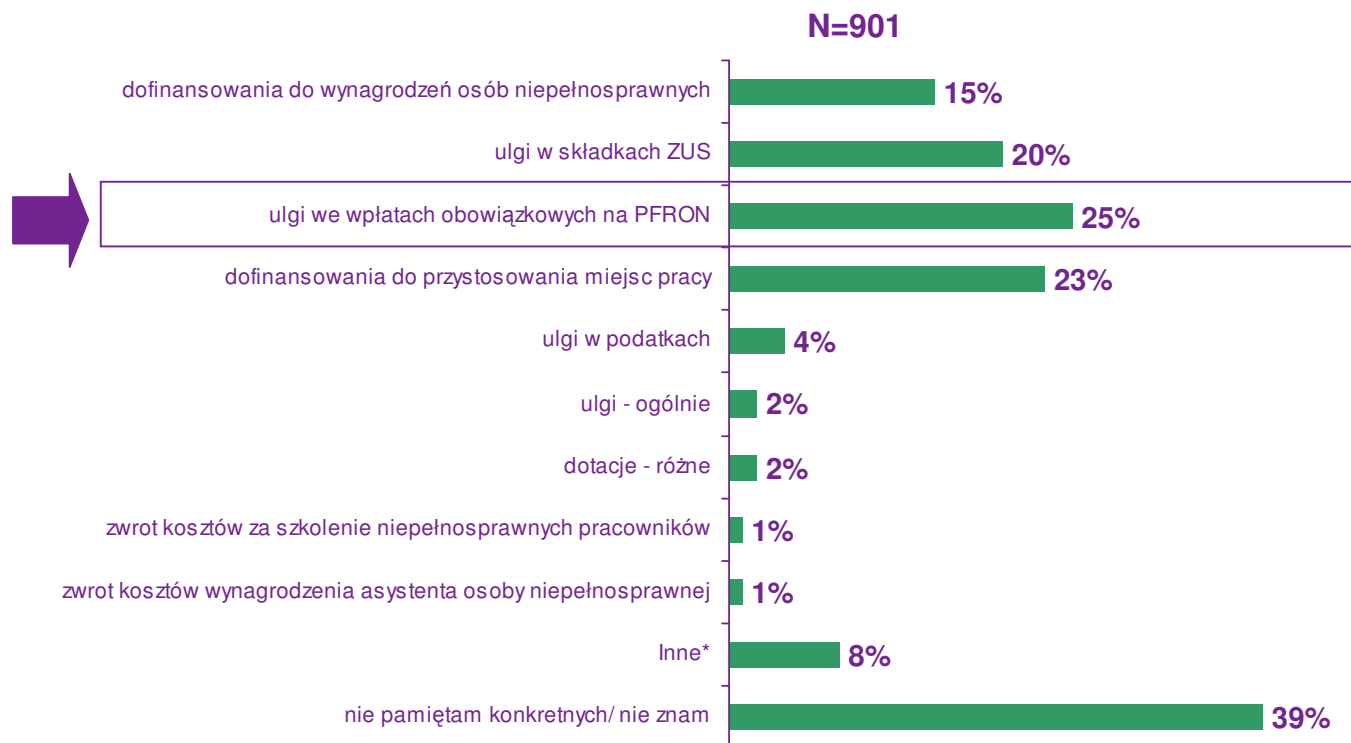


- Ponad 60% pracodawców wymieniło spontanicznie PFRON jako państwową organizację zajmującą się finansowaniem rehabilitacji i aktywizacji zawodowej osób niepełnosprawnych

## WIEDZA PRACODAWCÓW O KORZYŚCIACH WYNIKAJĄCYCH Z ZATRUDNIANIA OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH

Jakie korzyści i udogodnienia finansowe, wynikające z przepisów prawnych, przysługują przedsiębiorcom zatrudniającym osoby niepełnosprawne?  
(bez odczytywania)

Ulgi we wpłatach obowiązkowych na PFRON były najczęściej wymienianą korzyścią przez pracodawców

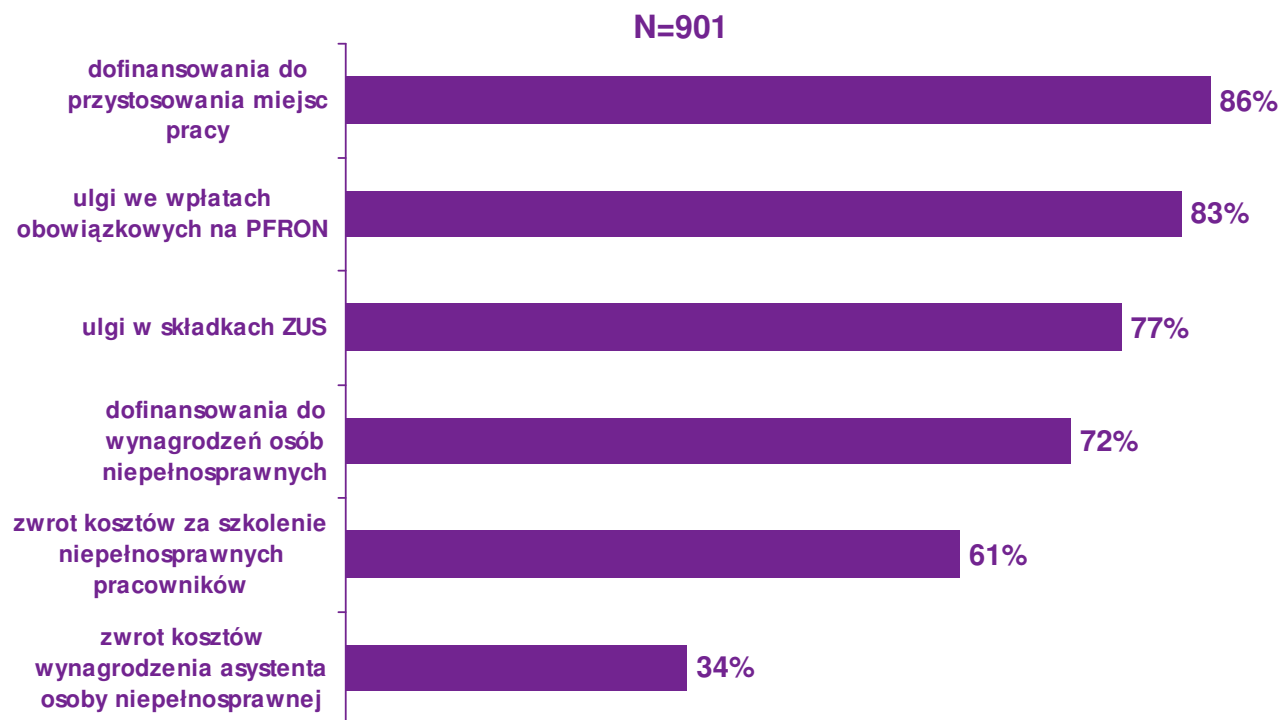


■ Najczęściej wymienianymi korzyściami wynikającymi z zatrudnienia osób niepełnosprawnych były **ulgi we wpłatach obowiązkowych na PFRON**, dofinansowanie do przystosowania miejsc pracy oraz dofinansowania do wynagrodzenia osoby niepełnosprawnej



\*m.in. Pożyczki, dotacje z funduszu europejskiego, dofinansowanie do rehabilitacji, dodatkowe fundusze na otwarcie firmy, mniej godzin pracy, dodatkowe urlopy

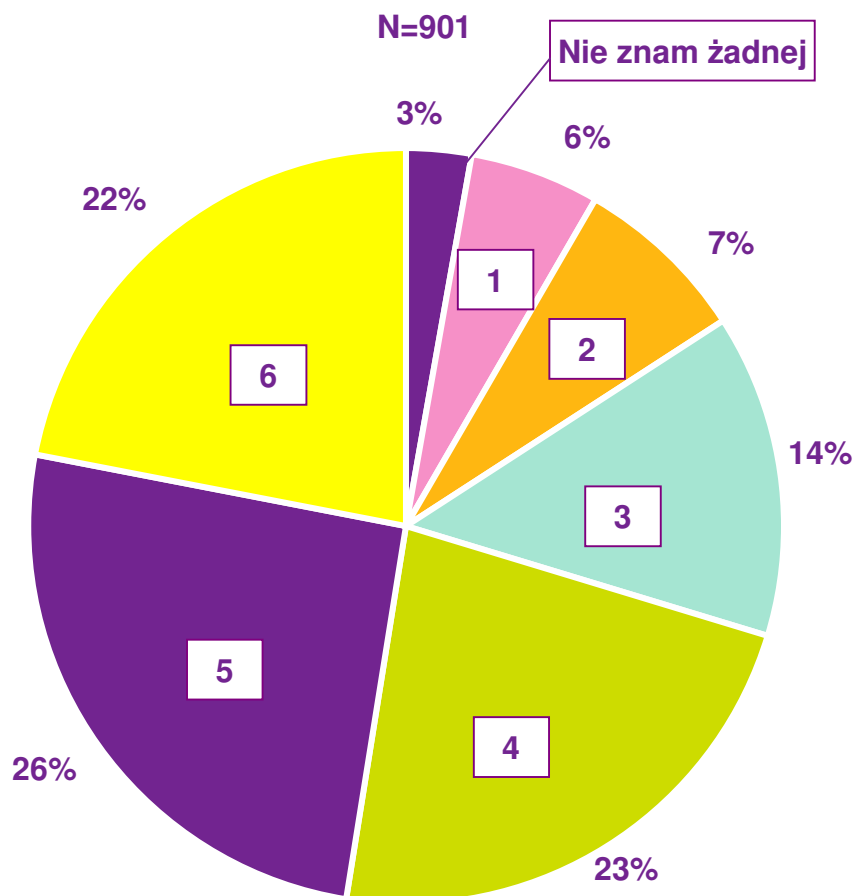
## Czy słyszał(a) Pan(i) o takich korzyściach jak ... (z odczytaniem)



- Po odczytaniu istniejących form dofinansowania dla pracodawców zatrudniających osoby niepełnosprawne dominująca część ankietowanych potwierdziła znajomość głównych form (dofinansowanie dostosowania miejsca pracy, ulgi we wpłatach na PFRON, ulgi w składkach ZUS, dofinansowanie wynagrodzeń)

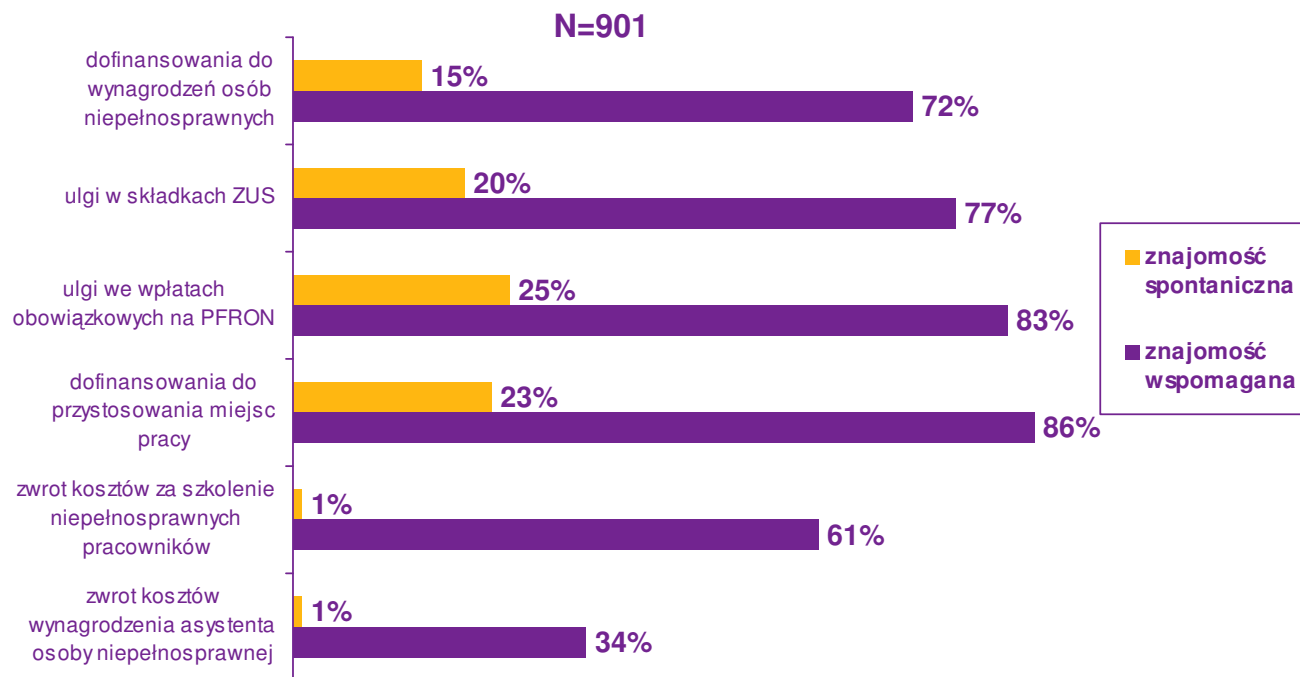
WIEDZA PRACODAWCÓW O KORZYŚCIACH WYNIKAJĄCYCH Z ZATRUDNIANIA OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH

Ile korzyści respondent wskazał jako znane? (maksymalnie 6)



■ Pracodawcy najczęściej wskazali jako znaną więcej niż jedną korzyść wynikającą z zatrudnienia osoby niepełnosprawnej

## Korzyści przysługujące przedsiębiorcom zatrudniającym osoby niepełnosprawne – znajomość spontaniczna a wspomagana

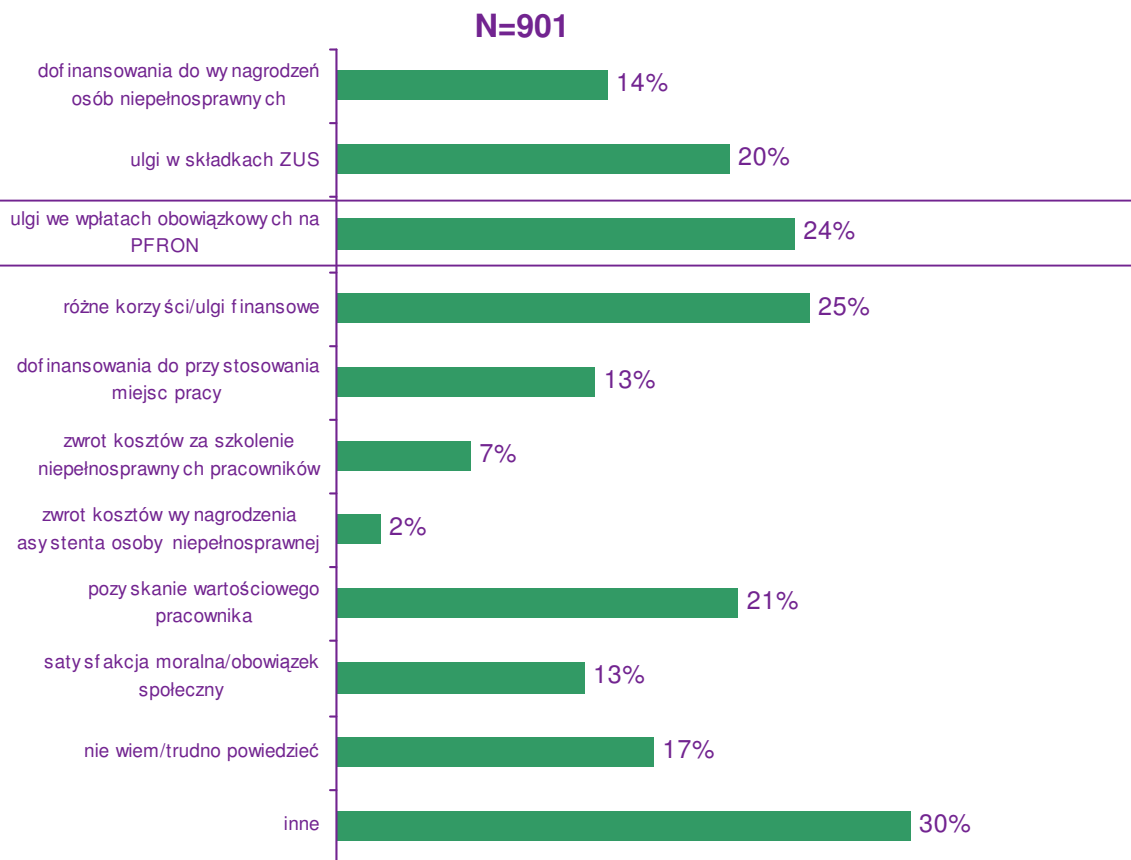


- Uwagę zwraca rozbieżność między spontaniczną znajomością korzyści przysługujących pracodawcom zatrudniającym osoby niepełnosprawne a wspomaganą znajomością tych korzyści
- Można podejrzewać, iż pracodawcy nie mieli okazji szukać dokładnych danych o korzyściach i rzadko korzyści te biorą pod uwagę

## WIEDZA PRACODAWCÓW O KORZYŚCIACH WYNIKAJĄCYCH Z ZATRUDNIANIA OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH

Proszę wymienić 3 najważniejsze z Pana/i punktu widzenia korzyści związane z zatrudnieniem niepełnosprawnego pracownika

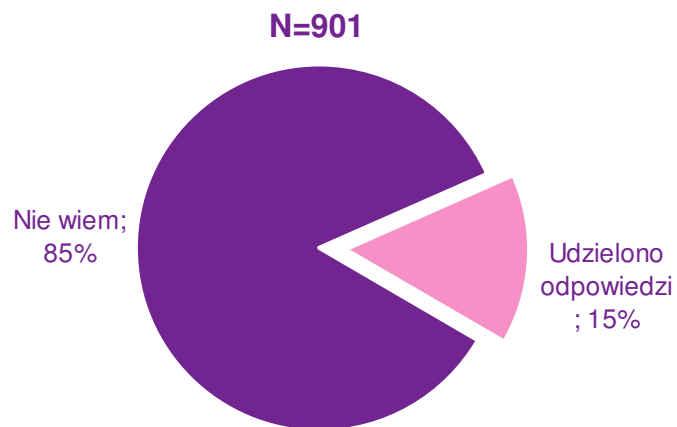
Ulgi we wpłatach obowiązkowych na PFRON były najczęściej wymienianą korzyścią przez pracodawców



- Pracodawcy deklarują, że najistotniejsze są dla nich korzyści finansowe wynikające z zatrudnienia osoby niepełnosprawnej, szczególnie zaś – ulgi we wpłatach obowiązkowych na PFRON (→ warto w kolejnych kampaniach komunikować tę korzyść)

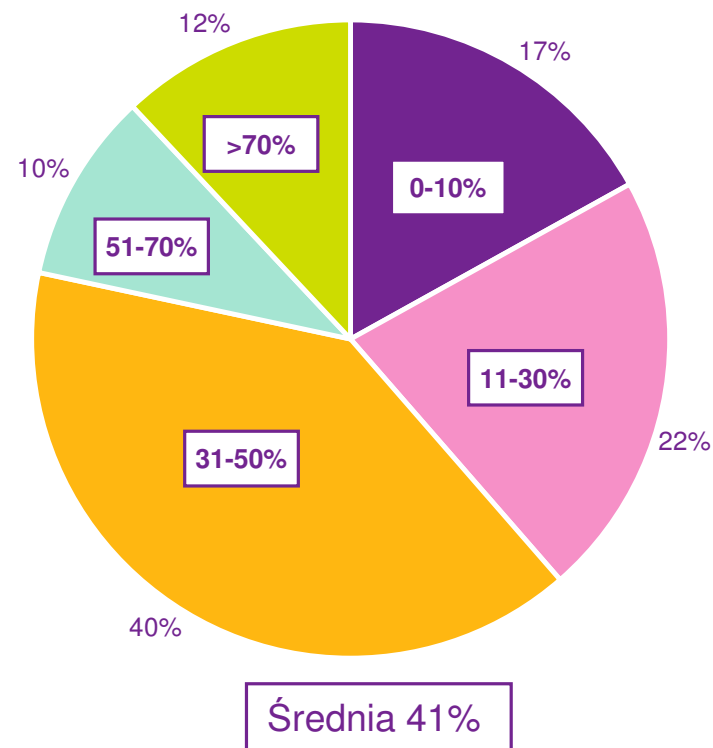
## WIEDZA PRACODAWCÓW O KORZYŚCIACH WYNIKAJĄCYCH Z ZATRUDNIANIA OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH

### Jaki procent wszystkich kosztów związanych z zatrudnieniem niepełnosprawnego pracownika pokrywa PFRON?



- Dopytanie o szczegóły korzyści finansowych związanych z zatrudnieniem osoby niepełnosprawnej pozwala zauważyć, że pracodawcy najczęściej nie posiadają dokładnej wiedzy na ten temat
- Rozbieżności podawanych wartości dofinansowania są bardzo duże – od 10 do nawet ponad 100% kosztów zatrudnienia pracownika

Wśród osób, które udzieliły odpowiedzi  
N=136



## Komentarz

- Obecny stan wiedzy o korzyściach wynikających z zatrudnienia osoby niepełnosprawnej nie jest niski, ale wydaje się być bardzo pobieżny
- W większości przypadków pracodawcy deklarują znajomość wielu form dofinansowania, ale znajomość szczegółów tychże form dofinansowania jest bardzo słaba
- Najpopularniejszą i jedną z najistotniejszych dla pracodawców korzyści wynikających z zatrudnienia osoby niepełnosprawnej są ulgi we wpłatach obowiązkowych na PFRON
- Uwagę zwraca również fakt, że pracodawcy, choć świadomi różnych korzyści wynikających z zatrudnienia osób niepełnosprawnych, nie zadali sobie trudu, aby wiedzę tę pogłębić (rozbieżność między znajomością spontaniczną a wspomaganą korzyści)





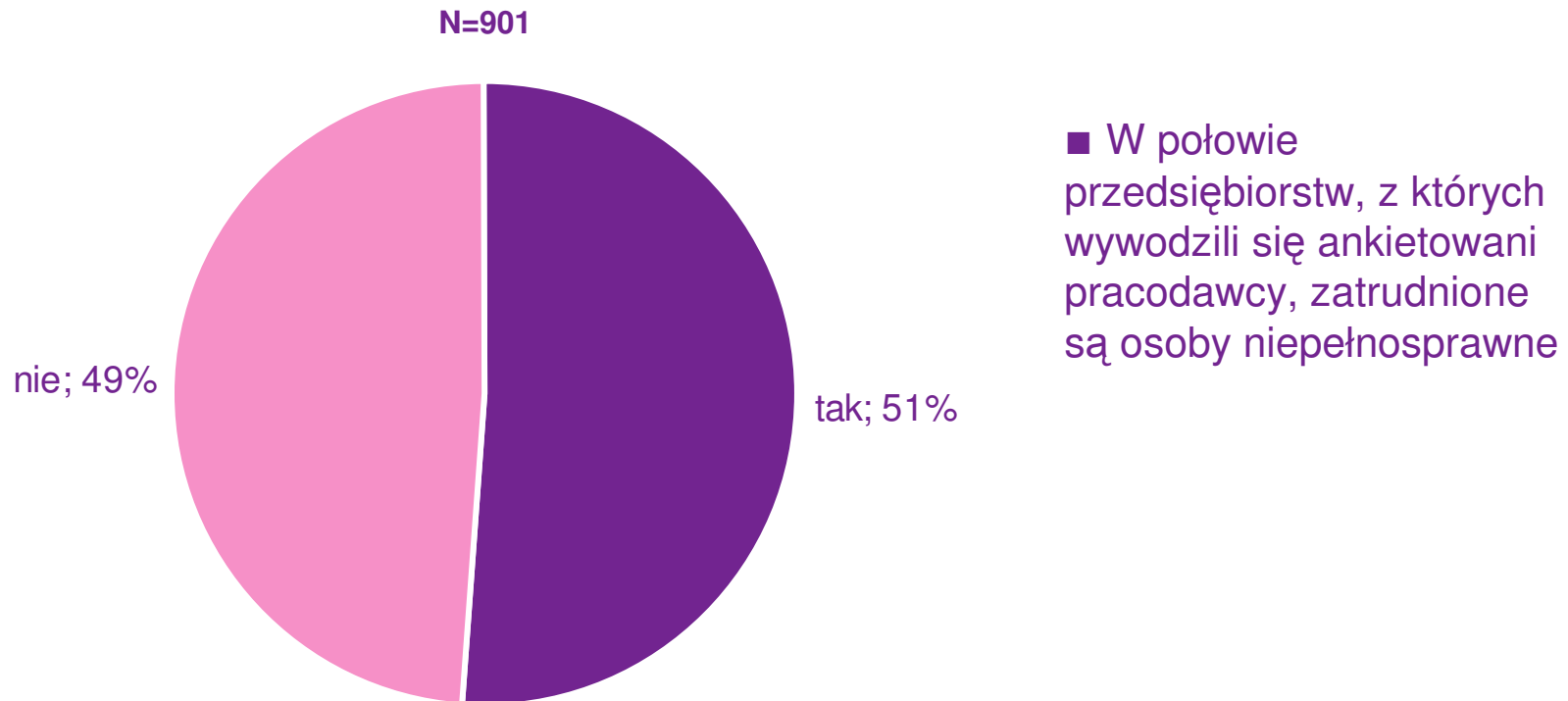


## STAN ZATRUDNIENIA W PRZEDSIĘBIORSTWIE I PLANY NA PRZYSZŁOŚĆ ODNOŚNIE ZATRUDNIENIA



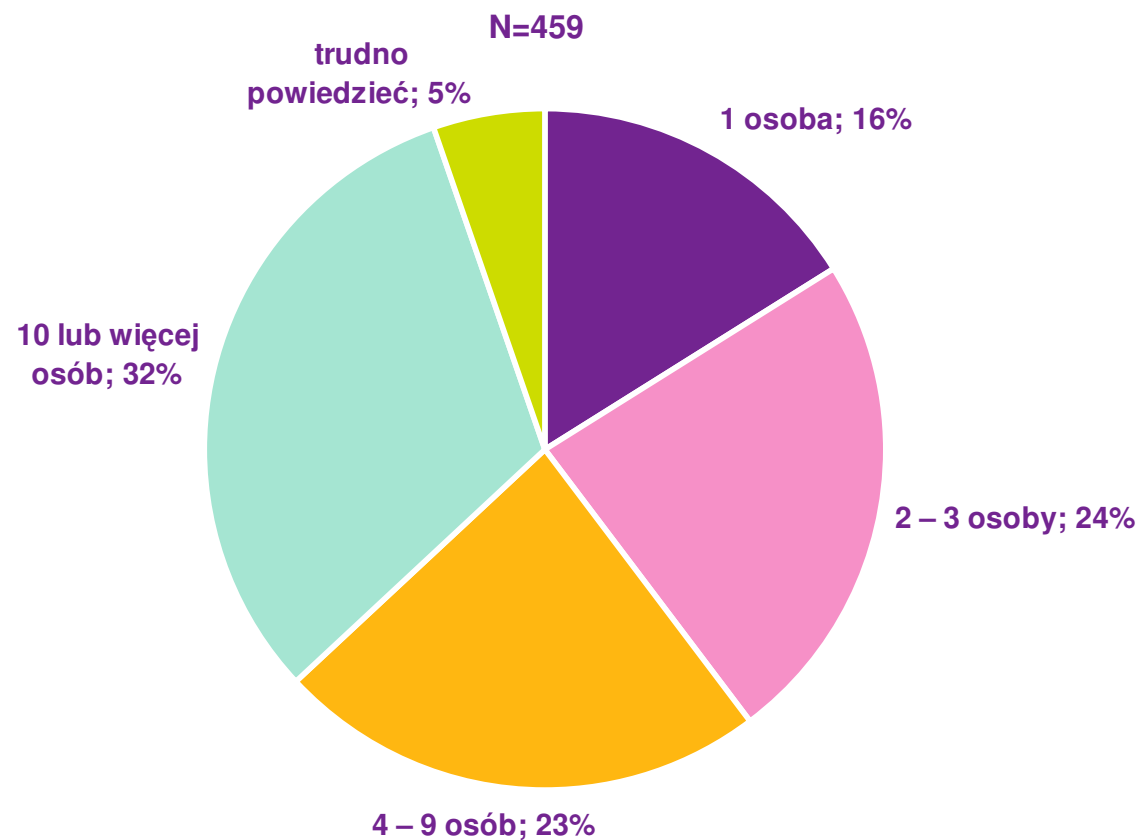
*STAN ZATRUDNIENIA W PRZEDSIĘBIORSTWIE I PLANY NA PRZYSZŁOŚĆ ODNOŚNIE ZATRUDNIENIA*

**Czy w Pana(i) przedsiębiorstwie (zakładzie pracy) są obecnie zatrudnione osoby niepełnosprawne?**



**STAN ZATRUDNIENIA W PRZEDSIĘBIORSTWIE I PLANY NA PRZYSZŁOŚĆ ODNOŚNIE ZATRUDNIENIA**

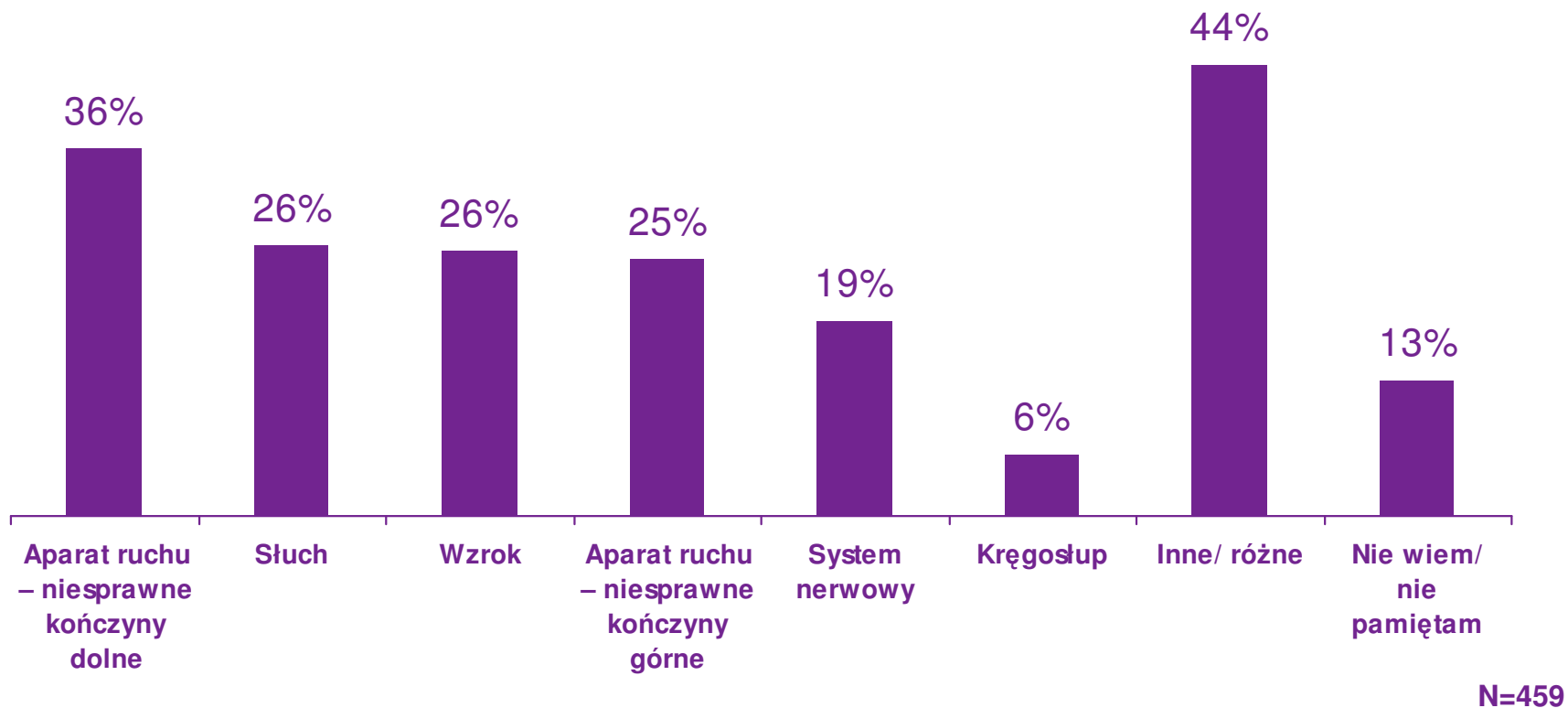
**Ilu niepełnosprawnych zatrudnia obecnie Pana/i firma?**



Wśród osób, w których przedsiębiorstwie są zatrudnione osoby niepełnosprawne

## STAN ZATRUDNIENIA W PRZEDSIĘBIORSTWIE I PLANY NA PRZYSZŁOŚĆ ODNOŚNIE ZATRUDNIENIA

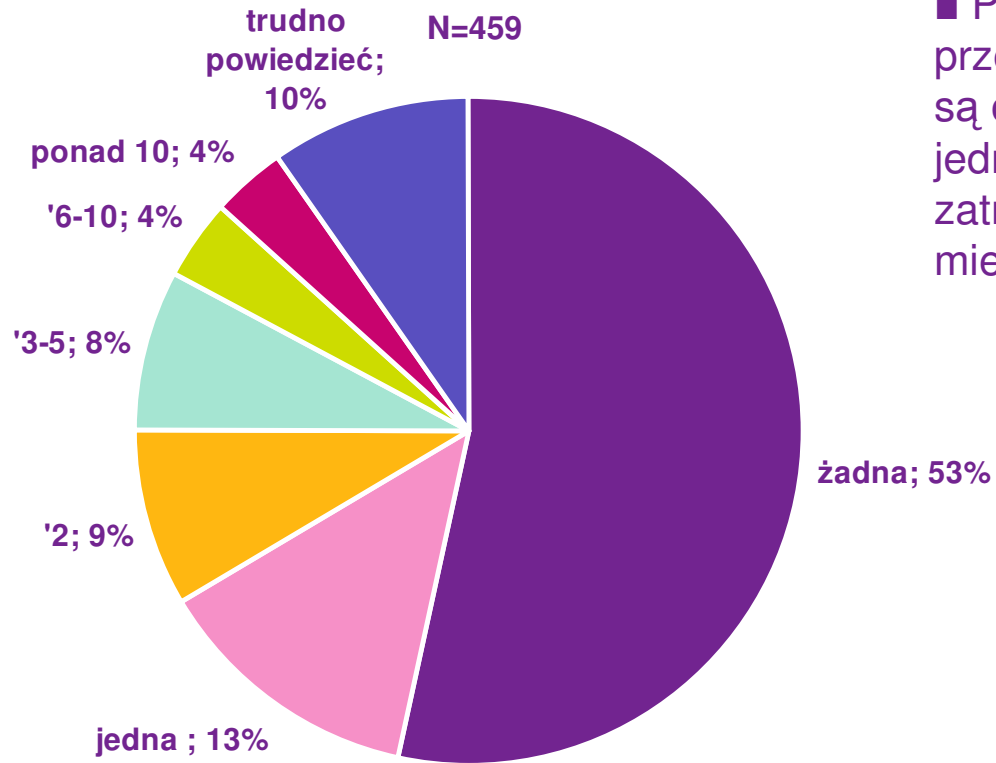
### Zatrudnione osoby są niepełnosprawne z uwagi na ...



Wśród osób, w których przedsiębiorstwie są zatrudnione osoby niepełnosprawne

**STAN ZATRUDNIENIA W PRZEDSIĘBIORSTWIE I PLANY NA PRZYSZŁOŚĆ ODNOŚNIE ZATRUDNIENIA**

**Ile spośród osób niepełnosprawnych zostało zatrudnionych w przeciągu ostatnich 6 miesięcy?**



■ Praktycznie w każdym przedsiębiorstwie, w którym zatrudnione są osoby niepełnosprawne, co najmniej jedna osoba niepełnosprawna została zatrudniona w ciągu ostatnich 6 miesięcy

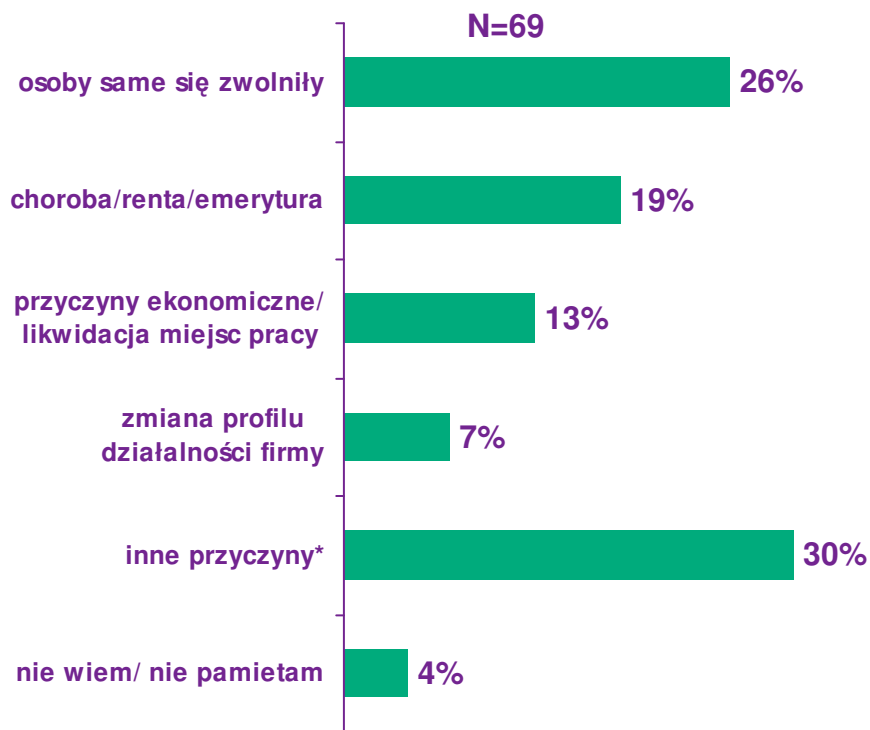


Wśród osób, w których przedsiębiorstwie są zatrudnione osoby niepełnosprawne

## STAN ZATRUDNIENIA W PRZEDSIĘBIORSTWIE I PLANY NA PRZYSZŁOŚĆ ODNOŚNIE ZATRUDNIENIA

### Proszę wymienić najważniejsze przyczyny, dla których zrezygnował/a Pan/i z zatrudniania osób niepełnosprawnych

(pytanie otwarte; zadane tylko osobom, które wcześniej zatrudniały, ale obecnie nie zatrudniają osób niepełnosprawnych)



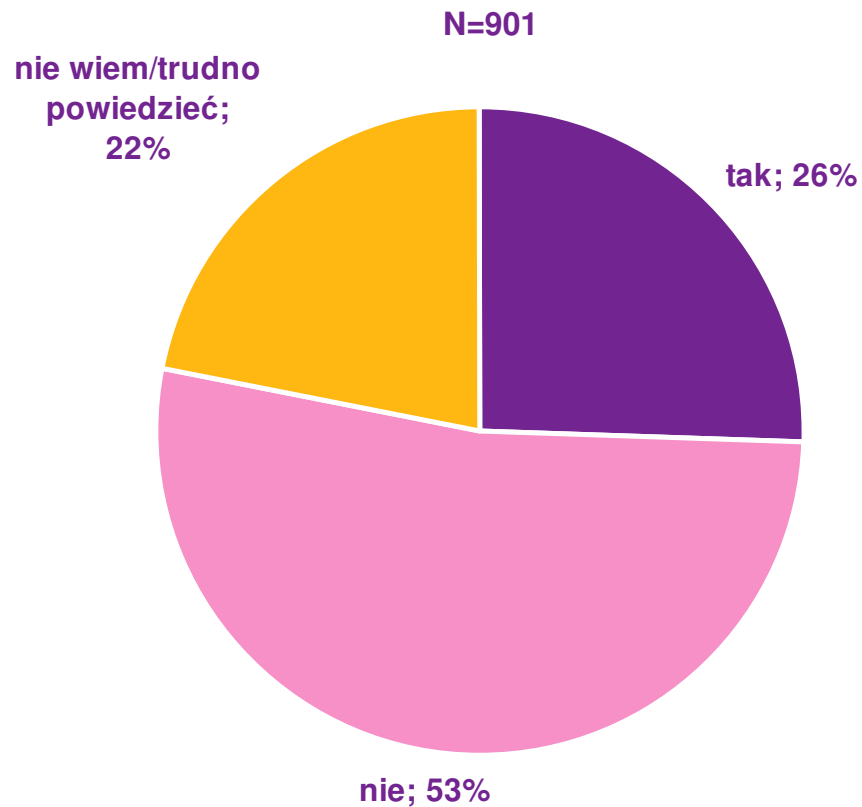
- Wśród przyczyn zrezygnowania z zatrudniania osoby niepełnosprawnej najczęściej wymieniane są przyczyny dotyczące samego niepełnosprawnego (zwolnienia, choroba/renta/emerytura)



\*inne przyczyny to m.in. praca okresowa, łamanie dyscypliny, przypadkowe zatrudnienie, brak kwalifikacji, obawy przed kontrolą, obciążenia biurokratyczne

**STAN ZATRUDNIENIA W PRZEDSIĘBIORSTWIE I PLANY NA PRZYSZŁOŚĆ ODNOŚNIE ZATRUDNIENIA**

**Czy planuje Pan/i zatrudnienie osoby niepełnosprawnej w ciągu najbliższego roku?**



■ Choć ponad połowa pracodawców deklarowała, że w ciągu ostatnich 6 miesięcy zatrudniła przynajmniej jednego niepełnosprawnego, zaledwie 1/4 pracodawców planuje zatrudnienie kolejnego niepełnosprawnego

## Co skłania Panią/a do zatrudnienia osoby niepełnosprawnej?



■ Wśród pracodawców, którzy planują zatrudnienie osoby niepełnosprawnej w najbliższym roku, jako motywacja najczęściej wymieniane są korzyści natury finansowej – przy czym w dużo większym stopniu ulgi we wpłatach obowiązkowych na PFRON niż dofinansowania do wynagrodzeń

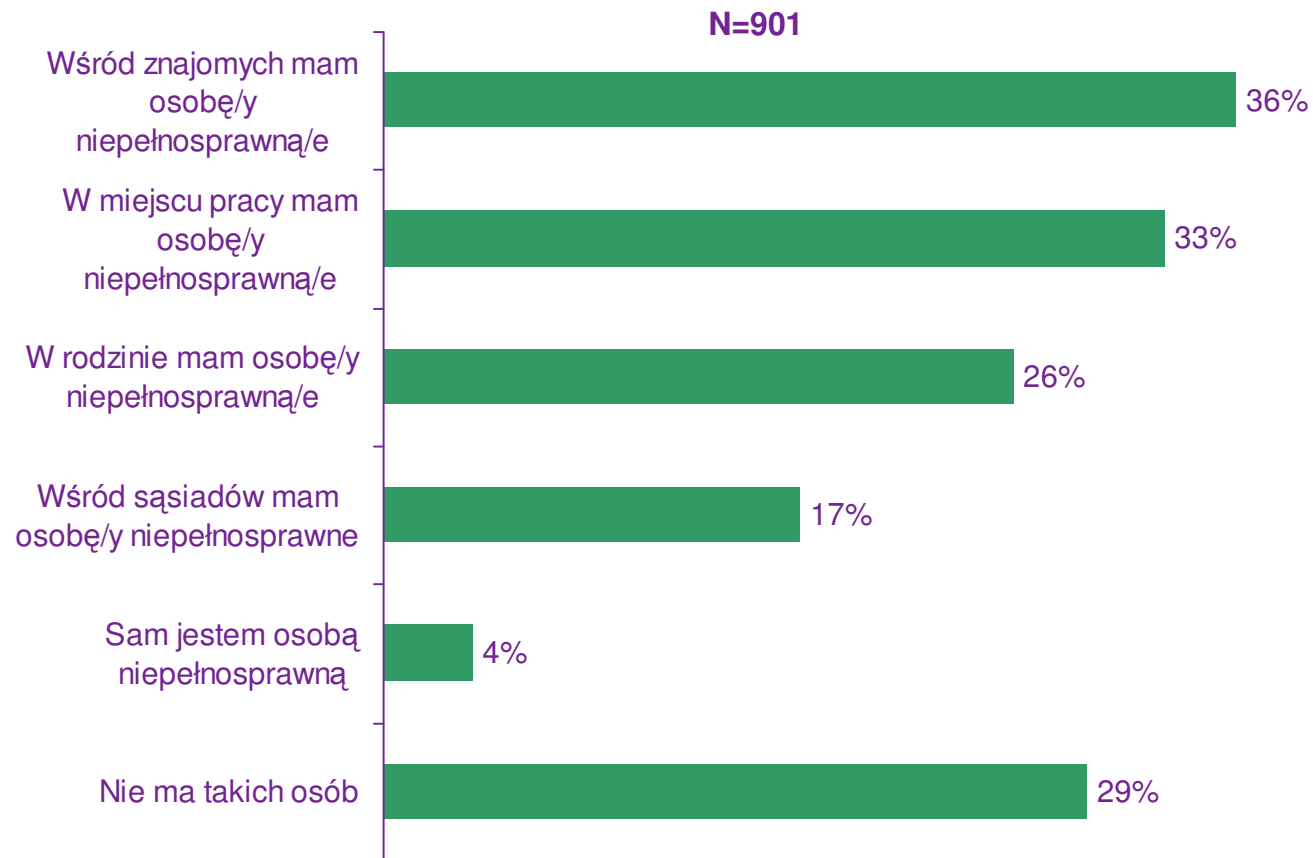
Wśród osób, które planują w ciągu najbliższego roku zatrudnić osobę niepełnosprawną

\*inne to m.in. polityka firmy, chęć łamania barier; brak znaczenia czy pracownik pełnosprawny czy niepełnosprawny, satysfakcja ze współpracy, posiadanie stanowisk, które mogą obsługiwać niepełnosprawni, dostępność



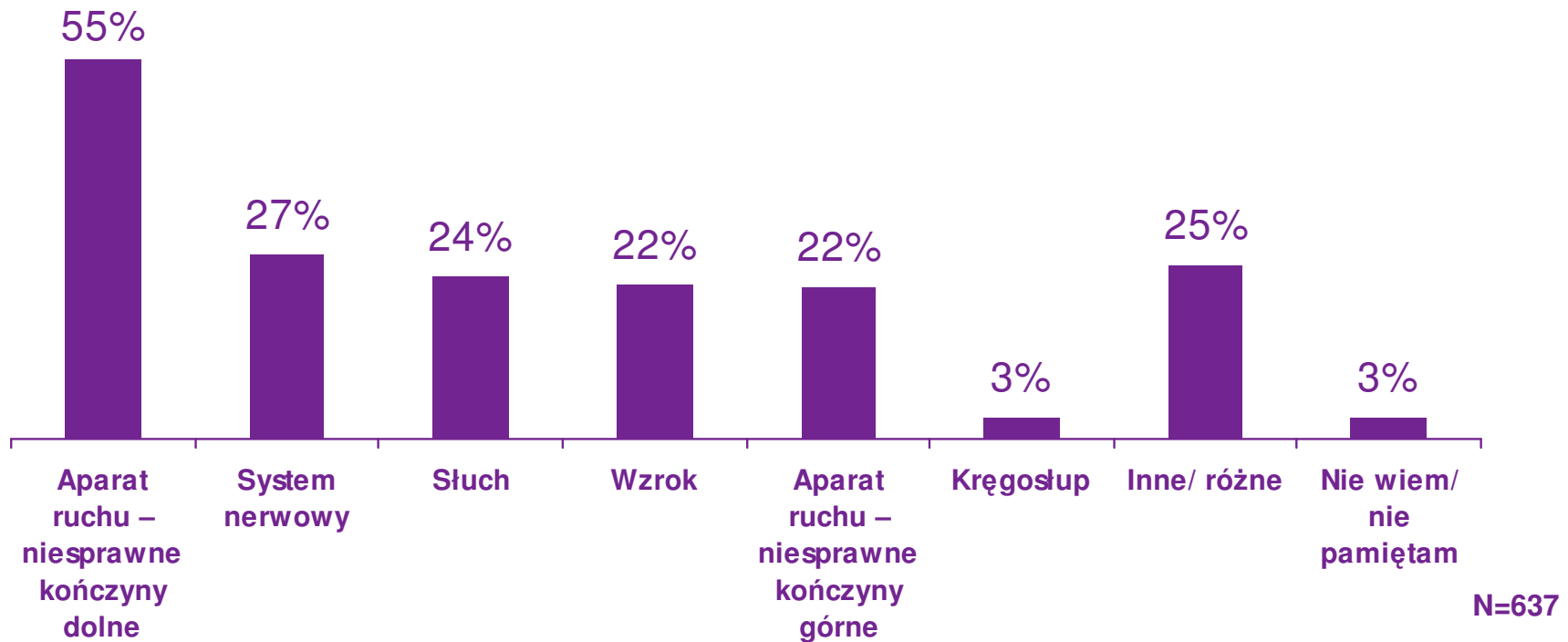
**STAN ZATRUDNIENIA W PRZEDSIĘBIORSTWIE I PLANY NA PRZYSZŁOŚĆ ODNOŚNIE ZATRUDNIENIA**

**Czy w Pana/i otoczeniu znajdują się jakieś osoby niepełnosprawne?  
(z odczytaniem)**



STAN ZATRUDNIENIA W PRZEDSIĘBIORSTWIE I PLANY NA PRZYSZŁOŚĆ ODNOŚNIE ZATRUDNIENIA

Osoby z otoczenia są niepełnosprawne z uwagi na ...



Wśród osób, w których otoczeniu znajdują się osoby niepełnosprawne

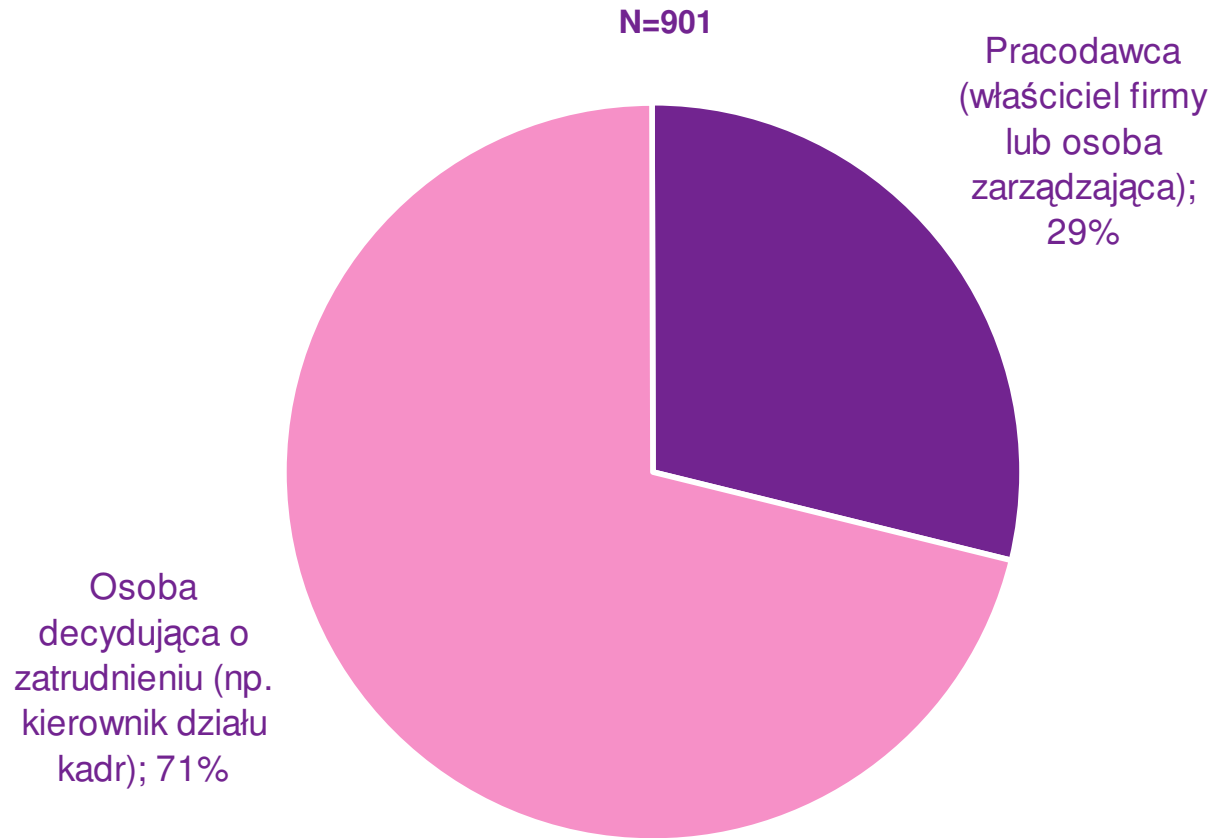


# METRYCZKA



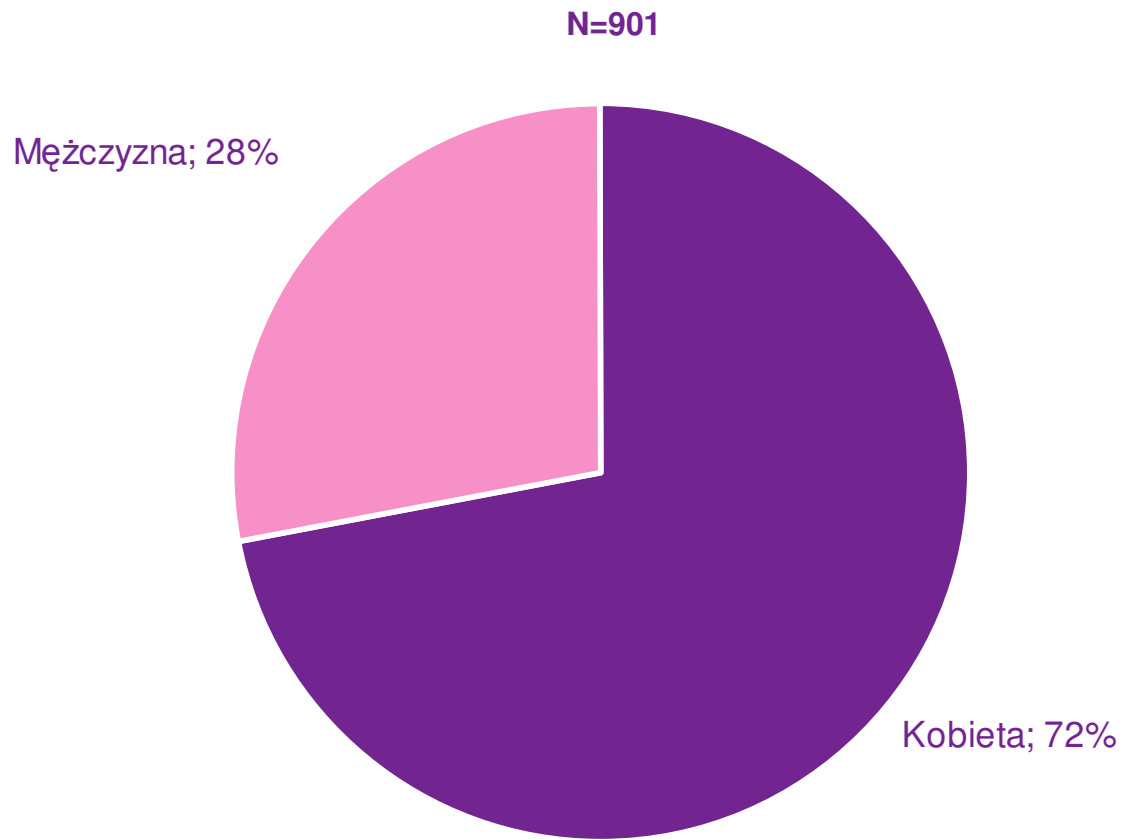
**METRYCZKA**

**Stanowisko w firmie**



**METRYCZKA**

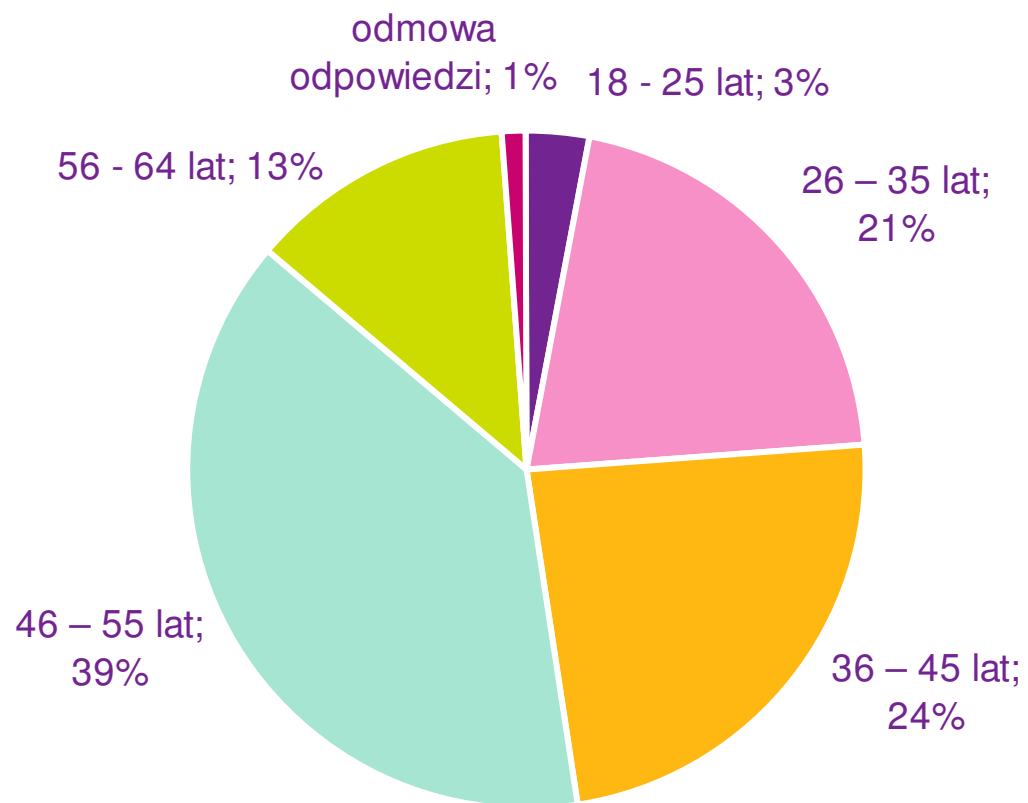
**Płeć**



**METRYCZKA**

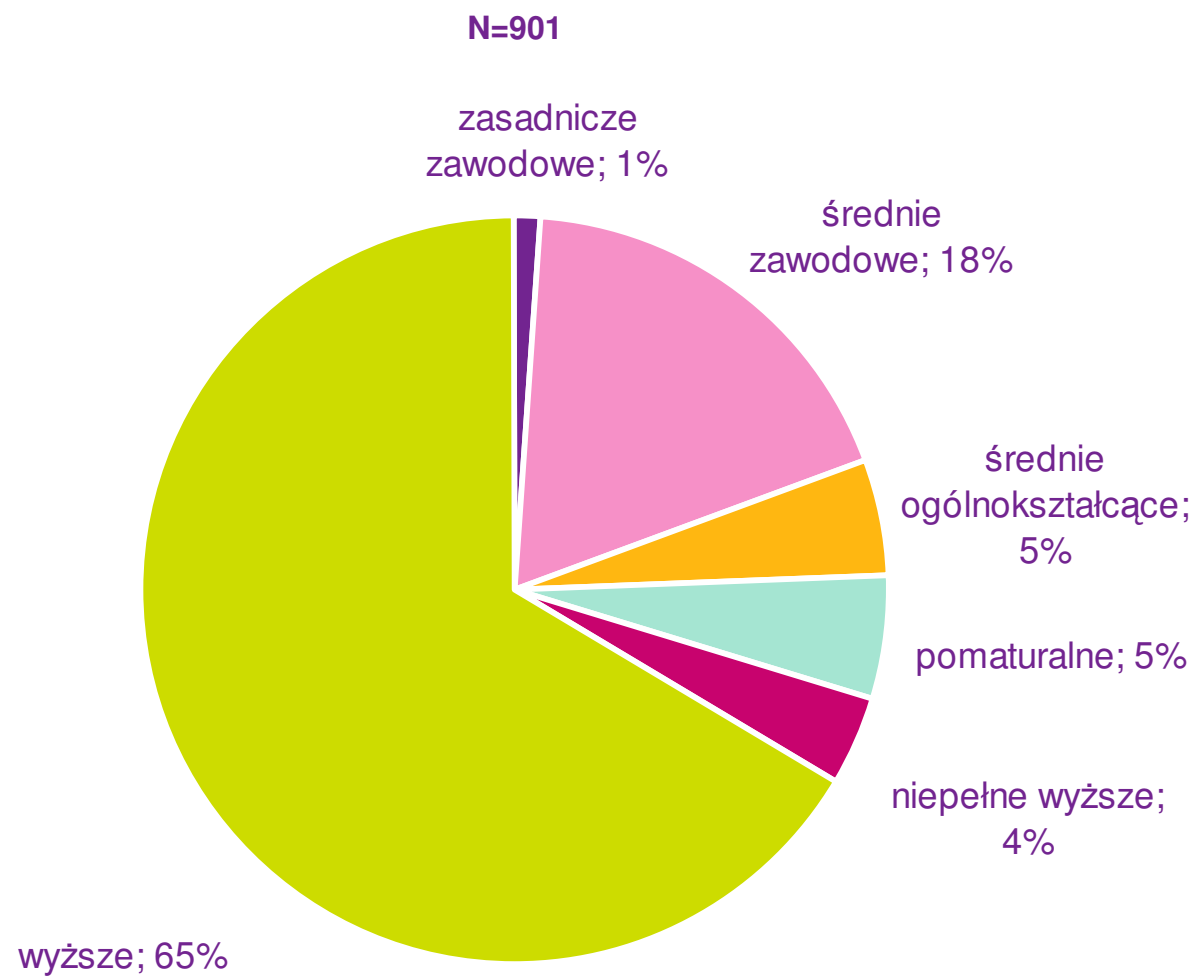
**Wiek**

N=901



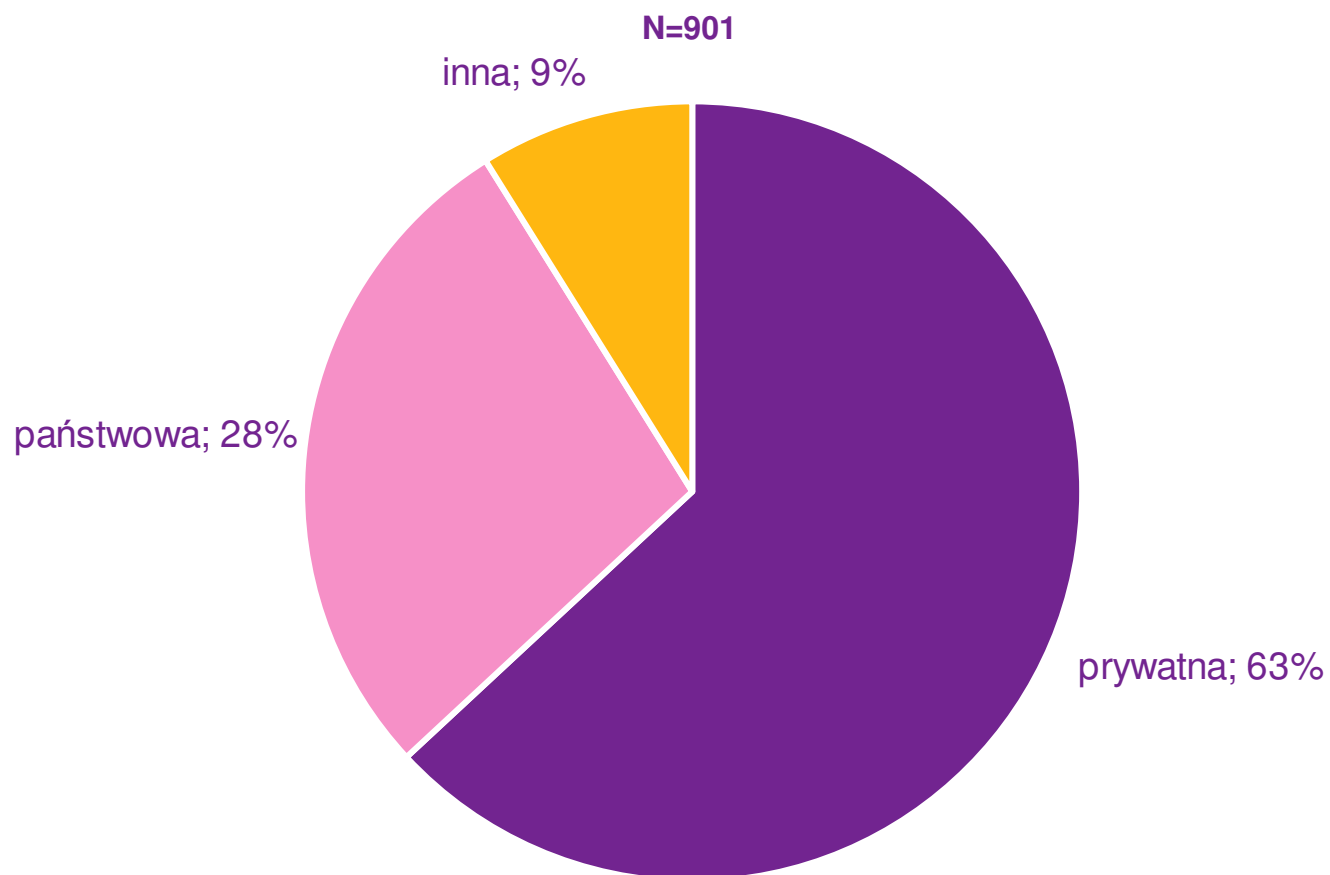
METRYCZKA

## Wykształcenie



METRYCZKA

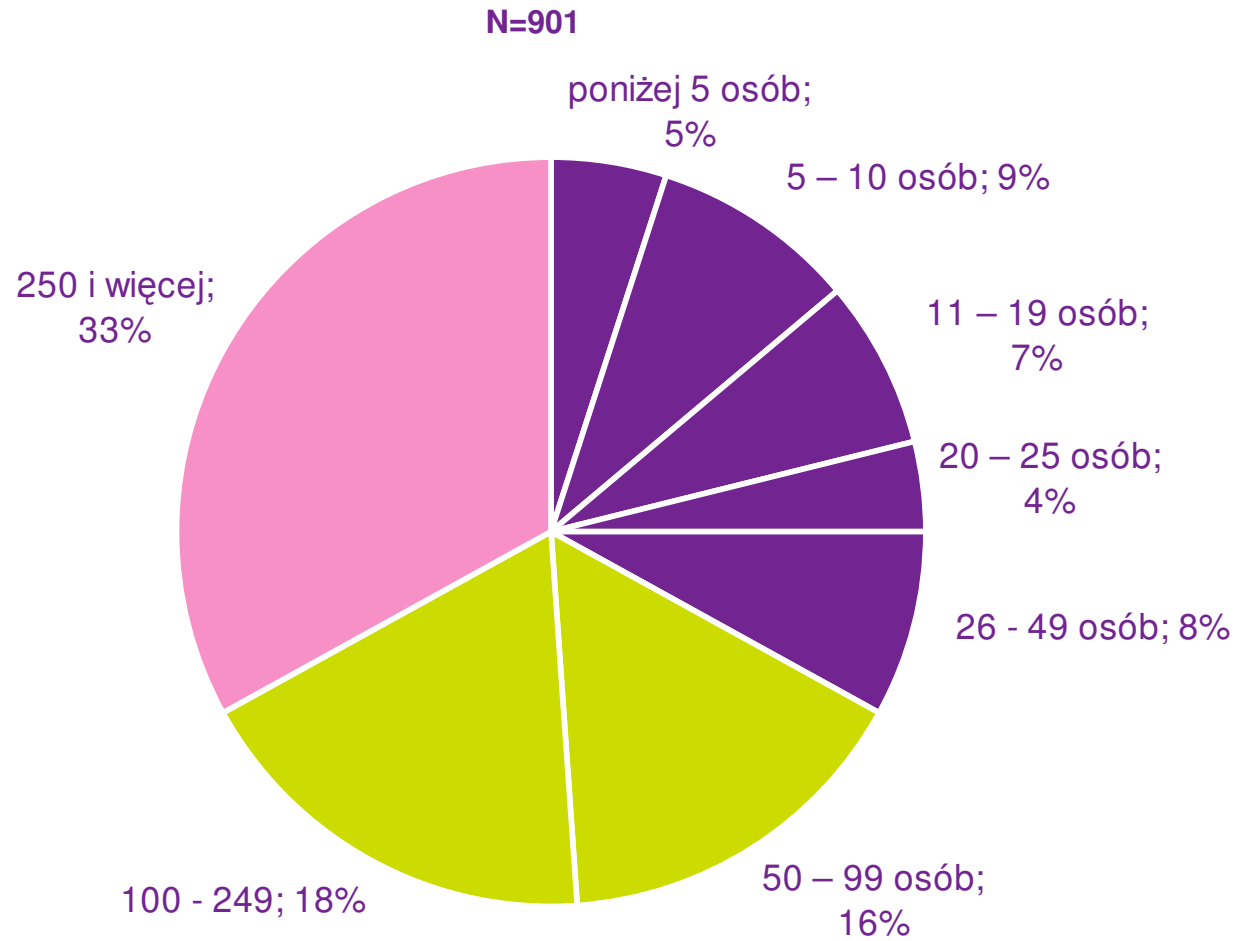
## Forma własności firmy





**METRYCZKA**

**Liczba pracowników w firmie, w której respondent pracuje**



**METRYCZKA**

**Województwo**

**N=901**



**METRYCZKA**

**Klasa wielkości miejscowości**

