



**ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΣ ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΘΗΝΑΣ**

Έρευνες διάγνωσης των αναγκών της αγοράς εργασίας στη Δυτική Αθήνα



Ημερίδα:

**Καινοτόμες Δράσεις, Έρευνες και Υπηρεσίες Στήριξης της Καινοτόμου και νεοφυούς
Μικρο-επιχειρηματικότητας και της Απασχόλησης στη Δυτική Αθήνα**

Διάγνωση Αναγκών της τοπικής Αγοράς Εργασίας:

«Παρουσίαση 2ου Κύκλου Ερευνών 2021-2022»

Μαρία Αμουτζιά, Οικονομολόγος M.Sc –Ειδικός Εμπειρογνώμονας Έργου

Επικαιροποίηση 1ης Ειδικής Έρευνας για τις «επιθετικές ή προωθημένες καινοτομίες» (disruptive innovation) που συνδέονται με έξυπνες πόλεις και τις επιπτώσεις στις δεξιότητες ανέργων ή σε νέες ειδικότητες

Επικαιροποίηση 2ης Ειδικής Έρευνας για τη διεύρυνση των ψηφιακών συναλλαγών και τις επιπτώσεις στις δεξιότητες ανέργων ή σε νέες ειδικότητες

Επικαιροποίηση 3ης Ειδικής Έρευνας για την αξιοποίηση της βιωματικής εμπειρίας και την οικονομία της φήμης (reputation economy)

Επικαιροποίηση 4ης Ειδικής Έρευνας για την αξιοποίηση του ηλεκτρονικού εμπορίου και του IOT στις δεξιότητες ανέργων ή σε νέες ειδικότητες

Επικαιροποίηση 5ης Ειδικής Έρευνας για την αξιοποίηση των δραστηριοτήτων διαμοιρασμένης οικονομίας και δραστηριοτήτων peer-to-peer (διομότιμες αγορές) και τις επιπτώσεις στις δεξιότητες ανέργων ή σε νέες ειδικότητες

Επικαιροποίηση 6ης Ειδικής Έρευνας για την αξιοποίηση των δραστηριοτήτων της δημιουργικής και πολιτιστικής βιομηχανίας

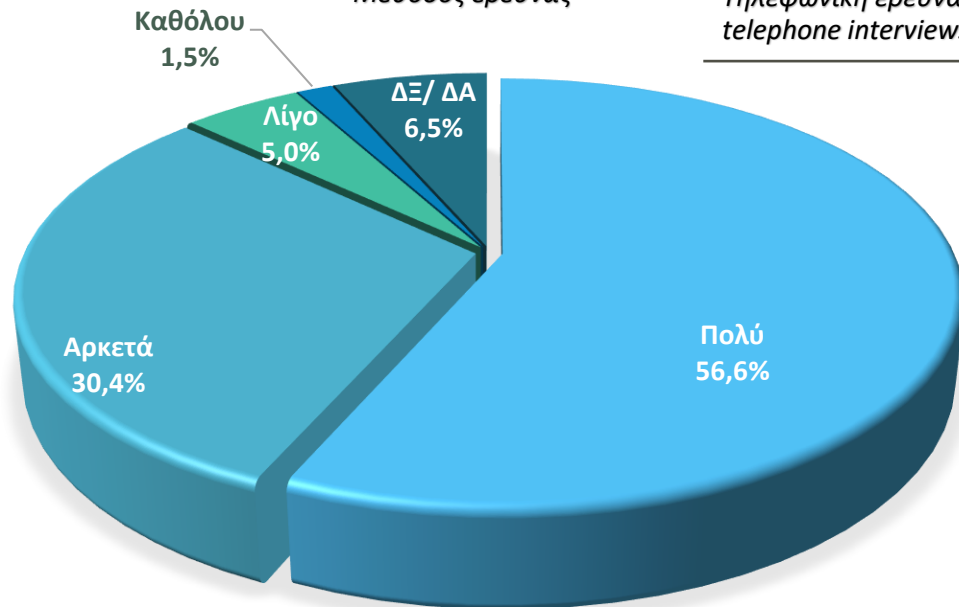
Επικαιροποίηση 7ης Ειδικής Έρευνας για την αξιοποίηση των δραστηριοτήτων του σύγχρονου on-line-marketing και των εφαρμογών internet analytics κ.λπ.

Επικαιροποίηση 8ης Ειδικής Έρευνας για την ψηφιοποίηση της αγοράς εργασίας» (Digitalization on the Labour Market) τις επιπτώσεις στις δεξιότητες ανέργων ή σε νέες ειδικότητες

Επικαιροποίηση 9ης Ειδικής Έρευνας για την απασχόληση με καθεστώς μη-εξαρτημένης εργασίας, την απασχόληση "ανεξάρτητων εργολάβων" κ.λπ., που εντάσσονται στην αποκαλούμενη "οικονομία gig" (gig economy) και των επιπτώσεων στις δεξιότητες ανέργων ή σε νέες ειδικότητες

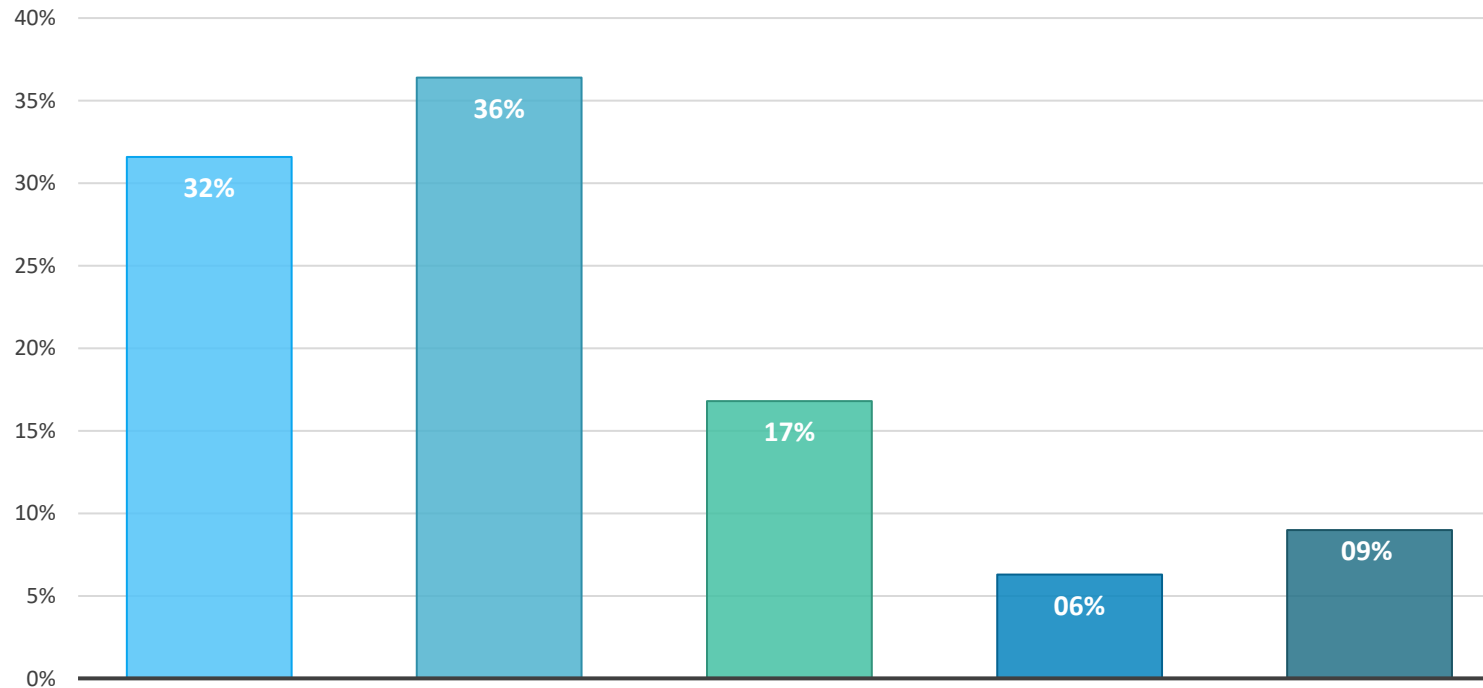
Ταυτότητα Έρευνας: Επικαιροποίηση 1ης Ειδικής Έρευνας για τις «επιθετικές ή προωθημένες καινοτομίες» (disruptive innovation) που συνδέονται με έξυπνες πόλεις και τις επιπτώσεις στις δεξιότητες ανέργων ή σε νέες ειδικότητες

Μέγεθος δείγματος:	552 άτομα
Ομάδα στόχου	Εργοδότες / διευθυντές/ Στελέχη, Επιχειρήσεων, Υπεύθυνοι HR επιχειρήσεων, Διευθυντές εταιρειών Τεχνολογίας και Πληροφορικής, Ελεύθεροι Επαγγελματίες και Καταναλωτές
Μέθοδος δειγματοληψίας	Στρωματοποιημένη Δειγματοληψία. Η έρευνα διεξήχθη σύμφωνα με τους κανόνες δεοντολογίας που ορίζουν ο ΣΕΔΕΑ, η WAPOR & η ESOMAR.
Μέθοδος έρευνας	Τηλεφωνική έρευνα με τη χρήση του ειδικού συστήματος τηλεφωνικών συνεντεύξεων CATI (computer aided telephone interviews). Ακολουθήθηκε η διαδικασία της τυχαίας επιλογής τηλεφωνικών αριθμών



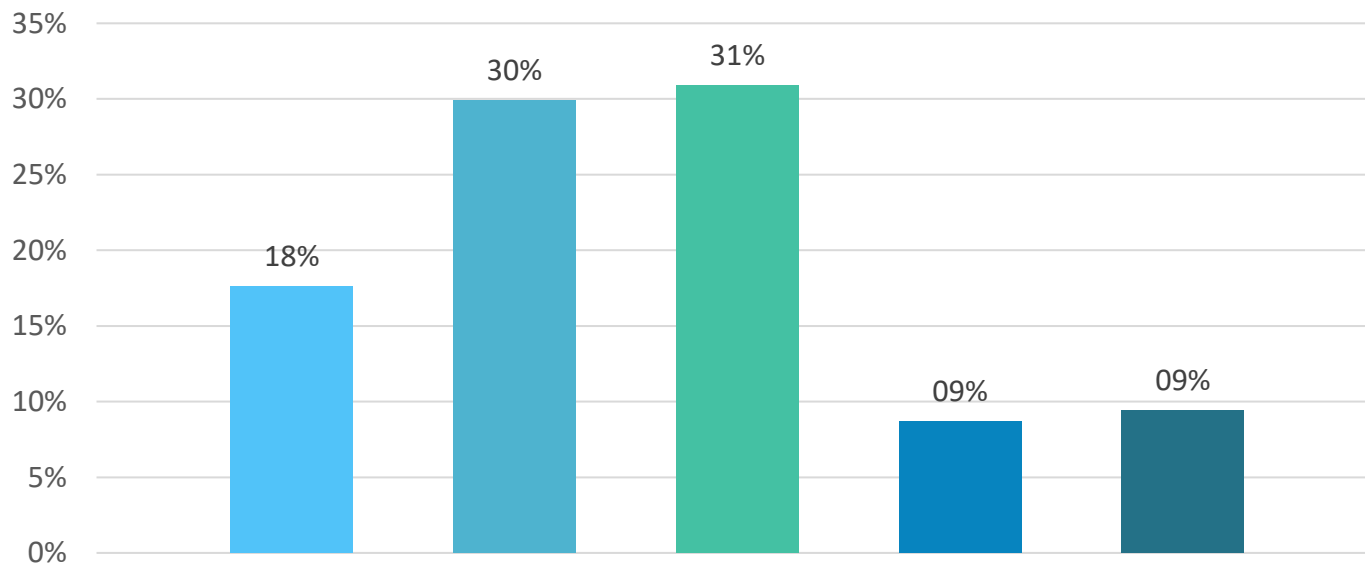
Παρατηρείται ότι το 56,6% των ερωτώμενων απάντησε ότι είναι πολύ σημαντικό για τις επιχειρήσεις να προσεγγίσουν νέες καινοτόμες μορφές επιχειρηματικότητας μέσα από νέες ιδέες και προϊόντα. Το 60,2% που ανήκει στην ηλικιακή ομάδα 26-35 και το 71,4% όσων δεν έχουν ολοκληρώσει τη Α' βάρθμια Εκπαίδευση έχουν τη συγκεκριμένη άποψη

■ Σίγουρα Ναι ■ Μάλλον Ναι ■ Μάλλον Όχι ■ Σίγουρα Όχι ■ Δεν Ξέρω / Δεν απαντώ



Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτώμενων με 36,4%, πιστεύει ότι τα επόμενα 5 χρόνια μάλλον υπάρχει μεγάλη πιθανότητα να αλλάξει ο τρόπος που παράγονται τα προϊόντα-υπηρεσίες της επιχείρησής τους.

■ Μάλλον Αύξηση ■ Ούτε Αύξηση Ούτε Μείωση ■ Σίγουρα Μείωση ■ Μάλλον Μείωση



Οι ερωτώμενοι απάντησαν ότι δεν θα υπάρξει κάποια μεταβολή στις επιχειρήσεις με τη χρήση του διαδικτύου όσον αφορά την επιχειρηματικότητα.

Το 34,6% που ανήκει στην ηλικιακή ομάδα 26-35 και το 41,7% όσων είναι κάτοχοι Μεταπτυχιακού / Διδακτορικού έχουν τη συγκεκριμένη άποψη.

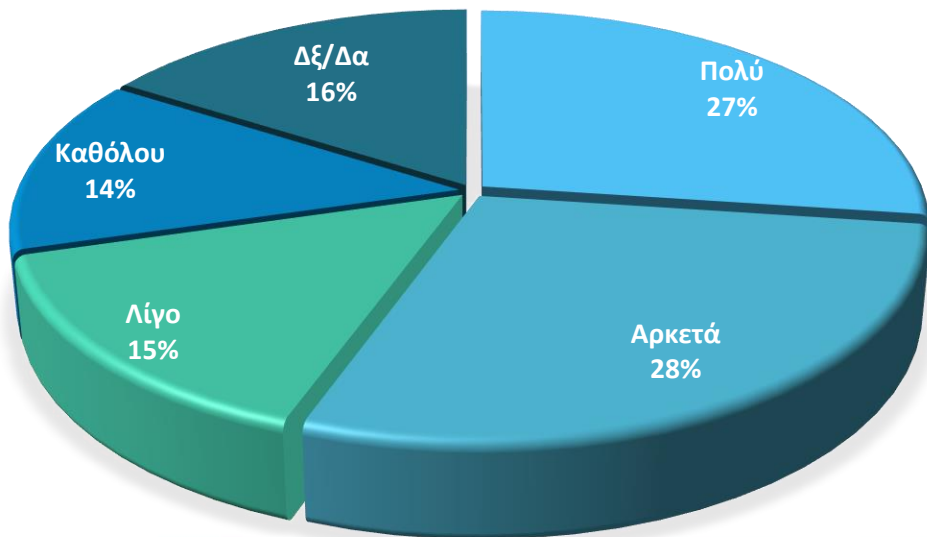
Ταυτότητα Έρευνας: Επικαιροποίηση 2ης Ειδικής Έρευνας για τη διεύρυνση των ψηφιακών συναλλαγών και τις επιπτώσεις στις δεξιότητες ανέργων ή σε νέες ειδικότητες

Μέγεθος δείγματος: 553 άτομα

Ομάδα Στόχου: Εργοδότες / διευθυντές/ Στελέχη, Επιχειρήσεων, Υπεύθυνοι HR επιχειρήσεων, Ελεύθεροι Επαγγελματίες και Καταναλωτές

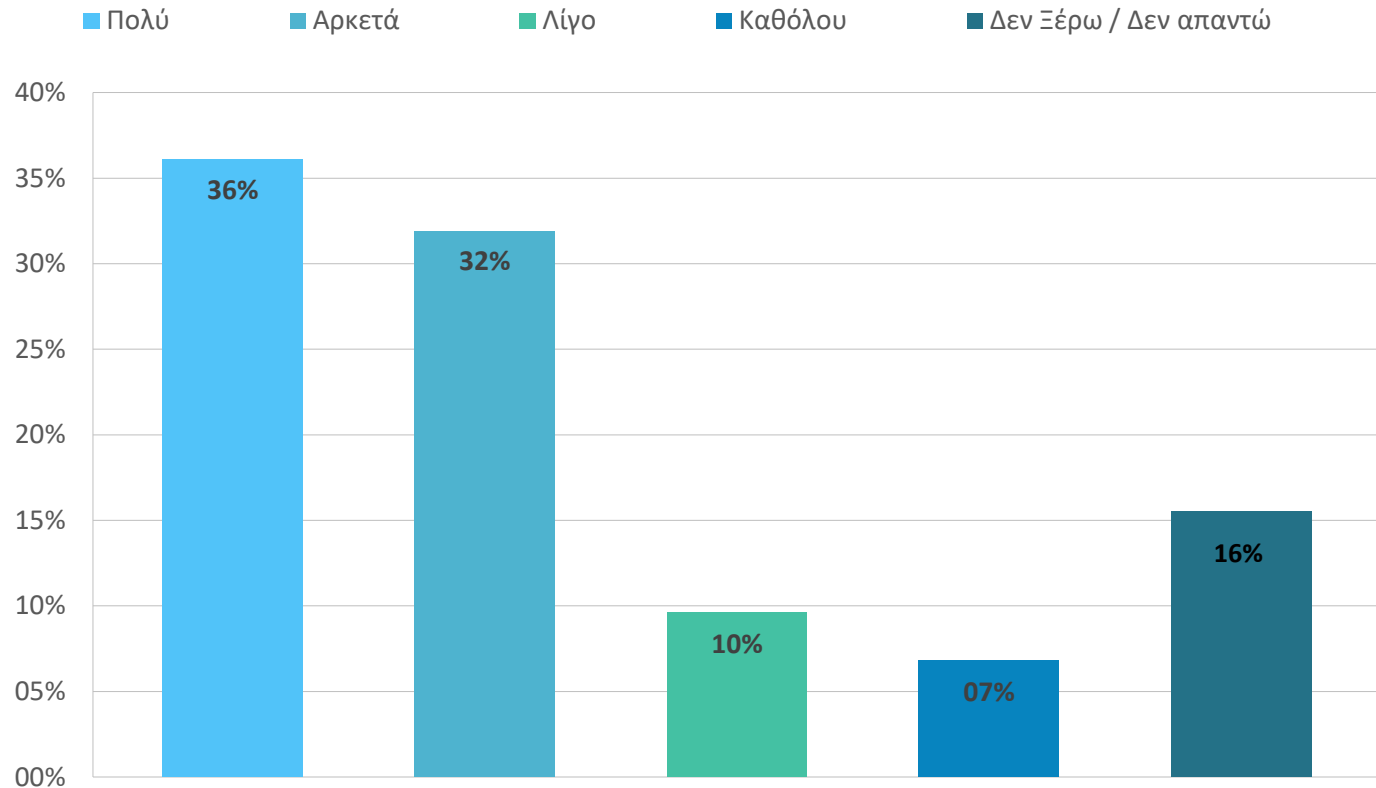
Μέθοδος δειγματοληψίας: Στρωματοποιημένη Δειγματοληψία. Η έρευνα διεξήχθη σύμφωνα με τους κανόνες δεοντολογίας που ορίζουν ο ΣΕΔΕΑ, η WAPOR & η ESOMAR.

Μέθοδος έρευνας: Τηλεφωνική έρευνα με τη χρήση του ειδικού συστήματος τηλεφωνικών συνεντεύξεων CATI (computer aided telephone interviews). Ακολουθήθηκε η διαδικασία της τυχαίας επιλογής τηλεφωνικών αριθμών



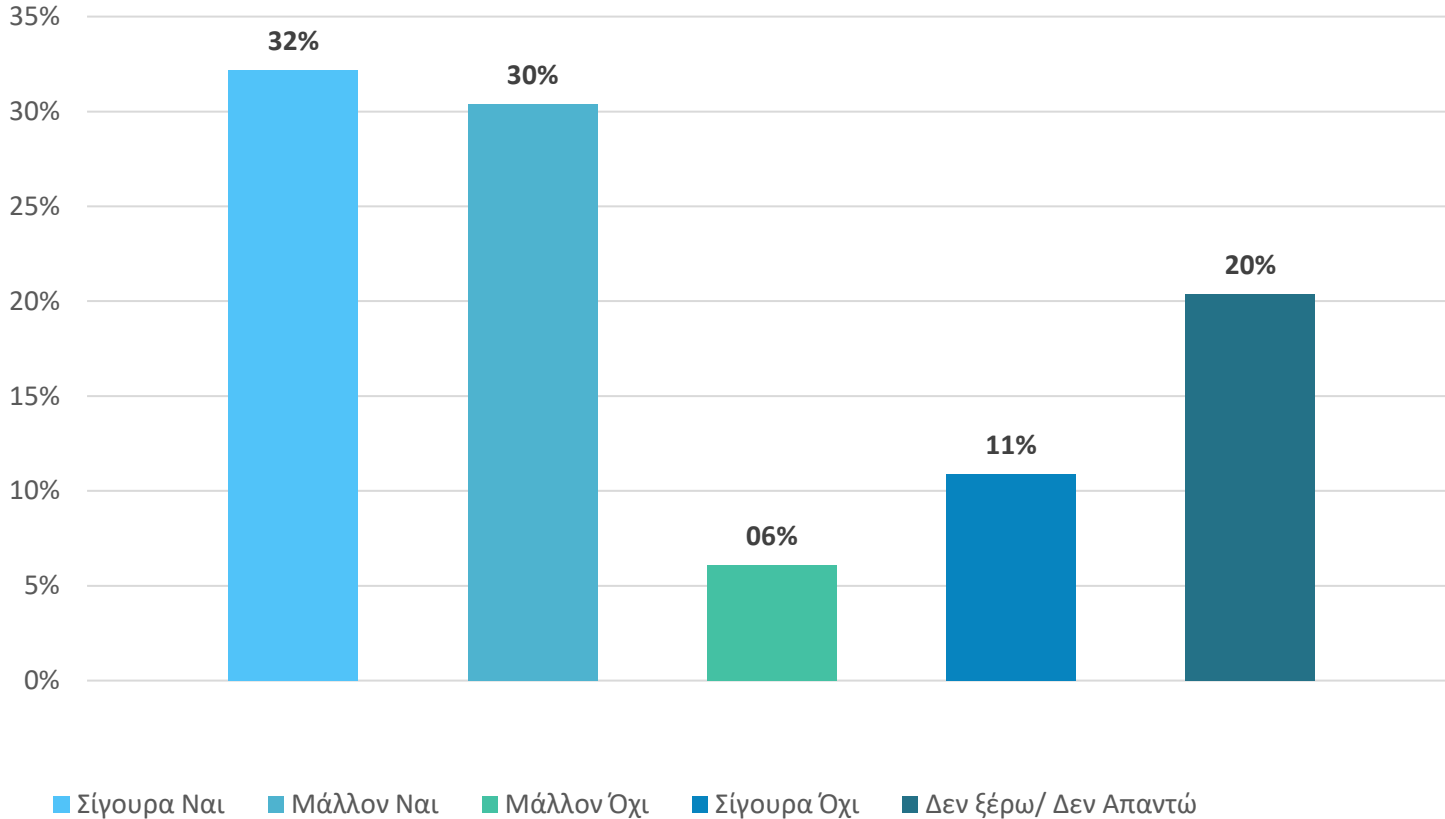
Αναφορικά με την ωφέλεια της χρήσης των ψηφιακών συναλλαγών η πλειοψηφία του δείγματος (55%) επέλεξε Πολύ ή Αρκετά.

Το μεγαλύτερο ποσοστό θετικότητας για τη χρήση των συγκεκριμένων συναλλαγών σημειώθηκε από το δείγμα που δηλώνει κάτω των 25 ετών (68,2%), ενώ αξίζει να αναφερθεί πως το χαμηλότερο ποσοστό θετικότητας σημειώθηκε από τους ερωτώμενους που είναι άνω των 55 ετών (45,7%).



Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων (68%), αναφορικά με την αύξηση της χρήσης των ψηφιακών συναλλαγών την τελευταία τριετία/πενταετία, επέλεξε Πολύ ή Αρκετά.

Το μεγαλύτερο ποσοστό θετικότητας για την αύξηση των ψηφιακών συναλλαγών σημειώθηκε από το δείγμα που δηλώνει κάτω των 25 ετών (75,3%) , ενώ αξίζει να αναφερθεί πως το χαμηλότερο ποσοστό θετικότητας σημειώθηκε από τους ερωτώμενους που είναι άνω των 55 ετών (62,3%).



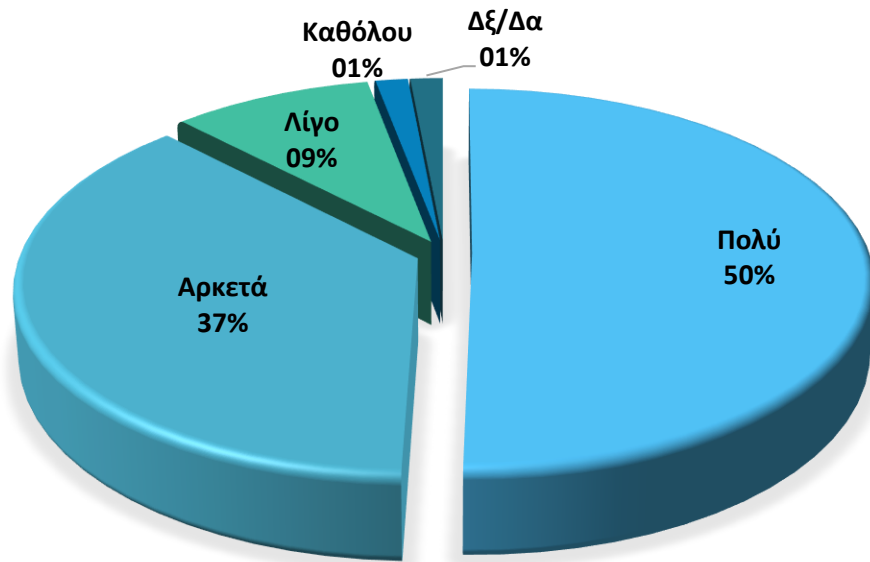
Η διάθεση των ερωτηθέντων στην ενσωμάτωση ψηφιακών συναλλαγών ενισχύοντας το ηλεκτρονικό εμπόριο της επιχείρησης καταγράφεται θετική: το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος (62,6%) επέλεξε Σίγουρα Ναι ή Μάλλον Ναι.

Αξιοσημείωτο είναι πως στις ηλικιακές ομάδες η διάθεση ενσωμάτωσης νέων δραστηριοτήτων ψηφιακών συναλλαγών στην επιχείρηση, φθίνει από την μικρότερη κλίμακα στη μεγαλύτερη (κάτω των 25 ετών 74,2% και άνω των 55 ετών 54,1%).

Αξίζει να αναφερθεί πως ο δείκτης θετικότητας του εκπαιδευτικού επιπέδου των ερωτηθέντων εμφανίζει κλιμακωτή αύξηση από την κατώτερη κλίμακα στην υψηλότερη (Δεν έχει ολοκληρώσει Α βάρθμια εκπαίδευση 25%, Κάτοχος Μεταπτυχιακού/Διδακτορικού 68,8%)

Ταυτότητα Έρευνας: Επικαιροποίηση 3ης Ειδικής Έρευνας για την αξιοποίηση της βιωματικής εμπειρίας και την οικονομία της φήμης (reputation economy)

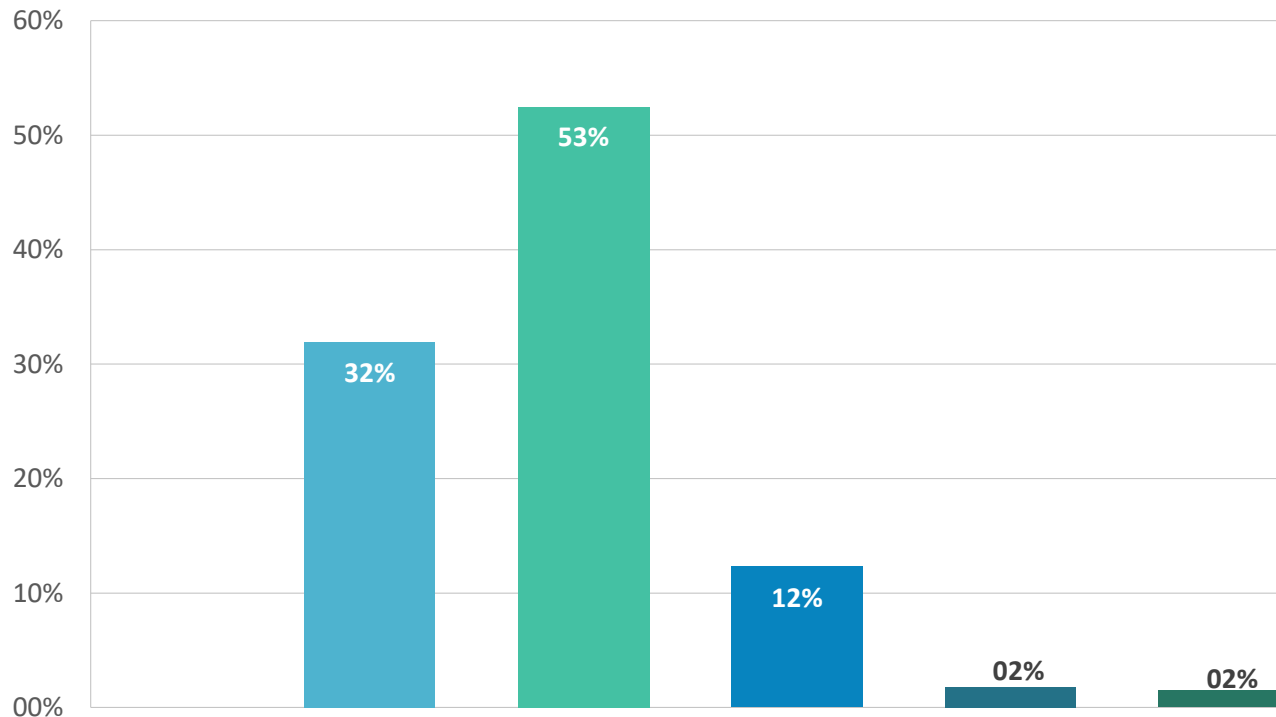
Μέγεθος δείγματος:	554 άτομα
Ομάδα στόχου	Εργοδότες / διευθυντές/ Στελέχη, Επιχειρήσεων, Υπεύθυνοι HR επιχειρήσεων, Ελεύθεροι Επαγγελματίες και Καταναλωτές
Μέθοδος δειγματοληψίας	Στρωματοποιημένη Δειγματοληψία. Η έρευνα διεξήχθη σύμφωνα με τους κανόνες δεοντολογίας που ορίζουν ο ΣΕΔΕΑ, η WAPOR & η ESOMAR.
Μέθοδος έρευνας	Τηλεφωνική έρευνα με τη χρήση του ειδικού συστήματος τηλεφωνικών συνεντεύξεων CATI (computer aided telephone interviews). Ακολουθήθηκε η διαδικασία της τυχαίας επιλογής τηλεφωνικών αριθμών



Οι συμμετέχοντες στην έρευνα που ρωτήθηκαν σχετικά με τη βαρύτητα που διαδραματίζει η ικανοποίηση των καταναλωτών / επισκεπτών σε σχέση με την επιλογή ενός προϊόντος συμφωνούν στην άποψη πως είναι «Αρκετά» ή «Πολύ» σημαντική ως προς την τελική επιλογή ενός τύπου – προορισμού.

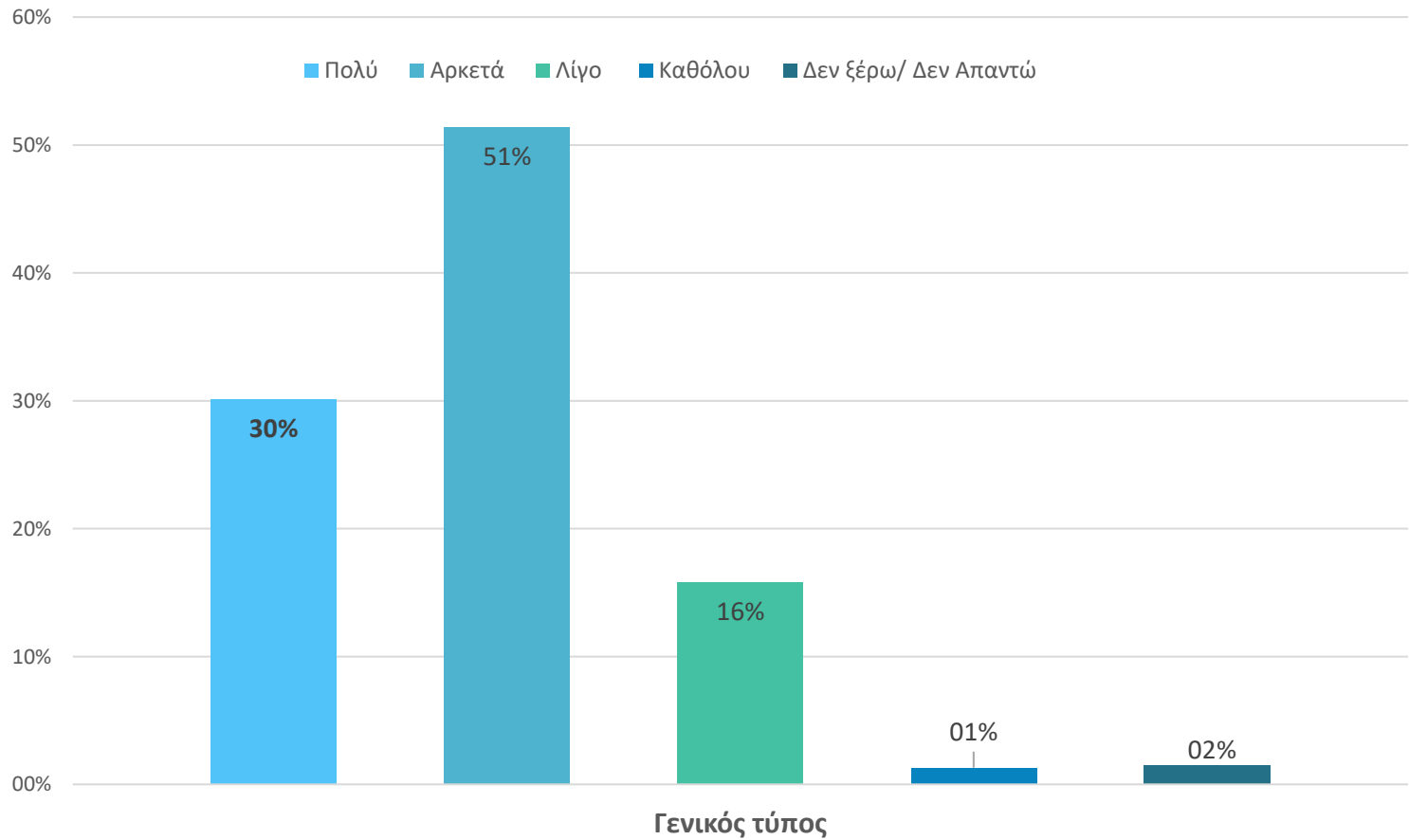
Στην επαναληπτική έρευνα το ποσοστό που συμφωνεί με την άποψη αυτή φτάνει το 87,7%.

■ Πολύ ■ Αρκετά ■ Λίγο ■ Καθόλου ■ Δεν Ξέρω / Δεν απαντώ



Η βαρύτητα που διαδραματίζει η δυνατότητα πολλαπλών επιλογών αναφορικά με την επιλογή ενός τόπου – προορισμού (λ.χ. δραστηριότητες αναψυχής, πολιτισμού, άντληση βιωματικών εμπειριών κ.λπ.) σύμφωνα με την άποψη των συμμετεχόντων στην έρευνα είναι «Αρκετά» ή «Πολύ» σημαντική ως προς την τελική επιλογή ενός τόπου – προορισμού.

Στην επαναληπτική έρευνα το ποσοστό που απαντά «Αρκετά» και «Πολύ» φτάνει το 84,4%.



Έντονη είναι η τάση της γνώμης των ερωτώμενων ως προς την σπουδαιότητα της κοινωνικής ευθύνης (περιβαλλοντική ευαισθησία, ενημέρωση επισκεπτών, προσβασιμότητα σε υποδομές και πληροφορίες, διασφάλιση της δημόσιας υγείας κ.λπ.) αναφορικά με την επιλογή ενός τόπου – προορισμού.

Στην επαναληπτική έρευνα το ποσοστό φτάνει το 51,4%.

Ταυτότητα Έρευνας: επικαιροποίηση 4ης Ειδικής Έρευνας για την αξιοποίηση του ηλεκτρονικού εμπορίου και του ΙΟΤ στις δεξιότητες ανέργων ή σε νέες ειδικότητες

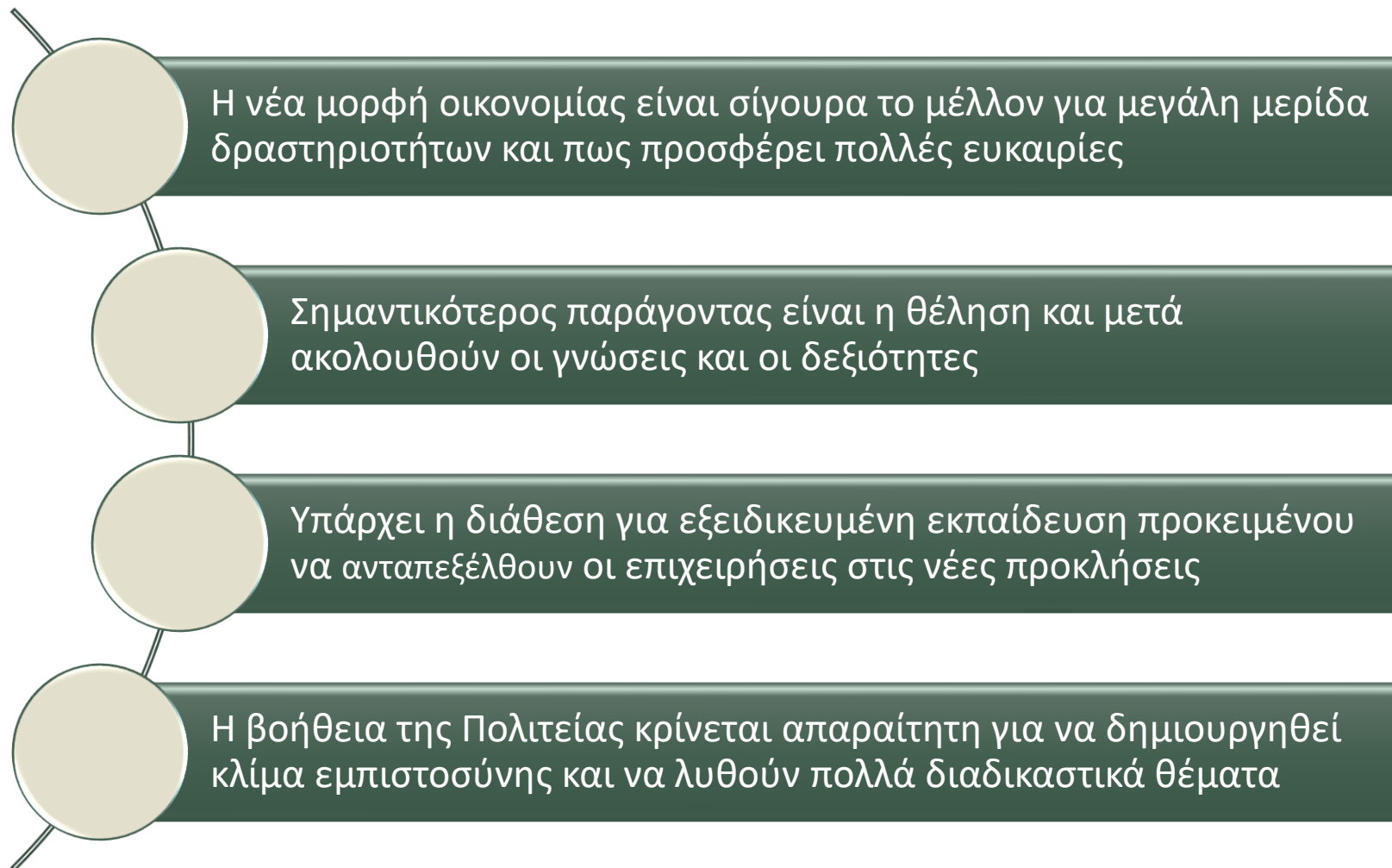
**Μέθοδος έρευνας/
δειγματοληψίας**

Στο πλαίσιο της παρούσας έρευνας διενεργήθηκαν 4 focus groups τα οποία απαρτίστηκαν από ιδιοκτήτες επιχειρήσεων και εργαζόμενους σε αυτές (υπεύθυνους προσωπικού, λογιστηρίου) και αυτοαπασχολούμενους με στόχο τη διερεύνηση των απόψεων τους και τη στάση τους σε σχέση με το ηλεκτρονικό εμπόριο και το ΙΟΤ αλλά και την αξιοποίηση του. Για την άρτια υλοποίηση της έρευνας οι ομάδες εστίασης χωρίστηκαν ως εξής 1. Επιχειρηματίες & Ελεύθεροι Επαγγελματίες της Δυτικής Αθήνας ηλικιακής ομάδας 18-45, 2. Επιχειρηματίες & Ελεύθεροι Επαγγελματίες της Δυτικής Αθήνας ηλικιακής ομάδας 45+, 3. Εργαζόμενοι και καταναλωτές της Δυτικής Αθήνας ηλικιακής ομάδας 18-45 και 4. Εργαζόμενοι και καταναλωτές της Δυτικής Αθήνας ηλικιακής ομάδας 45+.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι ήδη μέρος της ζωής μας

Το ΙοΤ θα παίζει σημαντικό ρόλο στην οικονομία αλλά και στον τρόπο ζωής στο άμεσο μέλλον

Η Δυτική Αθήνα δεν θεωρείται από τους ερωτώμενους ότι έχει ιδιαιτερότητες, σε σχέση με άλλες περιοχές



Ταυτότητα Έρευνας: Επικαιροποίηση 5ης Ειδικής Έρευνας για την αξιοποίηση των δραστηριοτήτων διαμοιρασμένης οικονομίας και δραστηριοτήτων peer-to-peer (διομότιμες αγορές) και τις επιπτώσεις στις δεξιότητες ανέργων ή σε νέες ειδικότητες

Μέθοδος έρευνας/
δειγματοληψίας

Στο πλαίσιο της παρούσας έρευνας διενεργήθηκαν 4 focus groups τα οποία απαρτίστηκαν από ιδιοκτήτες Airbnb και ιδιοκτήτες ΤΑΞΙ συνεργαζόμενοι με Taxibeat. Στόχο είχε τη διερεύνηση των απόψεων τους σχετικά με τις δραστηριότητες διαμοιρασμένης οικονομίας και peer-to-peer, όπως και προβλήματα, προοπτικές, ευκαιρίες κλπ. Για την άρτια υλοποίηση της έρευνας οι ομάδες εστίασης χωρίστηκαν ως εξής 1. Ιδιοκτήτες Airbnb 18-45, 2. Ιδιοκτήτες Airbnb 45+, 3. Ιδιοκτήτες ΤΑΞΙ συνεργαζόμενοι με Taxibeat 18-45 και 4. Ιδιοκτήτες ΤΑΞΙ συνεργαζόμενοι με Taxibeat 45+ και διανομείς wolt.

υπάρχει η αίσθηση ότι αυτή η νέα μορφή οικονομίας είναι σίγουρα το μέλλον για μεγάλη μερίδα δραστηριοτήτων, και πως προσφέρει πολλές ευκαιρίες

η αίσθηση είναι πως δεν χρειάζεται ειδικές γνώσεις αρκεί να υπάρχει θέληση

υπάρχει η διάθεση για εξειδικευμένη εκπαίδευση προκειμένου να ανταπεξέλθουν οι επιχειρήσεις στις νέες προκλήσεις

η βοήθεια της πολιτείας κρίνεται απαραίτητη για να δημιουργηθεί κλίμα εμπιστοσύνης και να λυθούν διαδικαστικά θέματα

Η γενική εκτίμηση ήταν ότι η συγκεκριμένη αγορά αποτελεί πλέον κομμάτι της καθημερινότητάς μας και πως σε γενικές γραμμές ευνοήθηκε πολύ από την πανδημία και τα lockdowns

Υπάρχει η αίσθηση πως προχωράει η ανάπτυξη αυτού του κλάδου και πως όποια νέα υπηρεσία δημιουργείται, πάει καλά.

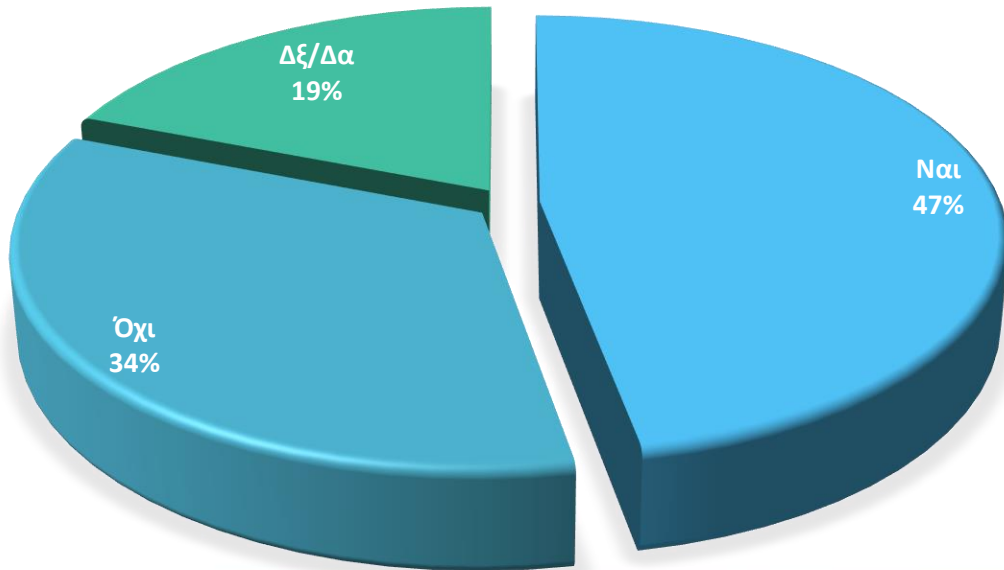
δεν παίζει ιδιαίτερο ρόλο η περιοχή δραστηριοποίησης.

θα παρουσιαστούν ανάγκες για νέες θέσεις στον κλάδο

Ειδικά για τις δραστηριότητες **peer-to-peer** και αναφέρθηκαν σε νέες θέσεις για διαχειριστές παραγγελιών και επιπλέον προσλήψεις στις εταιρείες κουριερ.

Ταυτότητα Έρευνας: Επικαιροποίηση 6ης Ειδικής Έρευνας για την αξιοποίηση των δραστηριοτήτων της δημιουργικής και πολιτιστικής βιομηχανίας

Μέγεθος δείγματος:	554 άτομα
Ομάδα στόχος	Εργοδότες / διευθυντές/ Στελέχη, Επιχειρήσεων, Υπεύθυνοι HR επιχειρήσεων, Ελεύθεροι Επαγγελματίες και Καταναλωτές
Μέθοδος δειγματοληψίας	Στρωματοποιημένη Δειγματοληψία. Η έρευνα διεξήχθη σύμφωνα με τους κανόνες δεοντολογίας που ορίζουν ο ΣΕΔΕΑ, η WAPOR & η ESOMAR.
Μέθοδος έρευνας	Τηλεφωνική έρευνα με τη χρήση του ειδικού συστήματος τηλεφωνικών συνεντεύξεων CATI (computer aided telephone interviews). Ακολουθήθηκε η διαδικασία της τυχαίας επιλογής τηλεφωνικών αριθμών



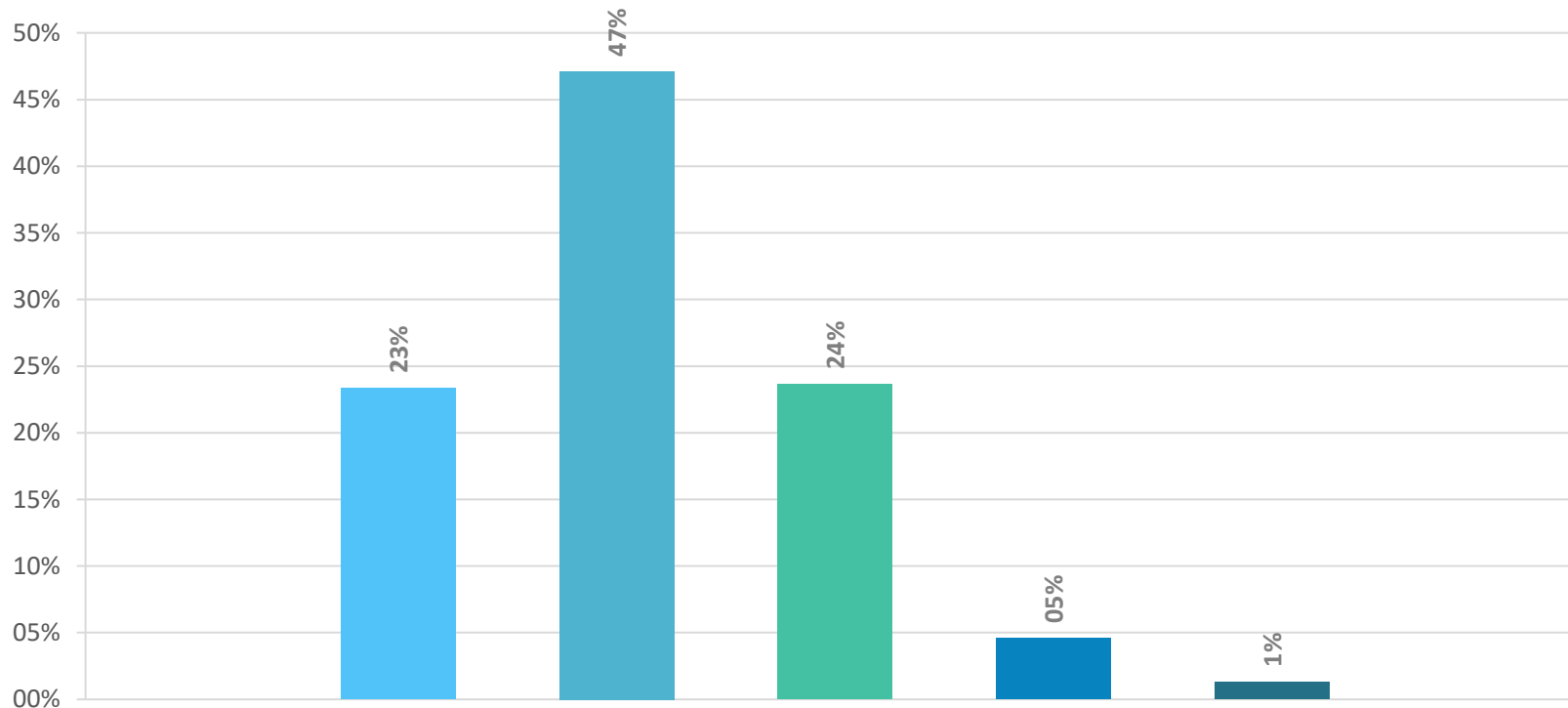
Οι Πολιτιστικές και Δημιουργικές Βιομηχανίες συγκεντρώνουν όλα τα γνωρίσματα ενός παραγωγικού, ανταγωνιστικού και εξωστρεφούς καινοτόμου τομέα κατά την άποψη του 47,1% των ερωτώμενων της επαναληπτικής έρευνας.



Σε ποσοστό 66,2% πιστεύουν οι συμμετέχοντες στην έρευνα πως υπάρχει η δυνατότητα στη χώρα μας για την παραγωγή προϊόντων και υπηρεσιών υψηλής προστιθέμενης αξίας, με δυνατότητα διείσδυσης σε νέες αγορές. Οι κλάδοι με τα υψηλότερα ποσοστά αυτής της δυνατότητας είναι:

- ο κλάδος της Καλλιτεχνικής δημιουργίας
- ο κλάδος της Ψηφιακής Προβολής Προορισμών και
- Οι οπτικοακουστικές τέχνες και το on-line περιεχόμενο και η διαφήμιση

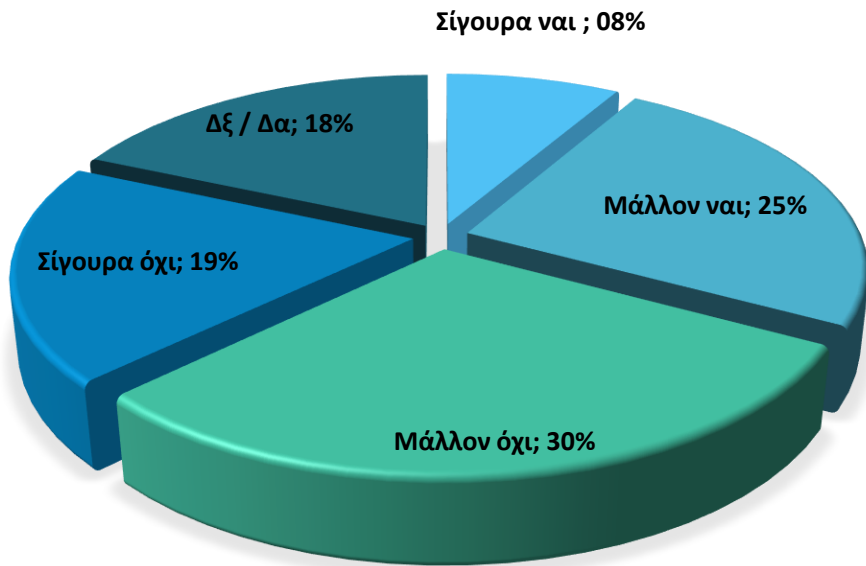
■ Συμφωνώ απόλυτα ■ Συμφωνώ ■ Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ ■ Διαφωνώ ■ Διαφωνώ απόλυτα



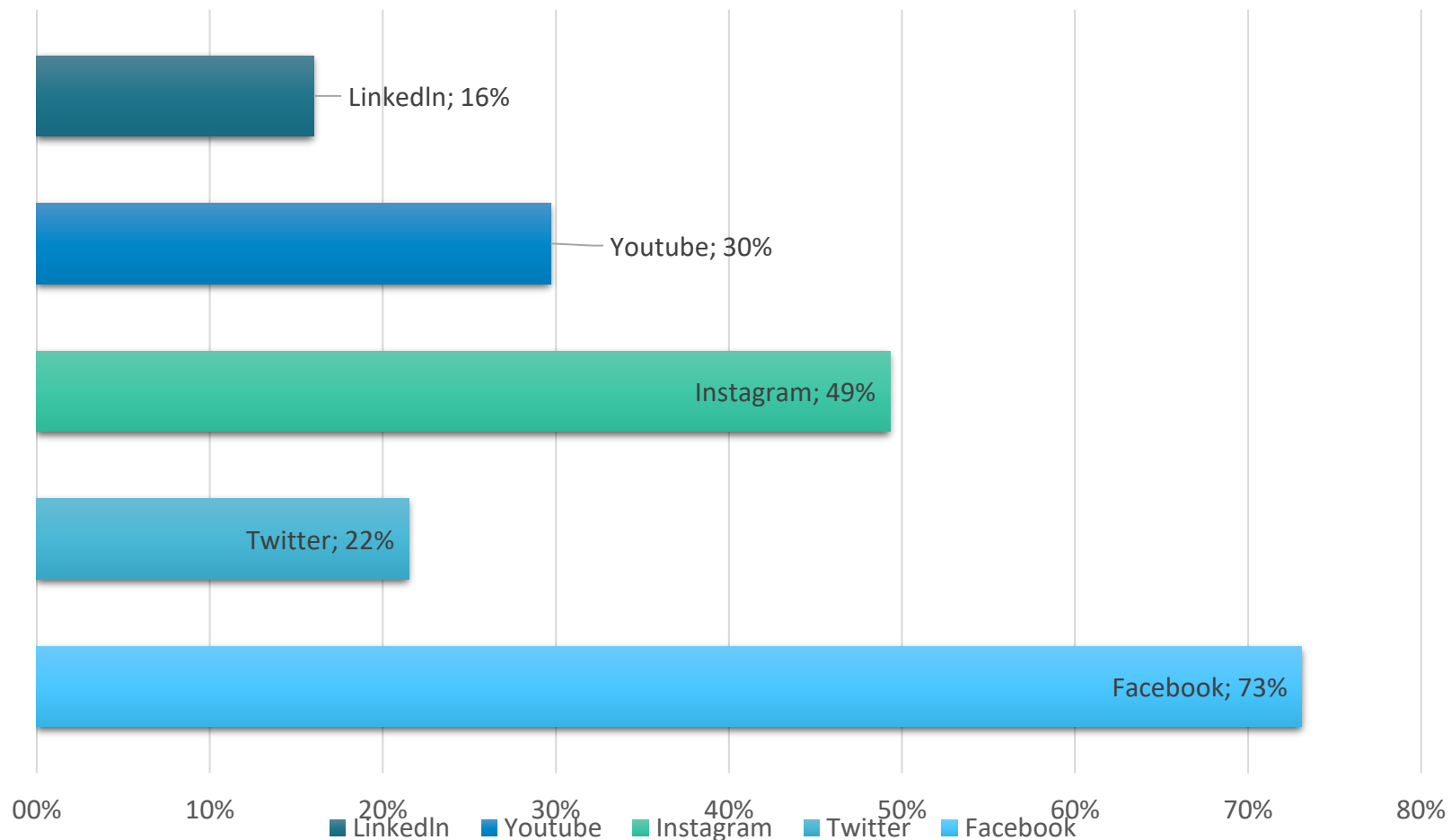
Οι ερωτώμενοι στην πλειοψηφία τους συμφωνούν με την άποψη πως οι κλάδοι Πολιτισμού και Δημιουργικότητας μπορούν να προσφέρουν στήριξη και να αποτελέσουν μοχλό ανάπτυξης στην παρούσα οικονομική συγκυρία στην Περιοχή της Δυτικής Αθήνας

Ταυτότητα Έρευνας: Επικαιροποίηση 7ης Ειδικής Έρευνας για την αξιοποίηση των δραστηριοτήτων του σύγχρονου on-line-marketing και των εφαρμογών internet analytics κ.λπ.

Μέγεθος δείγματος:	546 άτομα
Ομάδα στόχος	Ευρύ κοινό (εργαζόμενοι εργοδότες, άνεργοι)
Μέθοδος δειγματοληψίας	Στρωματοποιημένη Δειγματοληψία. Η έρευνα διεξήχθη σύμφωνα με τους κανόνες δεοντολογίας που ορίζουν ο ΣΕΔΕΑ, η WAPOR & η ESOMAR.
Μέθοδος έρευνας	Τηλεφωνική έρευνα με τη χρήση του ειδικού συστήματος τηλεφωνικών συνεντεύξεων CATI (computer aided telephone interviews). Ακολουθήθηκε η διαδικασία της τυχαίας επιλογής τηλεφωνικών αριθμών

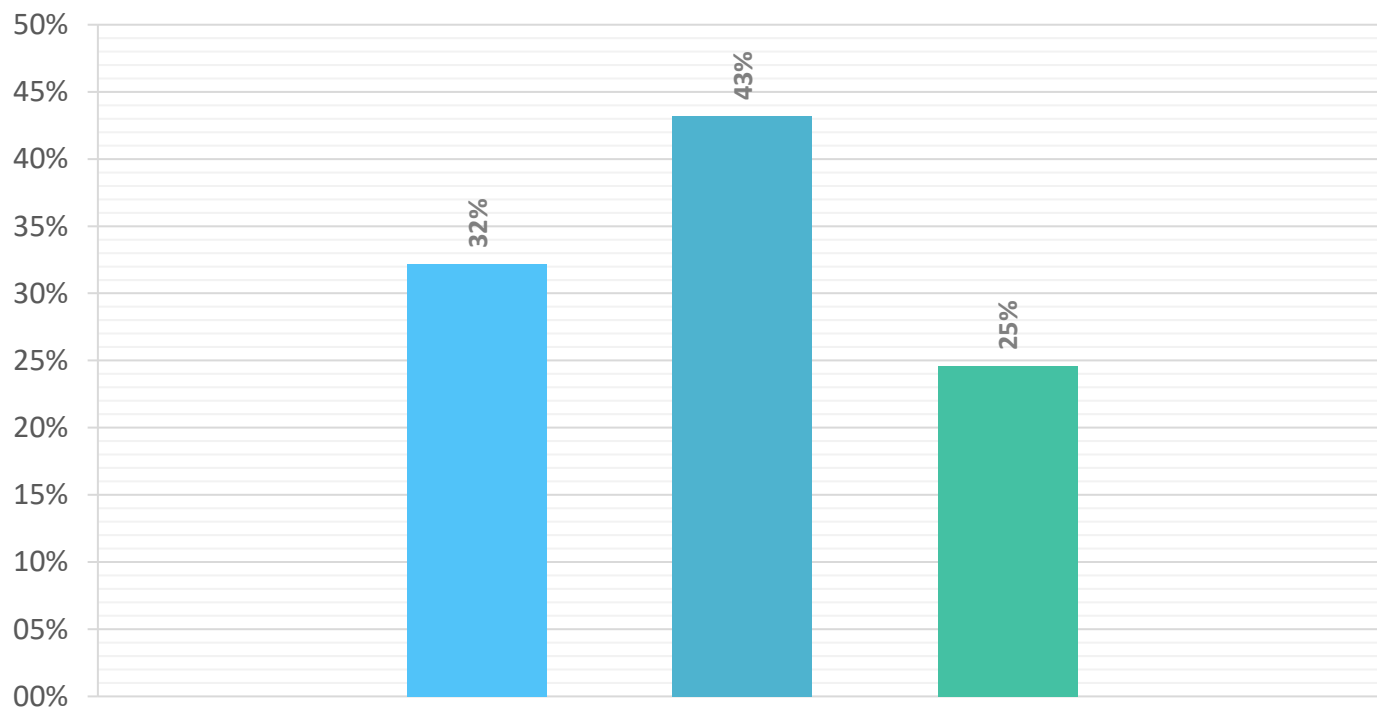


Απαισιόδοξοι εμφανίζονται οι ιδιοκτήτες του κλάδου σε σχέση με την πιθανότητα να προχωρήσουν σε επενδύσεις το αμέσως επόμενο διάστημα. Στην επαναληπτική έρευνα το ποσοστό έφτασε στο 48,7%.



Το μέσο κοινωνικής δικτύωσης που κατά κύριο λόγο χρησιμοποιούν οι Επιχειρήσεις είναι το Facebook. Στην επαναληπτική έρευνα το ποσοστό επιλογής του Facebook αγγίζει το 73,1%.

■ Ναι ■ Όχι ■ Δεν ξέρω/ Δεν Απαντώ

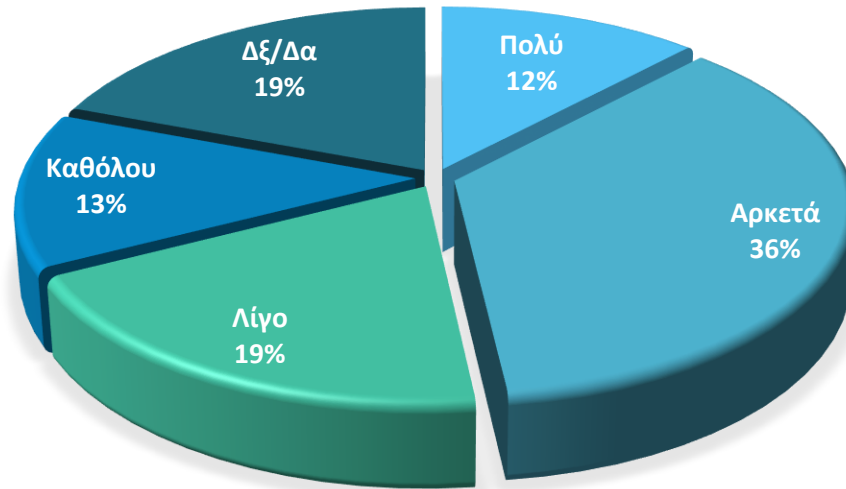


Οι ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων στην ερώτηση αν γνωρίζουν και αν εφαρμόζουν το Digital Marketing στην πλειοψηφία τους απάντησαν «Όχι».

Στην επαναληπτική έρευνα το ποσοστό που απάντησε πως γνωρίζει και εφαρμόζει το Digital Marketing έφτασε μόλις το 32,2%

Ταυτότητα Έρευνας: Επικαιροποίηση 8ης Ειδικής Έρευνας για την ψηφιοποίηση της αγοράς εργασίας» (Digitalization on the Labour Market) τις επιπτώσεις στις δεξιότητες ανέργων ή σε νέες ειδικότητες

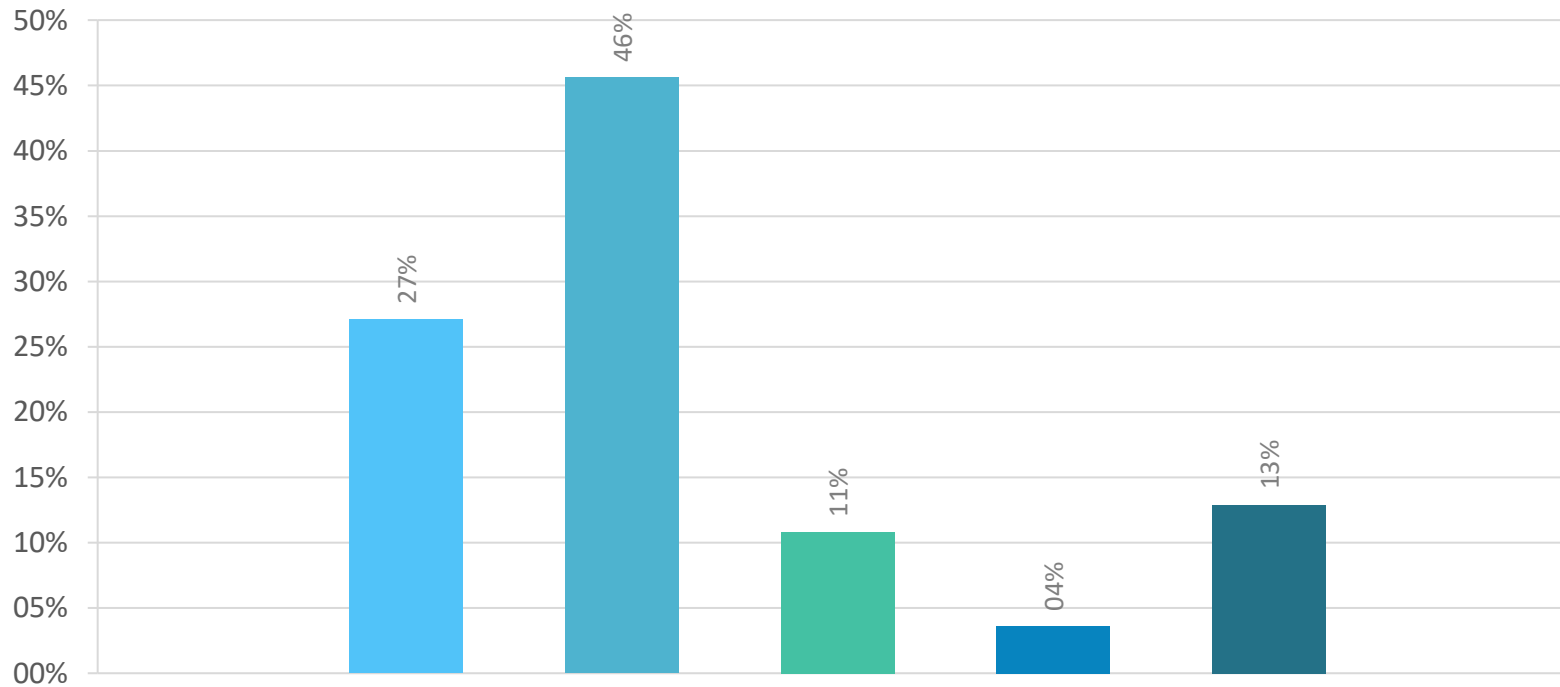
Μέγεθος δείγματος:	552 άτομα
Ομάδα στόχος	Εργοδότες / διευθυντές/ Στελέχη, Επιχειρήσεων, Υπεύθυνοι HR επιχειρήσεων, Ελεύθεροι Επαγγελματίες και Καταναλωτές
Μέθοδος δειγματοληψίας	Στρωματοποιημένη Δειγματοληψία. Η έρευνα διεξήχθη σύμφωνα με τους κανόνες δεοντολογίας που ορίζουν ο ΣΕΔΕΑ, η WAPOR & η ESOMAR.
Μέθοδος έρευνας	Τηλεφωνική έρευνα με τη χρήση του ειδικού συστήματος τηλεφωνικών συνεντεύξεων CATI (computer aided telephone interviews). Ακολουθήθηκε η διαδικασία της τυχαίας επιλογής τηλεφωνικών αριθμών



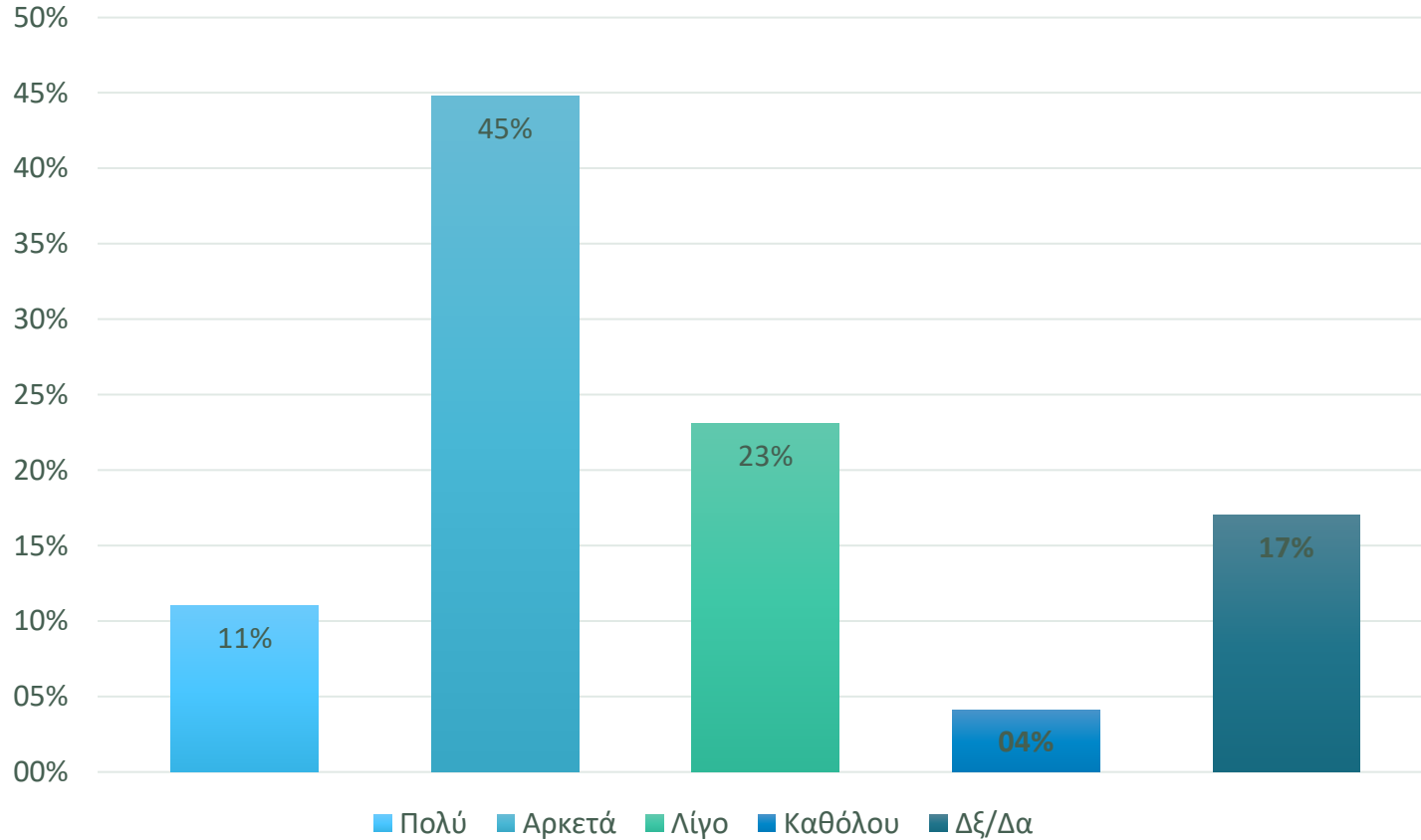
Οι επιχειρηματίες είναι πλέον εμφανές πως έχουν αποδεχθεί και βλέπουν την χρησιμότητα της γνώσης των νέων τεχνολογιών και των ψηφιακών δεξιοτήτων και θεωρούν σίγουρο πως θα εκπαιδεύσουν το προσωπικό τους.

Το ποσοστό που απαντά σε αυτή την πιθανότητα «Πολύ» και «Αρκετά» αγγίζει το 48,3% κατά την Επαναληπτική.

■ Πολύ
 ■ Αρκετά
 ■ Λίγο
 ■ Καθόλου
 ■ Δεν Ξέρω / Δεν απαντώ



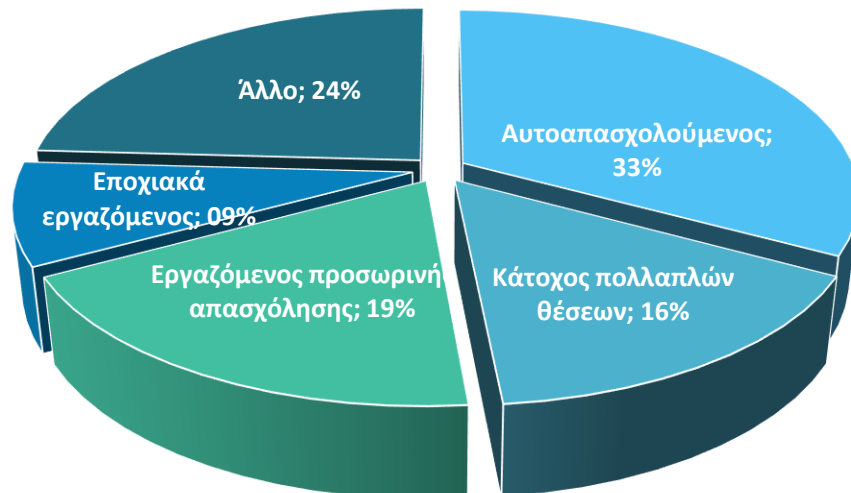
Εμφανής είναι πλέον η αντίληψη του κοινού, ότι η ψηφιοποίηση των επιχειρηματικών διεργασιών και ο ψηφιακός μετασχηματισμός συμβάλλουν στην ανάπτυξη του επιχειρείν, με το ποσοστό των θετικών απαντήσεων να φτάνει το 72,7% κατά την Επαναληπτική Έρευνα.



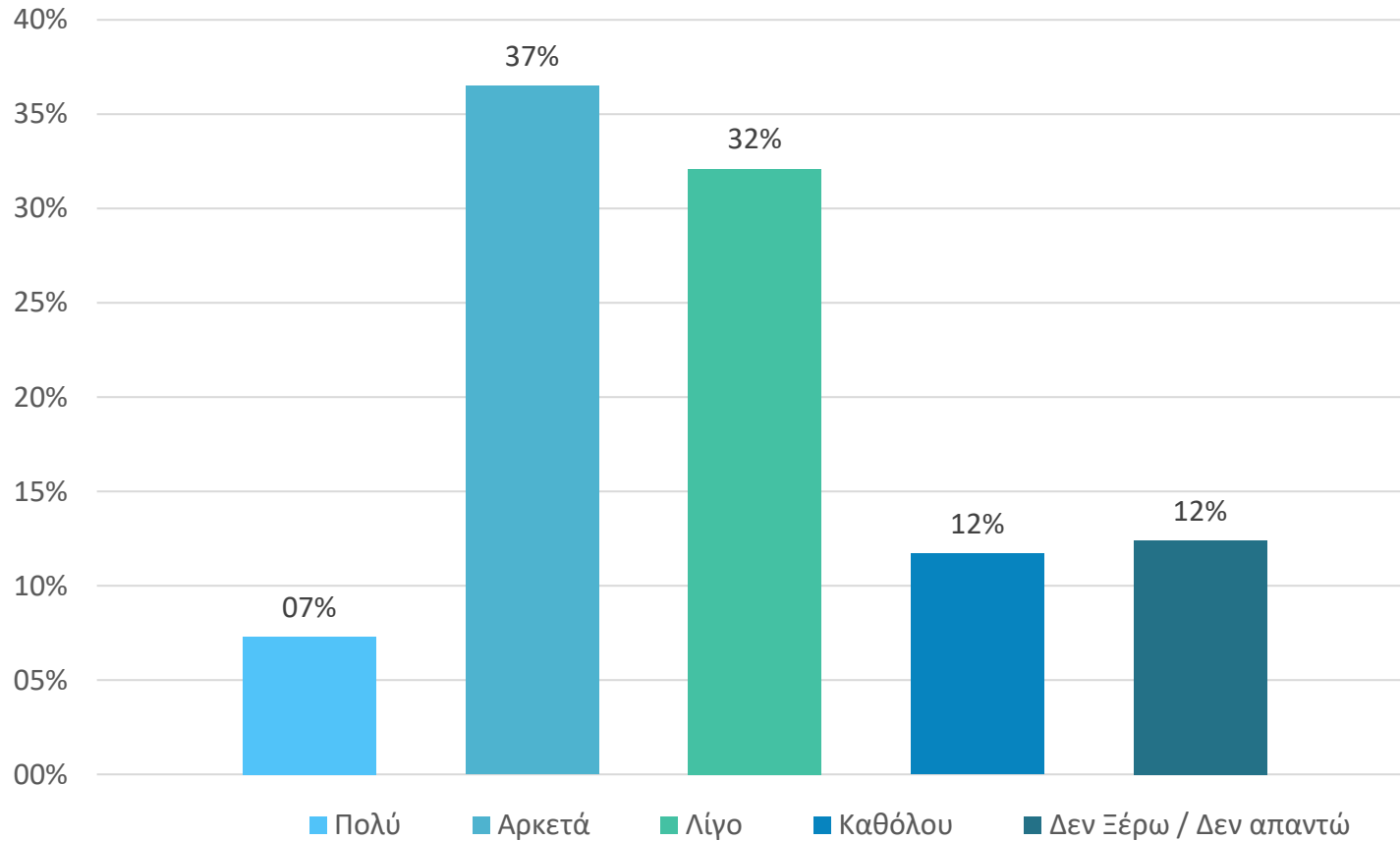
Το μεγαλύτερο πλήθος των απαντήσεων σε ποσοστό 55,8% απαντά πως οι εργαζόμενοι έχουν τις απαραίτητες ψηφιακές δεξιότητες.

Ταυτότητα Έρευνας: Επικαιροποίηση 9ης Ειδικής Έρευνας για την απασχόληση με καθεστώς μη-εξαρτημένης εργασίας, την απασχόληση "ανεξάρτητων εργολάβων" κ.λπ., που εντάσσονται στην αποκαλούμενη "οικονομία gig" (gig economy) και των επιπτώσεων στις δεξιότητες ανέργων ή σε νέες ειδικότητες

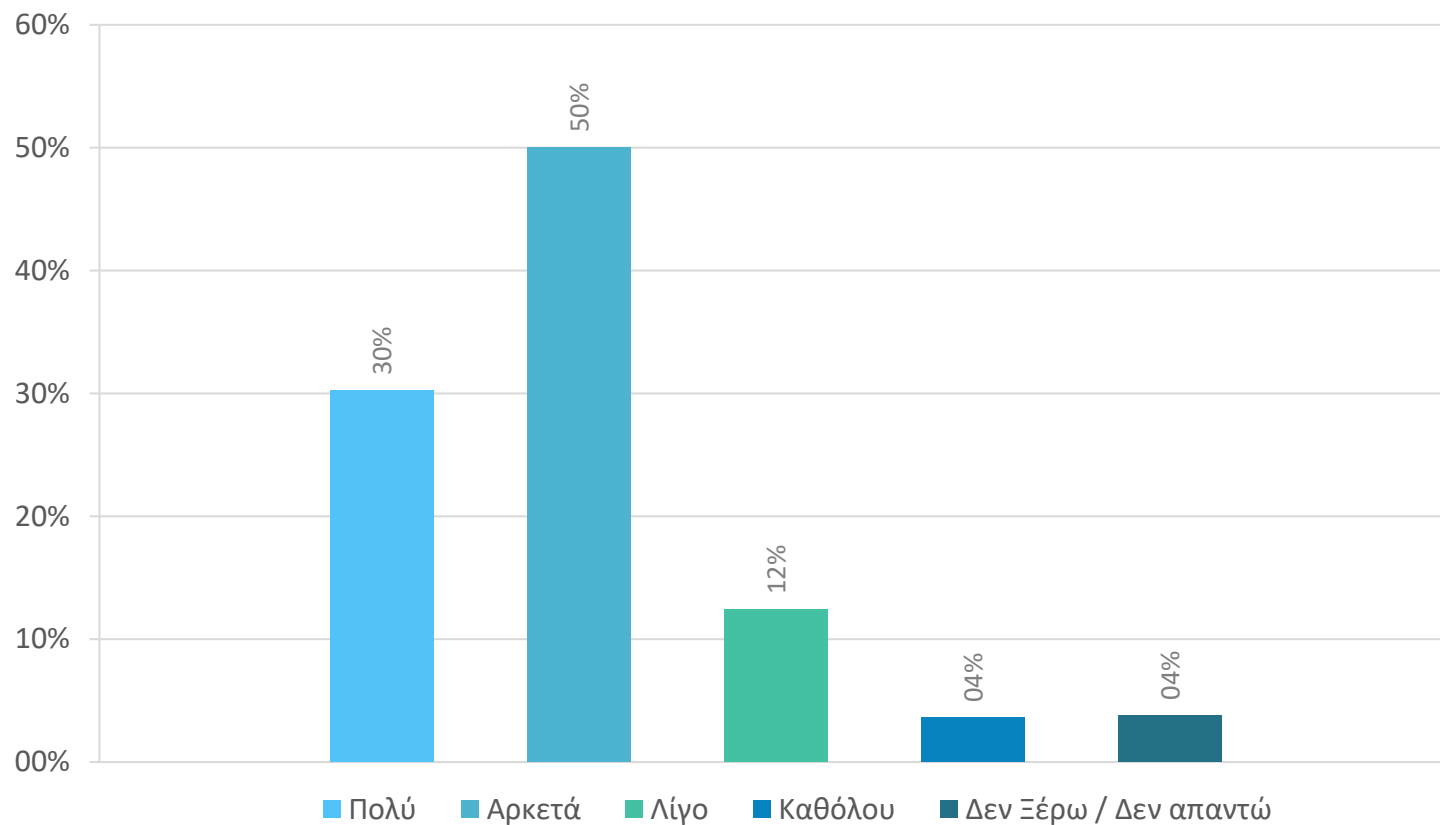
Μέγεθος δείγματος:	553 άτομα
Ομάδα στόχος	Εργοδότες / διευθυντές/ Στελέχη, Επιχειρήσεων, Υπεύθυνοι HR επιχειρήσεων, Ελεύθεροι Επαγγελματίες και Καταναλωτές
Μέθοδος δειγματοληψίας	Στρωματοποιημένη Δειγματοληψία. Η έρευνα διεξήχθη σύμφωνα με τους κανόνες δεοντολογίας που ορίζουν ο ΣΕΔΕΑ, η WAPOR & η ESOMAR.
Μέθοδος έρευνας	Τηλεφωνική έρευνα με τη χρήση του ειδικού συστήματος τηλεφωνικών συνεντεύξεων CATI (computer aided telephone interviews). Ακολουθήθηκε η διαδικασία της τυχαίας επιλογής τηλεφωνικών αριθμών



Το μεγαλύτερο ποσοστό των εργαζόμενων με καθεστώς μη εξαρτημένης εργασίας στην περιοχή φαίνεται να είναι αυτοαπασχολούμενοι. Οι εργαζόμενοι σε πολλαπλές θέσεις εργασίας αποτελούν το 15,6% ενώ οι εργαζόμενοι με προσωρινή απασχόληση αποτελούν το 18,6%. Οι εποχικά εργαζόμενοι στην περιοχή αποτελούν το 8,8%.



Η γενική εικόνα είναι ότι οι εργαζόμενοι με καθεστώς μη εξαρτημένης εργασίας είναι ευχαριστημένοι από τις αμοιβές τους (το ποσοστό που δηλώνει καθόλου ευχαριστημένο ανέρχεται σε μόλις 11,7% στην επαναληπτική) ενώ η πλειοψηφία δηλώνει αρκετά ικανοποιημένοι (36,5%) και ένα μικρότερο ποσοστό πολύ ικανοποιημένο (το ποσοστό που δηλώνει πολύ ευχαριστημένο ανέρχεται σε 7% στην επαναληπτική).



Με συντριπτική πλειοψηφία επικρατεί η άποψη ότι η ευέλικτη απασχόληση επηρεάζεται και καθοδηγείται από τις νέες τεχνολογικές τάσεις και εξελίξεις.

Συγκεκριμένα, το 50% του δείγματος θεωρεί ότι η ευέλικτη απασχόληση επηρεάζεται «αρκετά» από τις νέες τεχνολογικές εξελίξεις, ενώ ένα ποσοστό 30% θεωρεί ότι ο κλάδος επηρεάζεται «πολύ».

Συγκεντρωτικά Συμπεράσματα (1)

- Ως γενική εικόνα, επιβεβαιώνεται ότι οι υλοποιούμενες ειδικές έρευνες (του 1^{ου} και του 2^{ου} κύκλου), εμπεριέχουν ερωτήματα κυρίως για τις επερχόμενες αλλαγές στα αναπτυξιακά, επιχειρηματικά και καταναλωτικά πρότυπα, από τις οποίες προκύπτει ότι οι ερωτώμενοι δεν είναι σε μεγάλο βαθμό εξοικειωμένοι με τις νέες ορολογίες και ενημερωμένοι για τις αντίστοιχες εξελίξεις.
- Για παράδειγμα, προκύπτει ότι οι επιχειρηματίες δεν υιοθετούν εφαρμογές Digital Marketing και αντιμετωπίζουν με σκεπτικισμό τις ψηφιακές συναλλαγές, αν και αναγνωρίζουν ότι ο επερχόμενος ψηφιακός μετασχηματισμός θα συμβάλλει ουσιαστικά στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας και θα αναβαθμίσει τον ανταγωνισμό.
- Όσον αφορά στις επιπτώσεις των νέων τεχνολογιών και καινοτομιών στις δεξιότητες ανέργων ή σε νέες ειδικότητες, τα ποσοστά που διάκεινται θετικά κινούνται περίπου στο 50%, επιβεβαιώνοντας μία επιφύλαξη των επιχειρηματιών ως προς το εύρος, την ουσία και, ίσως τις επενδύσεις που απαιτούνται σε εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό, ψηφιακά συστήματα και εφαρμογές.
- Οι τεχνολογικές εξελίξεις μεταβάλλουν τις συνθήκες και το καθεστώς απασχόλησης, σε μια περιοχή που ήδη χαρακτηρίζεται από υψηλά ποσοστά αυτοαπασχόλησης, εποχικής και προσωρινής απασχόλησης, τουλάχιστον στο επίπεδο των ερωτώμενων.

Συγκεντρωτικά Συμπεράσματα (2)

- Με συντριπτική πλειοψηφία επικρατεί η άποψη ότι η ευέλικτη απασχόληση επηρεάζεται και καθοδηγείται από τις νέες τεχνολογικές τάσεις και εξελίξεις.
- Θετική χαρακτηρίζεται η αποδοχή υιοθέτησης καινοτόμων μορφών επιχειρηματικότητας μέσα από νέες ιδέες και προϊόντα, ακόμα και από ερωτώμενους με χαμηλό εκπαιδευτικό επίπεδο. Οι κάτω των 25 ετών, όπως αναμενόταν αντιμετωπίζουν ιδιαίτερα θετικά, σε σχέση με τις οπόλοιπες ηλικιακές ομάδες των ωφελούμενων τις τεχνολογικές και ψηφιακές εξελίξεις.
- Η δραστηριοποίηση στις δημιουργικές και πολιτιστικές δραστηριότητες και στην οικονομία της φήμης (δραστηριότητες που προάγουν τη Δυτική Αθήνα ως προορισμό τουρισμού, αναψυχής, γαστρονομίας κ.λπ.), αντιμετωπίζονται θετικά σε πολύ υψηλό βαθμό. Οι απόψεις αυτές επιβεβαιώνουν την σχεδιαζόμενη στρατηγική της νέας ΒΑΑ/ΟΧΕ της Δυτικής Αθήνας για την προγραμματική περίοδο 2021-2027, που βρίσκεται σε εξέλιξη.
- Σημειώνεται ότι οι ερωτώμενοι συνηγορούν ως βασικές παραμέτρους της ανάδειξη της Δυτικής Αθήνας ως τουριστικού και πολιτιστικού προορισμού την κοινωνική ευθύνη (noble tourism), την περιβαλλοντική ευαισθησία, τη διασφάλιση της προσβασιμότητας των επισκεπτών σε υποδομές και πληροφορίες, τη διασφάλιση της δημόσιας υγείας, την παροχή ηλεκτρονικών υπηρεσιών για ενημέρωση και προσέλκυση των επισκεπτών κ.ο.κ.

Συγκεντρωτικά Συμπεράσματα (3)

- Οι Πολιτιστικές και Δημιουργικές Βιομηχανίες συγκεντρώνουν όλα τα γνώρισμα ενός παραγωγικού, ανταγωνιστικού και εξωστρεφούς καινοτόμου τομέα κατά την άποψη των ερωτώμενων. Μάλιστα, δόθηκε στους ερωτώμενους η επιλογή πολλών δραστηριοτήτων για να κατατάξουν και να ιεραρχήσουν τις δραστηριότητες μέσα από γνώριμες σε αυτούς δραστηριότητες. Οι κλάδοι με τα υψηλότερα ποσοστά αυτής της δυνατότητας είναι:
 - η Καλλιτεχνική δημιουργία
 - η τεχνολογίες, υπηρεσίες και προϊόντα ψηφιακής προβολής της Δυτικής Αθήνας
 - οι οπτικοακουστικές τέχνες, το on-line περιεχόμενο και η διαφήμιση

Συγκεντρωτικά Συμπεράσματα (4)

- Εν κατακλείδι, προκύπτει ότι θα πρέπει να δρομολογηθούν δράσεις ενημέρωσης και ενίσχυσης των επιχειρήσεων, ενδεικτικά ως εξής:
 - “Σχολεία” Ψηφιοποιημένης και Ψηφιακής Επιχειρηματικότητας για επιχειρηματίες και στελέχη επιχειρήσεων,
 - Κίνητρα ενίσχυσης του ψηφιακού μετασχηματισμού των επιχειρήσεων με απλές προϋποθέσεις και διαδικασίες,
 - Κίνητρα και απλοποίηση των διαδικασιών βελτίωσης των ψηφιακών δεξιοτήτων των εργαζομένων, αλλά και των επιχειρηματιών.
 - Στήριξη της νεανικής και νεοφυούς επιχειρηματικότητας.

Ευχαριστούμε για την προσοχή σας!