



**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:

**«Μεταβολές» στο κοινωνικό - οικονομικό περιβάλλον της Δυτικής Αθήνας μέσα από
τη συγκριτική παρουσίαση αποτελεσμάτων 1ου & 2ου Κύκλου Ερευνών –
Συμπεράσματα»**

Αλέξανδρος Καλόμοιρος

Υπεύθυνος Διενέργειας Ερευνών του Έργου

Επικαιροποίηση 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.

Ταυτότητα Έρευνας

Μέγεθος δείγματος:

552 άτομα

Ομάδα στόχου

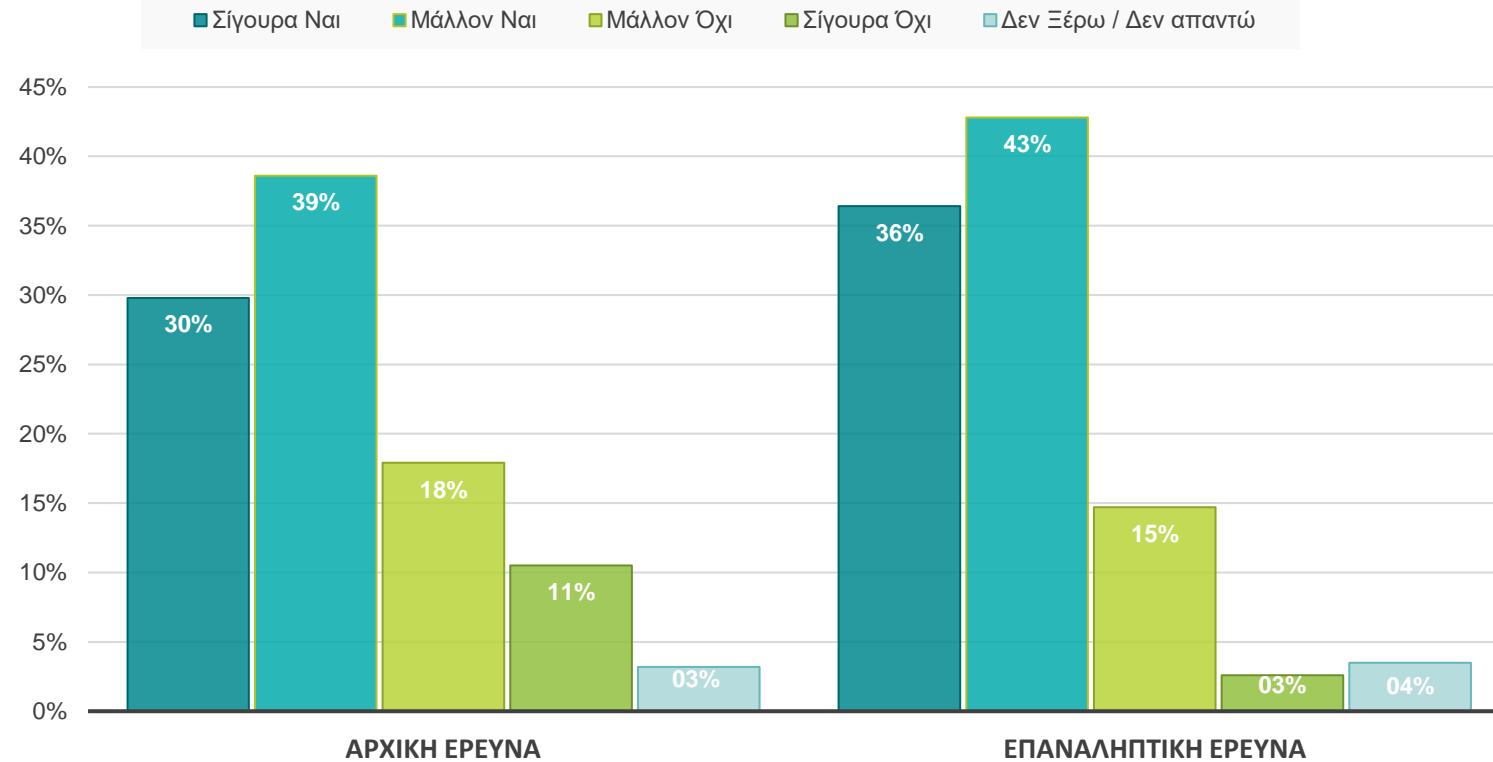
Εργοδότες / διευθυντές/ Στελέχη, Επιχειρήσεων, Υπεύθυνοι HR επιχειρήσεων, Διευθυντές εταιρειών Τεχνολογίας και Πληροφορικής, Ελεύθεροι Επαγγελματίες και Καταναλωτές

Μέθοδος δειγματοληψίας

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

Μέθοδος έρευνας

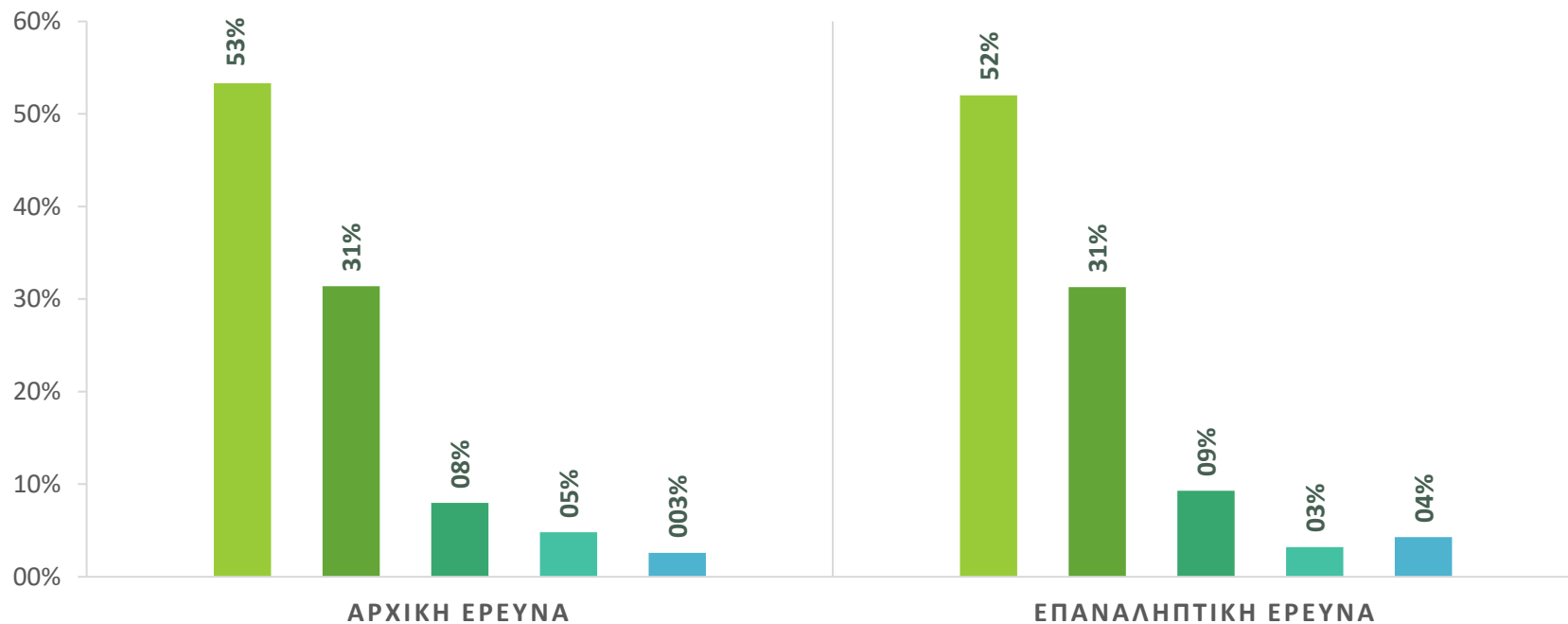
Τηλεφωνική έρευνα με τη χρήση του ειδικού συστήματος τηλεφωνικών συνεντεύξεων CATI (computer aided telephone interviews). Ακολουθήθηκε η διαδικασία της τυχαίας επιλογής τηλεφωνικών αριθμών



Σαφής είναι η τάση γνώμης των ερωτώμενων που πιστεύουν πως στα επόμενα χρόνια θα αλλάξει ο τρόπος που θα πωλούνται τα προϊόντα από τις επιχειρήσεις στους καταναλωτές.

Τόσο στην αρχική έρευνα όσο και στην επαναληπτική το ποσοστό που απαντά «Σίγουρα Ναι» και «Μάλλον Ναι» ξεπερνάει το 68%.

■ Σίγουρα Ναι
 ■ Μάλλον Ναι
 ■ Μάλλον Όχι
 ■ Σίγουρα Όχι
 ■ Δεν ξέρω/ Δεν Απαντώ



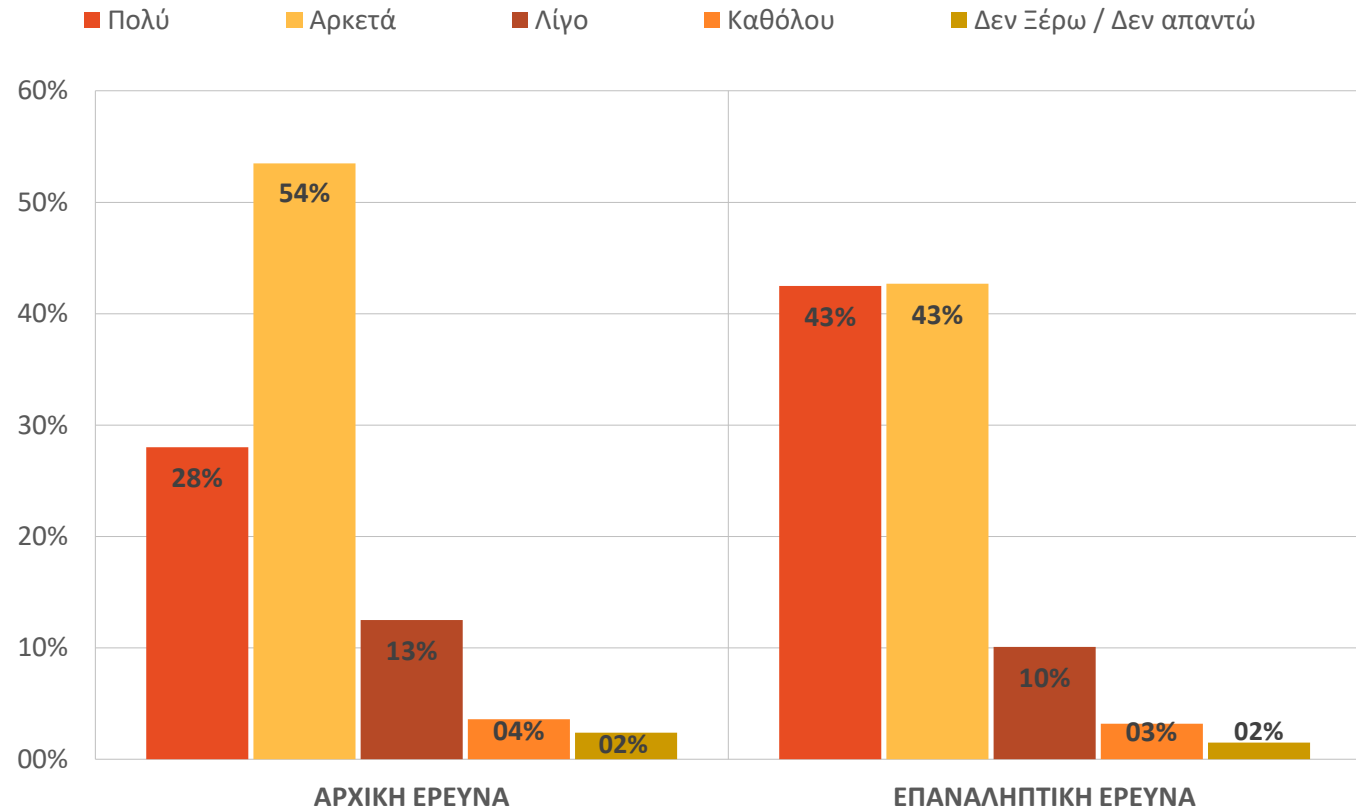
Οι ερωτώμενοι σε μεγάλο ποσοστό είναι σίγουροι, ότι με τη χρήση και αξιοποίηση του διαδικτύου μπορούν να αναπτυχθούν νέες δεξιότητες και ειδικότητες για ανέργους και στις δύο έρευνες με τάση μείωσης όμως κατά την επαναληπτική έρευνα.

Αξίζει να σημειωθεί ότι κατά την επαναληπτική έρευνα το 62,7% όσων είναι κάτω των 25 ετών και το 58,5% όσων είναι πτυχιούχοι ΑΕΙ/ΤΕΙ έχουν τη συγκεκριμένη άποψη.

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

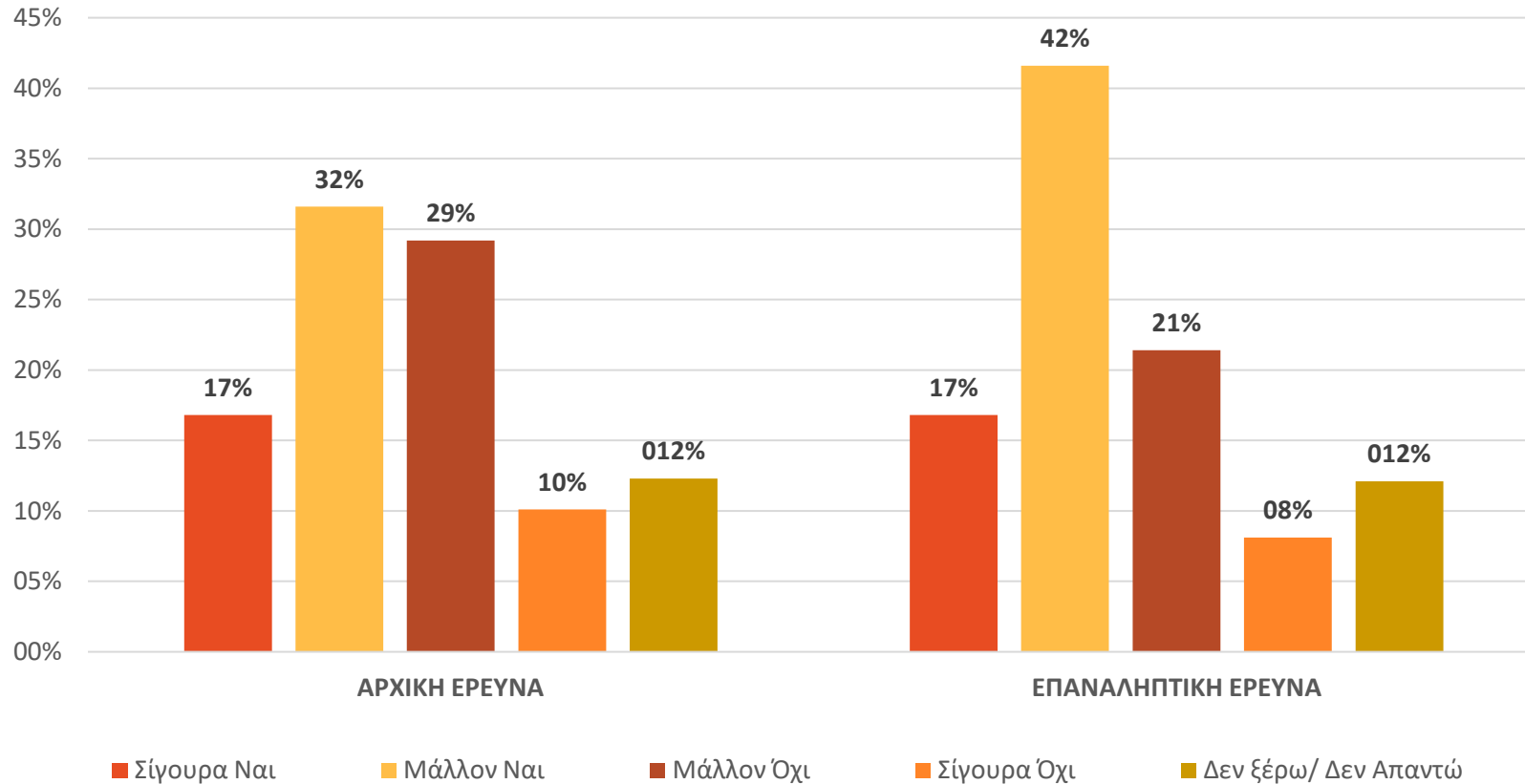
Ταυτότητα Έρευνας

| | |
|------------------------|--|
| 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 |



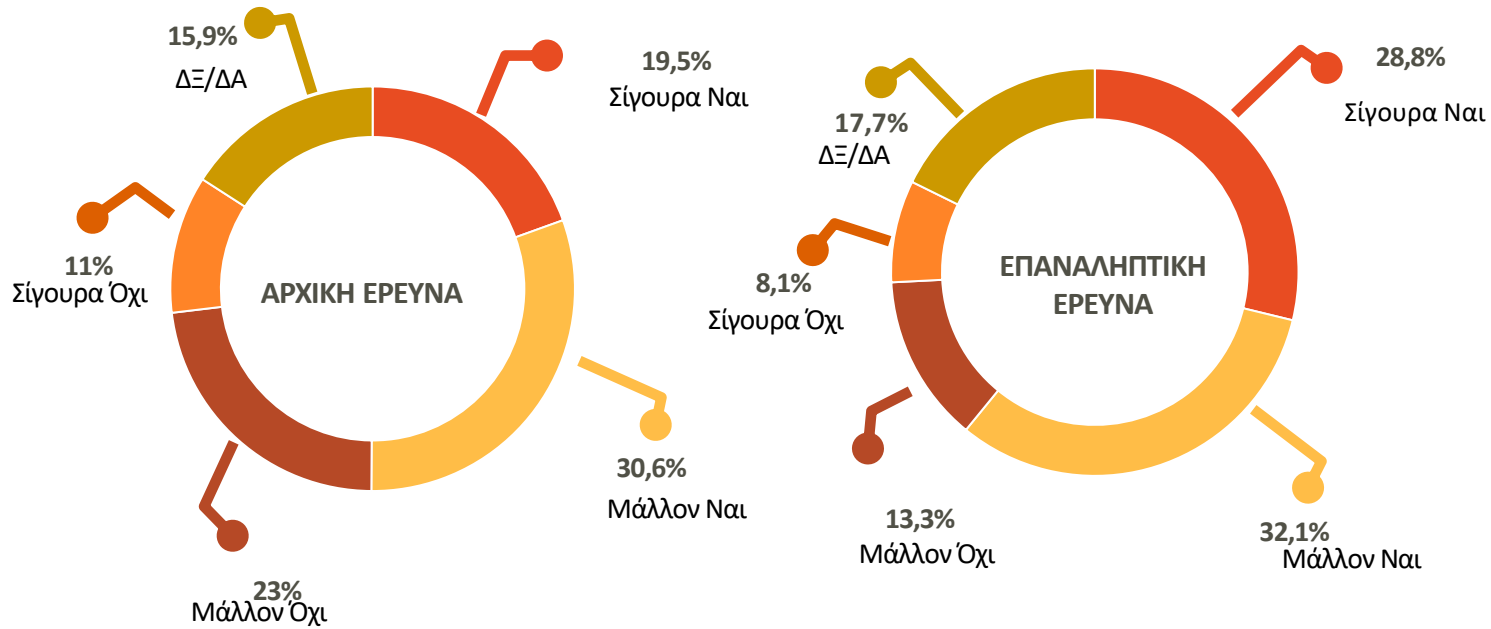
Σημειώνεται ταύτιση απόψεων των ερωτώμενων και στις δύο έρευνες ως προς την πεποίθηση πως στα επόμενα χρόνια θα αλλάξει ο τρόπος που θα πωλούνται τα προϊόντα.

Τόσο στην αρχική έρευνα όσο και στην επαναληπτική το ποσοστό που απαντά «Σίγουρα Ναι» και «Μάλλον Ναι» ξεπερνάει το 68%.



Αν και το 48,4% του δείγματος της αρχικής έρευνας δηλώνει πως τα επόμενα χρόνια μέσω της χρήσης των ψηφιακών συναλλαγών, θα υπάρχει μεγάλη ζήτηση νέων θέσεων απασχόλησης από επιχειρήσεις για εργαζόμενους, αυτοαπασχολούμενους ή ανεξάρτητους αυτοαπασχολούμενους, πρέπει να σημειωθεί η μεγάλη αύξηση κατά 10 ποσοστιαίες μονάδες του ποσοστού αυτού κατά την επαναληπτική έρευνα.

Αξίζει επίσης να αναφερθεί πως όλες οι ηλικιακές ομάδες παρουσιάζουν παρόμοια ποσοστά με το υψηλότερο να καταγράφεται από το δείγμα που δηλώνει κάτω των 25 ετών (47,8%).



Συγκριτικά αποτελέσματα διερεύνησης πιθανότητας το Mobilepayment και το Mobilebanking να ενισχύσει οικονομικά μια επιχείρηση.

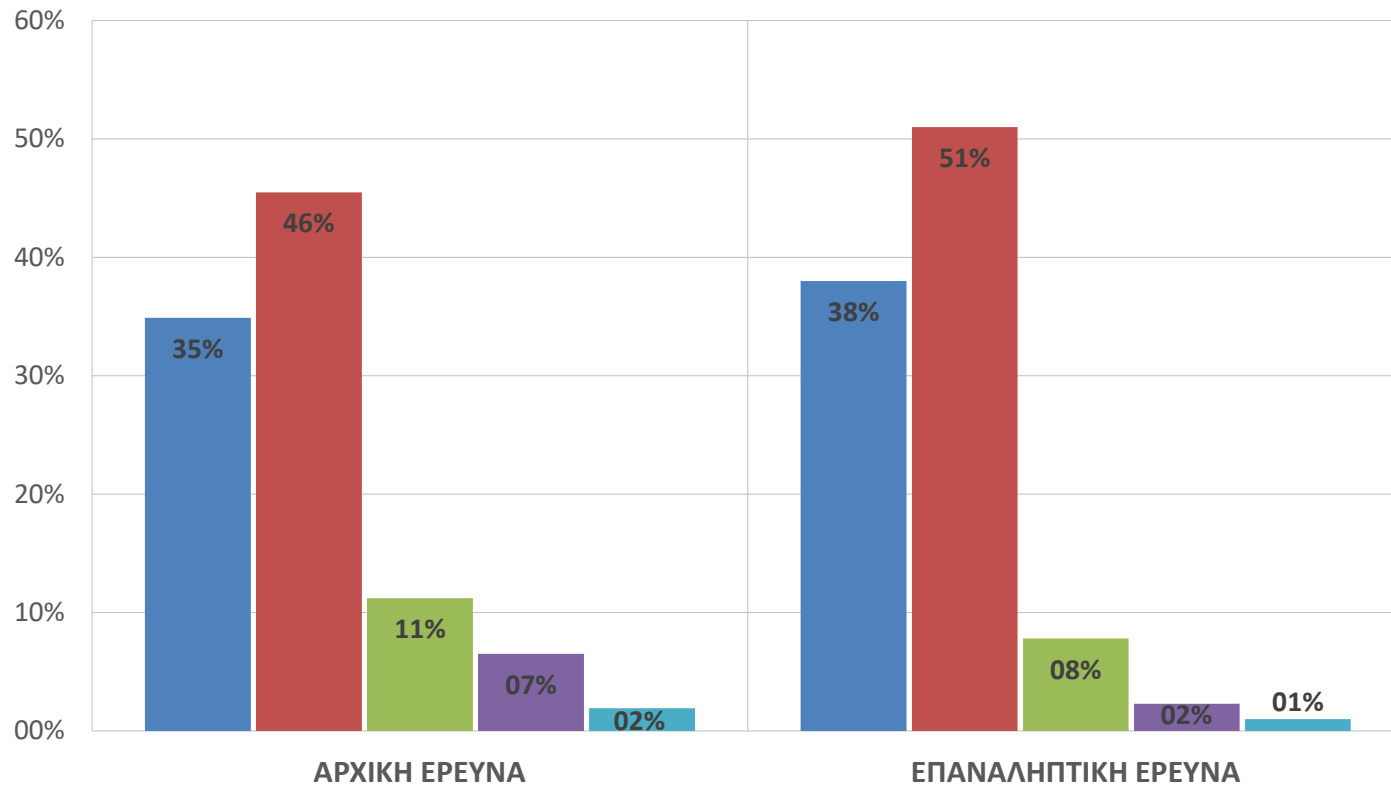
Στην αρχική έρευνα το 50,1% θεωρεί θετικό τον αντίκτυπο των ψηφιακών συναλλαγών στις επιχειρήσεις, ενώ στη δεύτερη έρευνα το ποσοστό αυτό αυξάνεται στο 60,1%.

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

Ταυτότητα Έρευνας

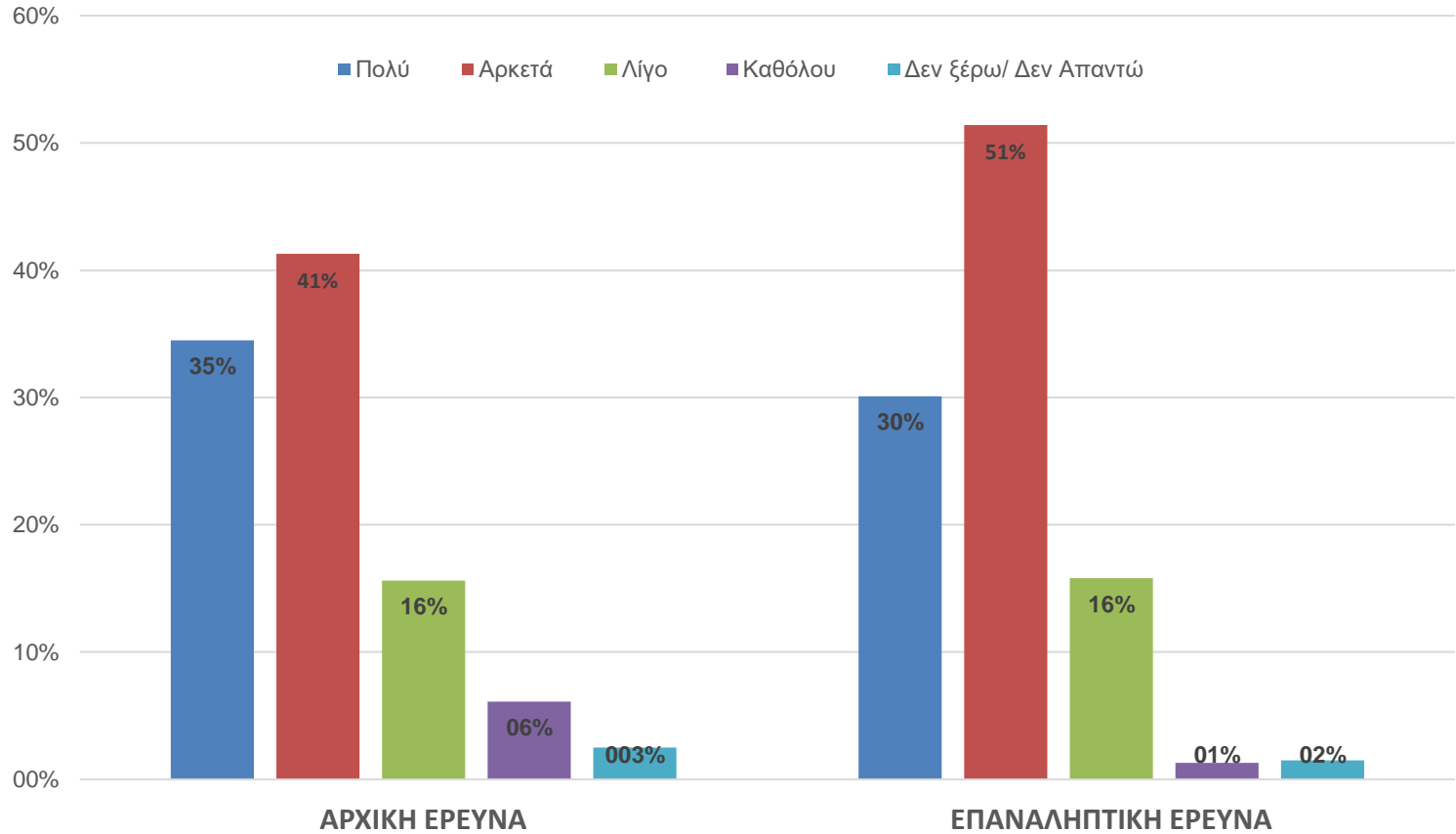
| | |
|------------------------|--|
| Μέγεθος δείγματος: | 554 άτομα |
| Ομάδα στόχου | Εργοδότες / διευθυντές/ Στελέχη, Επιχειρήσεων, Υπεύθυνοι HR επιχειρήσεων, Ελεύθεροι Επαγγελματίες και Καταναλωτές |
| Μέθοδος δειγματοληψίας | Στρωματοποιημένη Δειγματοληψία. Η έρευνα διεξήχθη σύμφωνα με τους κανόνες 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 |

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



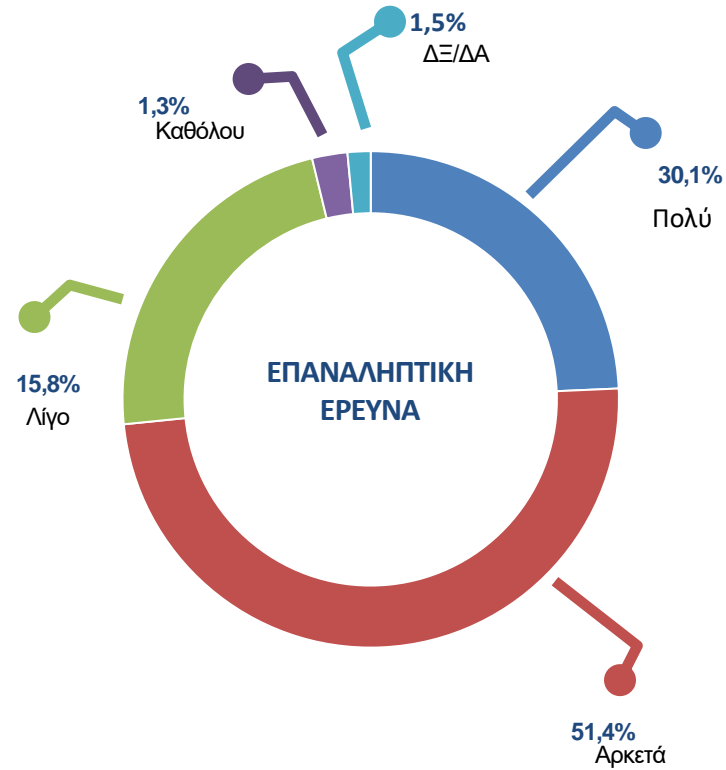
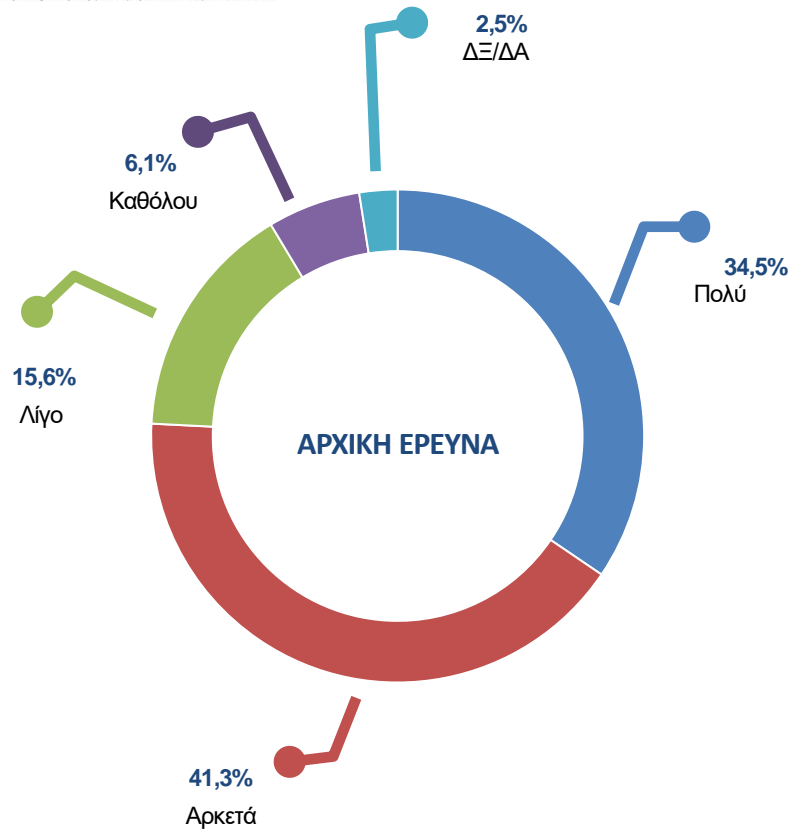
Οι συμμετέχοντες στην έρευνα που ρωτήθηκαν σχετικά με τη σπουδαιότητα της εξυπηρέτησης των καταναλωτών / επισκεπτών συμφωνούν στην άποψη πως είναι «Αρκετά» ή «Πολύ» σημαντική ως προς την τελική επιλογή ενός τύπου – προορισμού.

Στην επαναληπτική έρευνα το ποσοστό που απαντά «Αρκετά» ή «Πολύ» σημαντική ως προς την τελική επιλογή ενός τύπου – προορισμού φτάνει το 89%, έναντι 80,1% της αρχικής έρευνας.



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 τύπου – προορισμού.

Στην αρχική έρευνα το ποσοστό των που απάντησε «Αρκετά» ανέρχεται σε 41,3% ενώ στην επαναληπτική έρευνα το ποσοστό φτάνει το 51,4% με εμφανή την τάση αύξησης στην επαναληπτική.



Από την έρευνα αναδεικνύεται η βαρύτητα που διαδραματίζει η κοινωνική ευθύνη μιας Επιχείρησης αναφορικά με την επιλογή ενός προϊόντος, αφού οι «θετικές απαντήσεις» («πολύ» & «αρκετά») στην πρώτη έρευνα ξεπερνάνε το 75% και στην επαναληπτική το 80%

Επικαιροποίηση Ειδικής Επαναληπτικής Έρευνας για την αξιοποίηση του ηλεκτρονικού εμπορίου και του ΙΟΤ στις δεξιότητες ανέργων ή σε νέες ειδικότητες

Ταυτότητα Έρευνας

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+.

Σε αντίθεση με την 1η Έρευνα στην οποία οι ερωτώμενοι θεωρούσαν πως υπάρχουν ευκαιρίες στον τομέα αυτό αλλά δεν αφορούσε ευθέως τη δική τους επιχείρηση, κάποιοι ανέφεραν πως έχουν κάνει ήδη ό,τι μπορούσαν για την αξιοποίηση του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Η βασική εκτίμηση είναι ότι, σίγουρα κάποιοι θα χάσουν την εργασία τους από φυσικά καταστήματα, αλλά θα δημιουργηθούν νέες θέσεις εργασίας και νέες ειδικότητες.

Σε κάθε περίπτωση, θεωρείται πως θα υπάρχουν νέες απαιτήσεις για προσόντα εργαζόμενων και οι νέες θέσεις εργασίας θα είναι πιο εξειδικευμένες.

Οι αυτοματοποιήσεις, ως επακόλουθο της τεχνολογικής ανάπτυξης και της συνεχούς εισαγωγής νέων τεχνολογιών, θα μεταβάλλουν ακόμα περισσότερο τη διάρθρωση της απασχόλησης και της επιχειρηματικότητας.

Ειδικά για τη Δυτική Αθήνα εκφράστηκε η άποψη ότι θα επηρεαστεί θετικά ο κλάδος των μεταφορών και αποθήκευσης (logistics).

Λόγω της πανδημίας, δόθηκαν κίνητρα και ξεπεράστηκαν ταμπού και προκαταλήψεις αναφορικά με την χρήση ηλεκτρονικού εμπορίου, και διαδικτυακών εφαρμογών.

Εκτιμάται ότι θα αναπτυχθούν περαιτέρω στο άμεσο μέλλον οι υπό εξέταση τομείς (ηλεκτρονικό εμπόριο και IoT). Υπάρχει ωστόσο ακόμα μια αμηχανία για το περιεχόμενο και τις εφαρμογές του IoT.

Επικαιροποίηση Ειδικής Επαναληπτικής 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

Ταυτότητα Έρευνας

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.

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 εργασίας στον κλάδο.

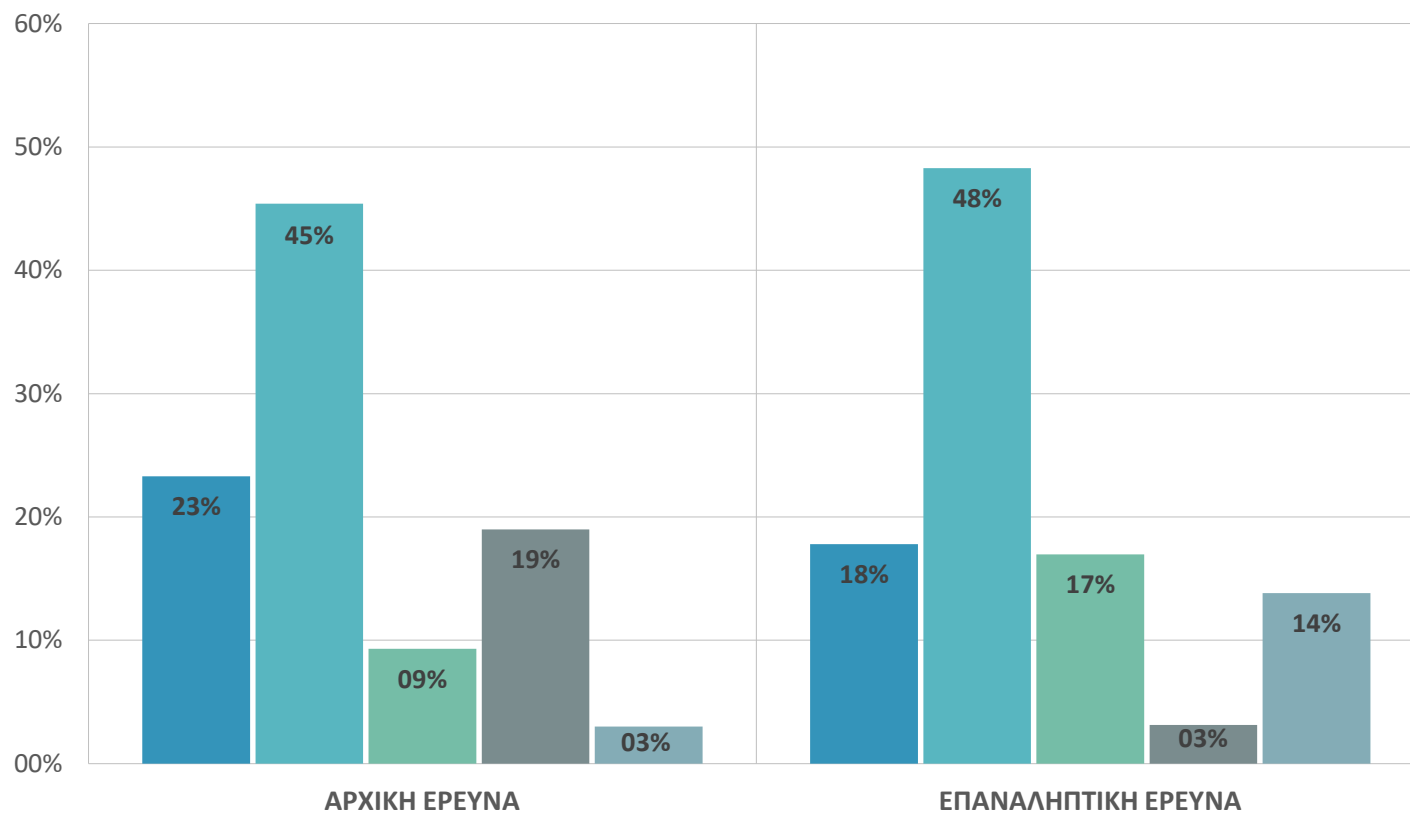
Ειδικά όσον αφορά τις δραστηριότητες peer-to-peer αναφέρθηκαν σε νέες θέσεις για διαχειριστές παραγγελιών και επιπλέον προσλήψεις στις εταιρείες κουριερ.

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

Ταυτότητα Έρευνας

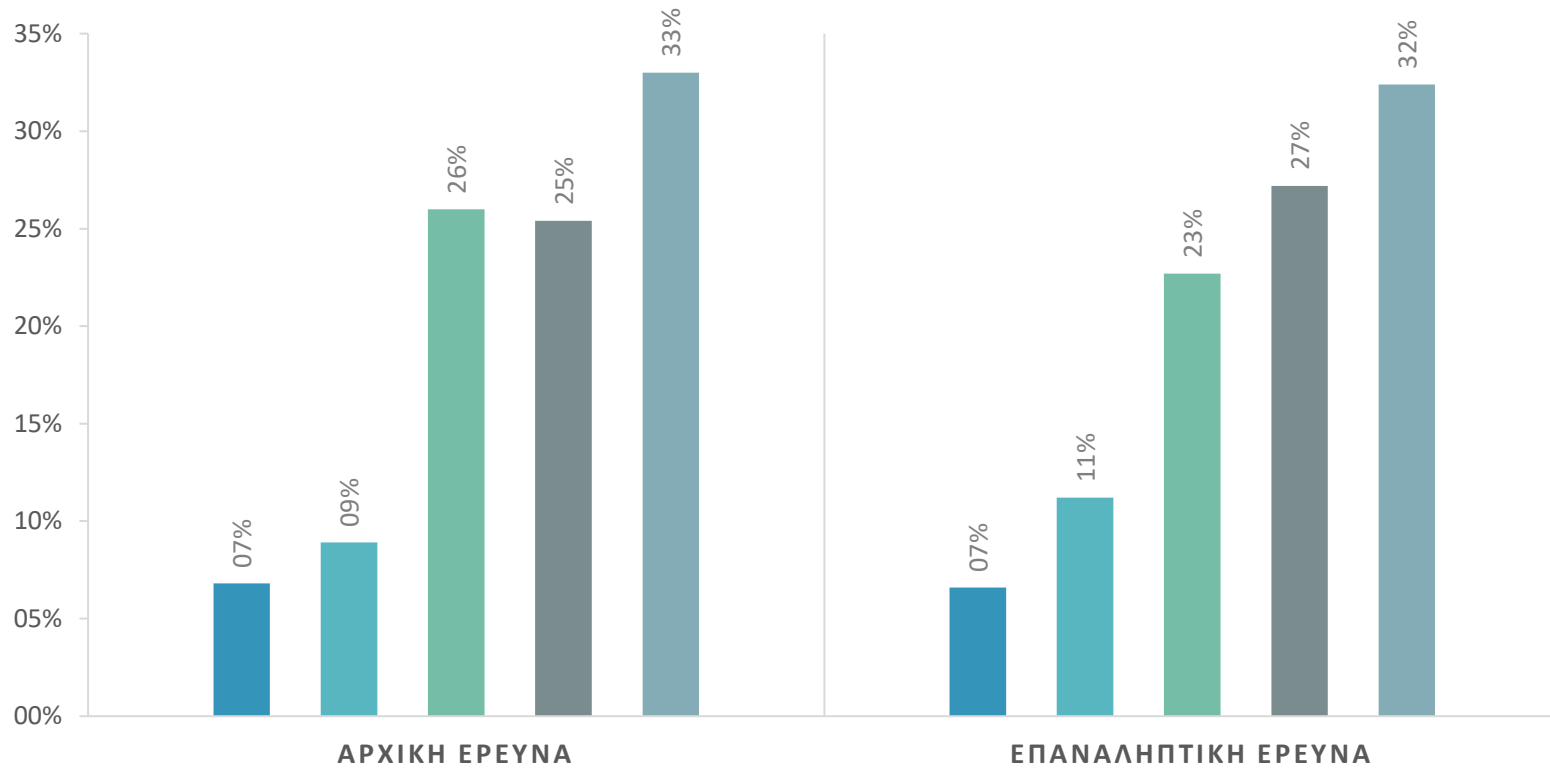
| | |
|------------------------|--|
| Μέγεθος δείγματος: | 554 άτομα |
| Ομάδα στόχος | Εργοδότες / διευθυντές/ Στελέχη, Επιχειρήσεων, Υπεύθυνοι HR επιχειρήσεων, Ελεύθεροι Επαγγελματίες και Καταναλωτές |
| Μέθοδος δειγματοληψίας | Στρωματοποιημένη Δειγματοληψία. Η έρευνα διεξήχθη σύμφωνα με τους κανόνες 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 |

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



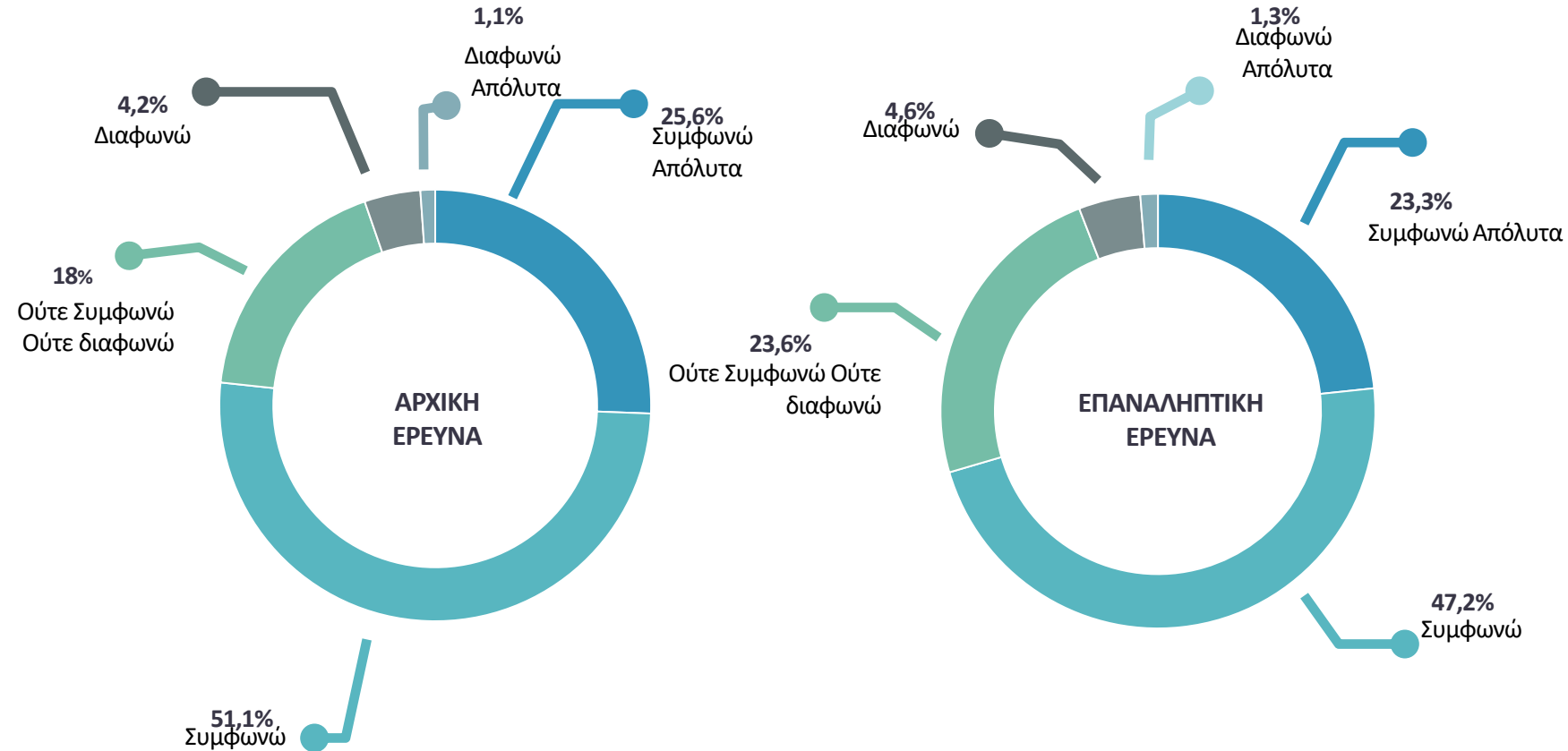
Παρατηρήθηκε συμφωνία απόψεων μεταξύ των ερωτώμενων, ότι ο κλάδος της πολιτιστικής και δημιουργικής βιομηχανίας θα επηρεάσει θετικά - σε κάποιο βαθμό- την ανάπτυξη της οικονομίας στην χώρα (ενδεικτική είναι η μείωση του ποσοστού που στην επαναληπτική έρευνα απάντησε ότι η διεύρυνση του κλάδου δεν θα επηρεάσει καθόλου την ανάπτυξη της οικονομίας).

■ Αυξήθηκε Πολύ ■ Αυξήθηκε Λίγο ■ Καμία Μεταβολή ■ Μειώθηκε λίγο ■ Μειώθηκε Πολύ



Το μεγαλύτερο πλήθος των επιχειρήσεων του κλάδου φαίνεται να έχει πληγεί από την πανδημία αφού πάνω από το 58% των επιχειρήσεων του δείγματος δηλώνει μείωση κύκλου εργασιών (κοινό στοιχείο αρχικής και επαναληπτικής έρευνας).

Παρόλα αυτά ένα ποσοστό της τάξης του 16% δηλώνει αύξηση του κύκλου εργασιών του με τάσεις αύξησης του ποσοστού αυτού (από 15,7% στην αρχική έρευνα στο 17,8% στην επαναληπτική)



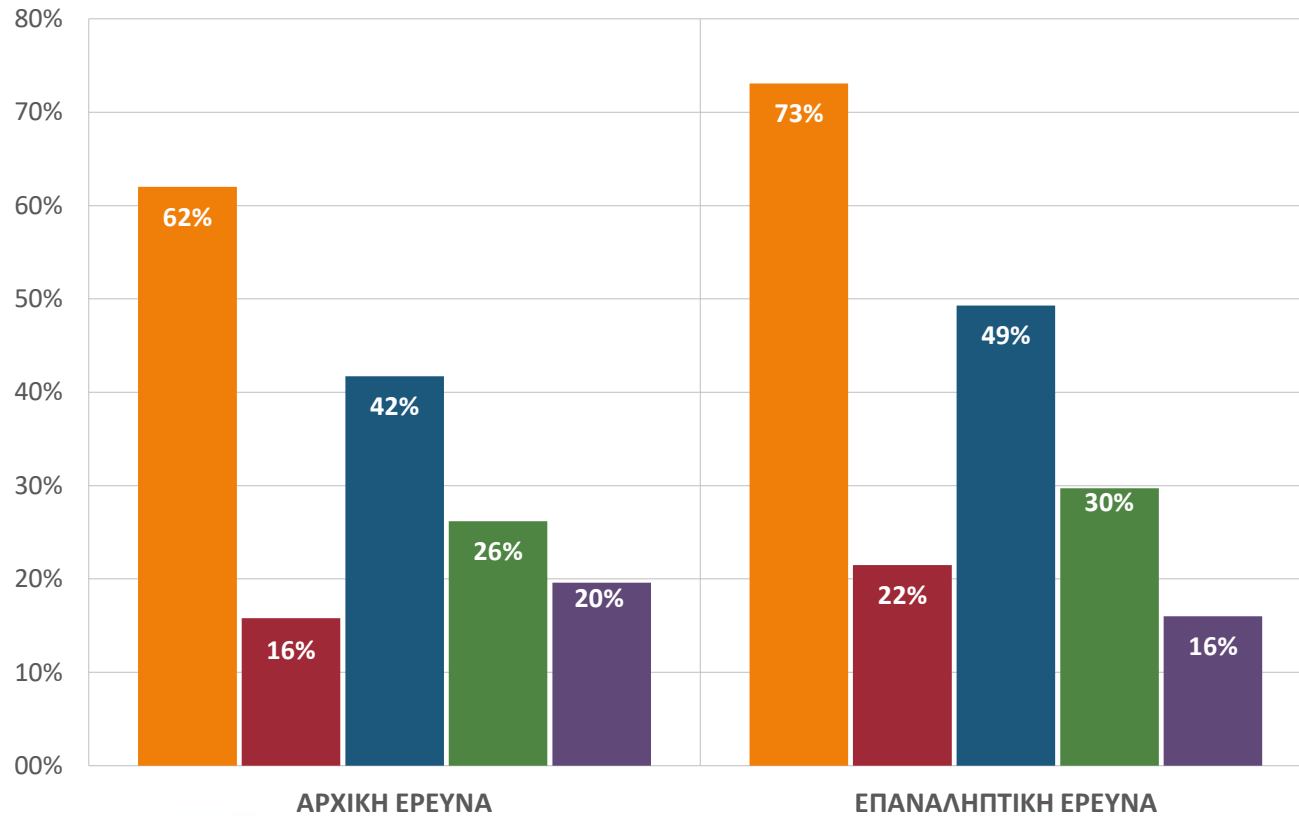
Οι κλάδοι Πολιτισμού και Δημιουργικότητας μπορούν να προσφέρουν στήριξη και να αποτελέσουν μοχλό ανάπτυξης στην Περιοχή της Δυτικής Αθήνας (το ποσοστό των «θετικών» απαντήσεων στην αρχική έρευνα ανήλθε στο 76,7% και στην επαναληπτική στο 70,5%)

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

Ταυτότητα Έρευνας

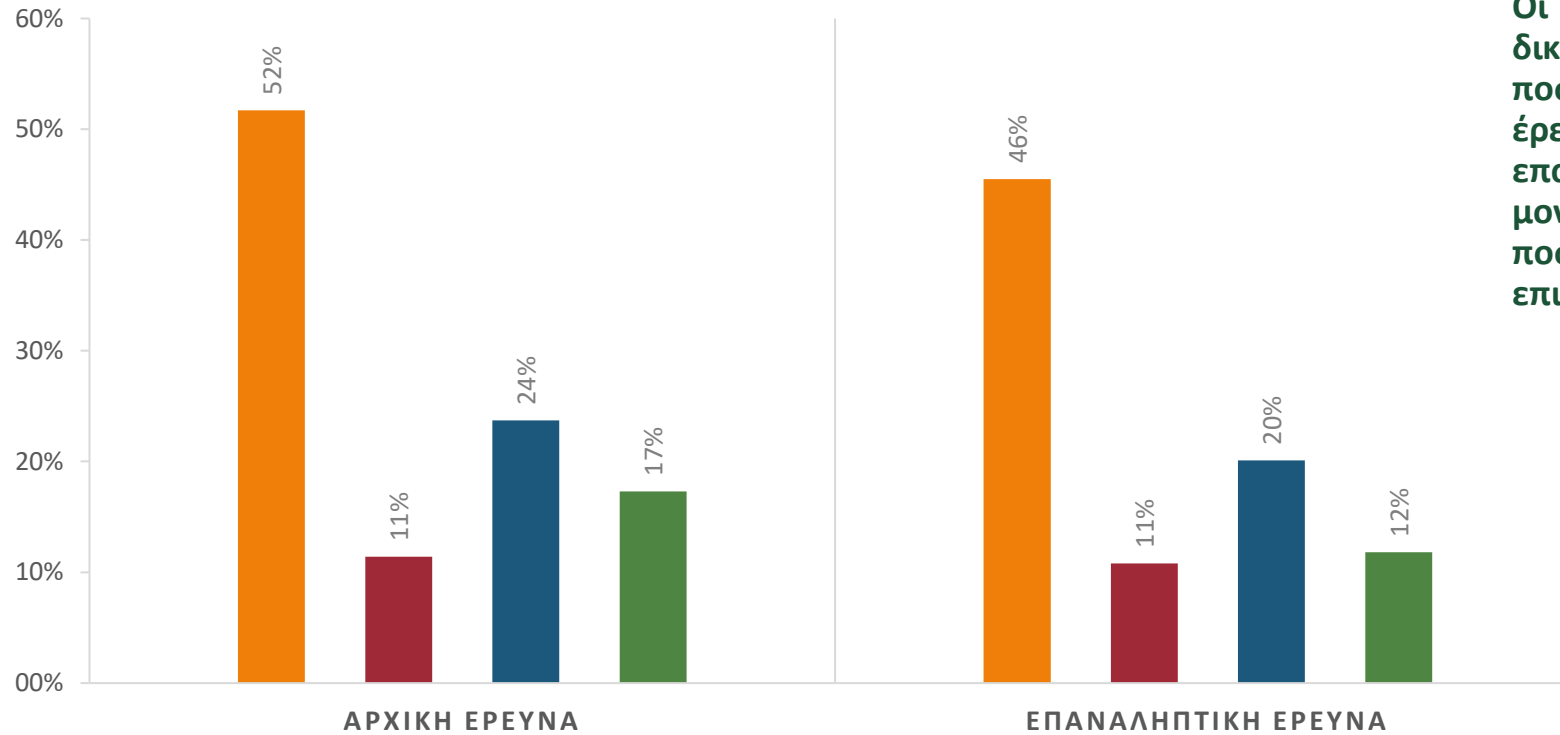
| | |
|------------------------|--|
| Μέγεθος δείγματος: | 546 άτομα |
| Ομάδα στόχος | Ευρύ κοινό (εργαζόμενοι εργοδότες, άνεργοι) |
| Μέθοδος δειγματοληψίας | Στρωματοποιημένη Δειγματοληψία. Η έρευνα διεξήχθη σύμφωνα με τους κανόνες δεοντολογίας που ορίζουν ο ΣΕΔΕΑ, η WAPOR & η ESOMAR. |
| Μέθοδος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

■ Facebook
 ■ Twitter
 ■ Instagram
 ■ Youtube
 ■ LinkedIn

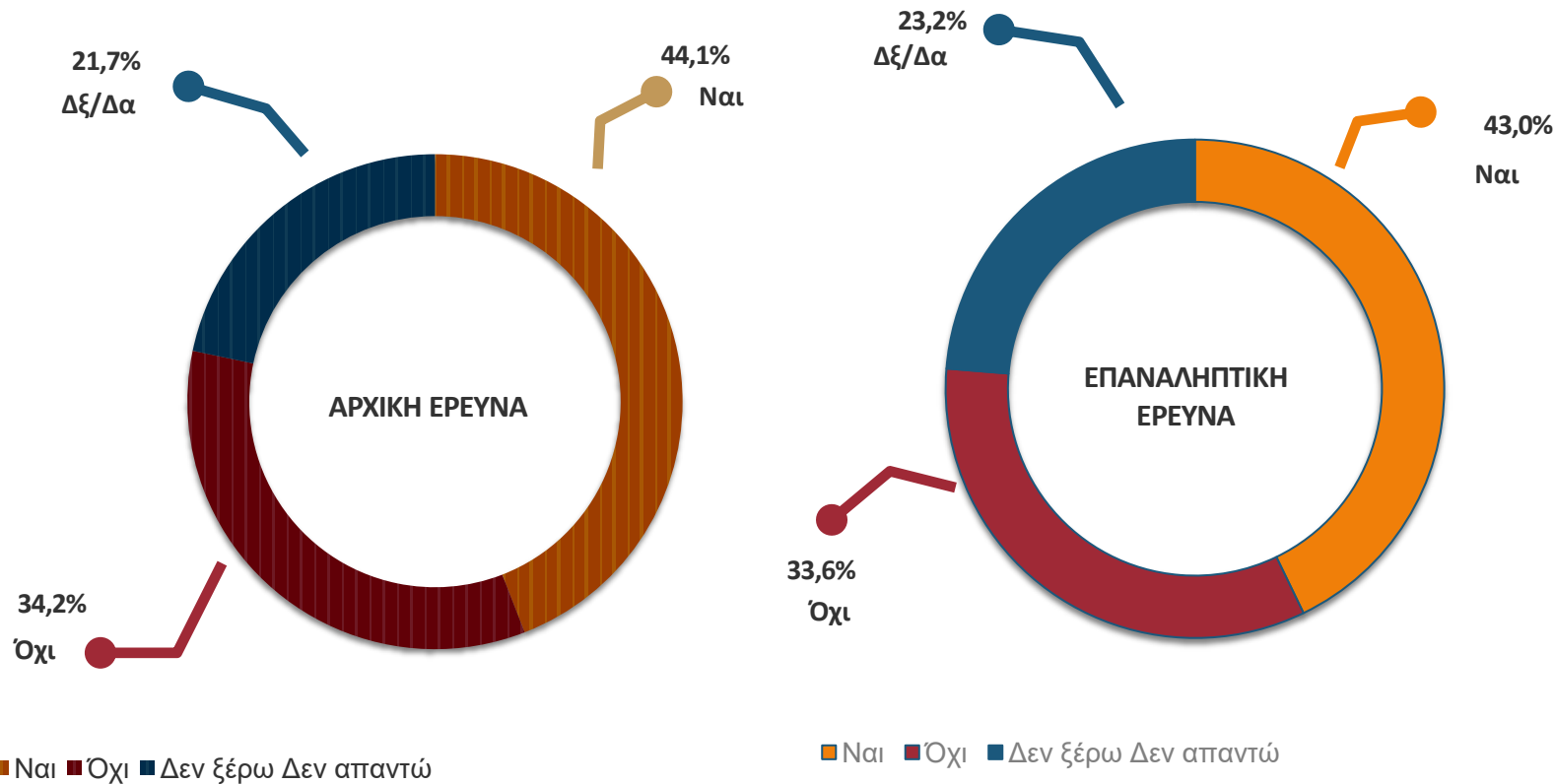


Τόσο στην αρχική Έρευνα όσο και στην Επαναληπτική το μέσο κοινωνικής δικτύωσης που κατά κύριο λόγο χρησιμοποιούν οι εταιρείες είναι το Facebook. Στην επαναληπτική έρευνα το ποσοστό έχει αυξηθεί κατά 11,1 ποσοστιαίες μονάδες από την αρχική. Ακολουθούν το Instagram και το you tube

■ Διαφήμιση
 ■ Δημοσκόπηση / Έρευνα Αγοράς
 ■ Ανατροφοδότηση πελατών
 ■ Άλλο



Οι εταιρείες χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κυρίως για λόγους διαφήμισης και με μεγάλη ποσοστιαία διαφορά από τις άλλες επιλογές. Στην αρχική έρευνα το ποσοστό αυτό έφτανε στο 51,7% ενώ στην επαναληπτική έρευνα μειώθηκε κατά 6,2 ποσοστιαίες μονάδες, παρόλα αυτά παραμένει το υψηλότερο ποσοστό με μεγάλη διαφορά από τις υπόλοιπες επιλογές.



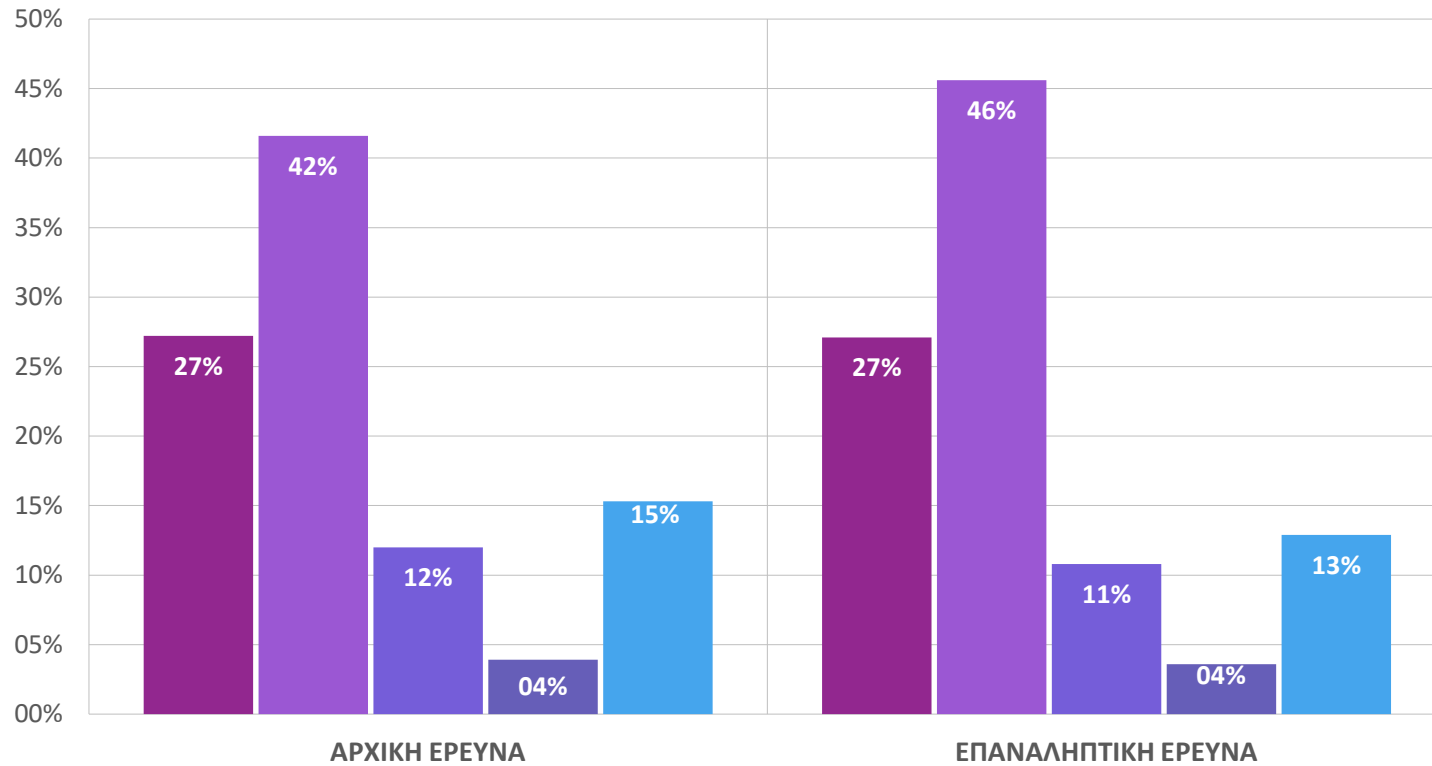
Συγκριτικά αποτελέσματα διερεύνησης της πιθανότητας να γίνεται χρήση ειδικών εργαλείων analytics για την παρακολούθηση της επισκεψιμότητας στην περιοχή εμβέλειας των Επιχειρήσεων Ένα μεγάλο μέρος των ερωτώμενων (πάνω από το 1/5 και στις δύο έρευνες) δεν απαντά, που σημαίνει ότι δεν είναι εξοικειωμένο με τις δυνατότητες του διαδικτύου, ενώ περίπου το 1/3 απαντά όχι. Το ποσοστό των θετικών απαντήσεων και στις δύο έρευνες παραμένει σταθερό και υψηλό

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

Ταυτότητα Έρευνας

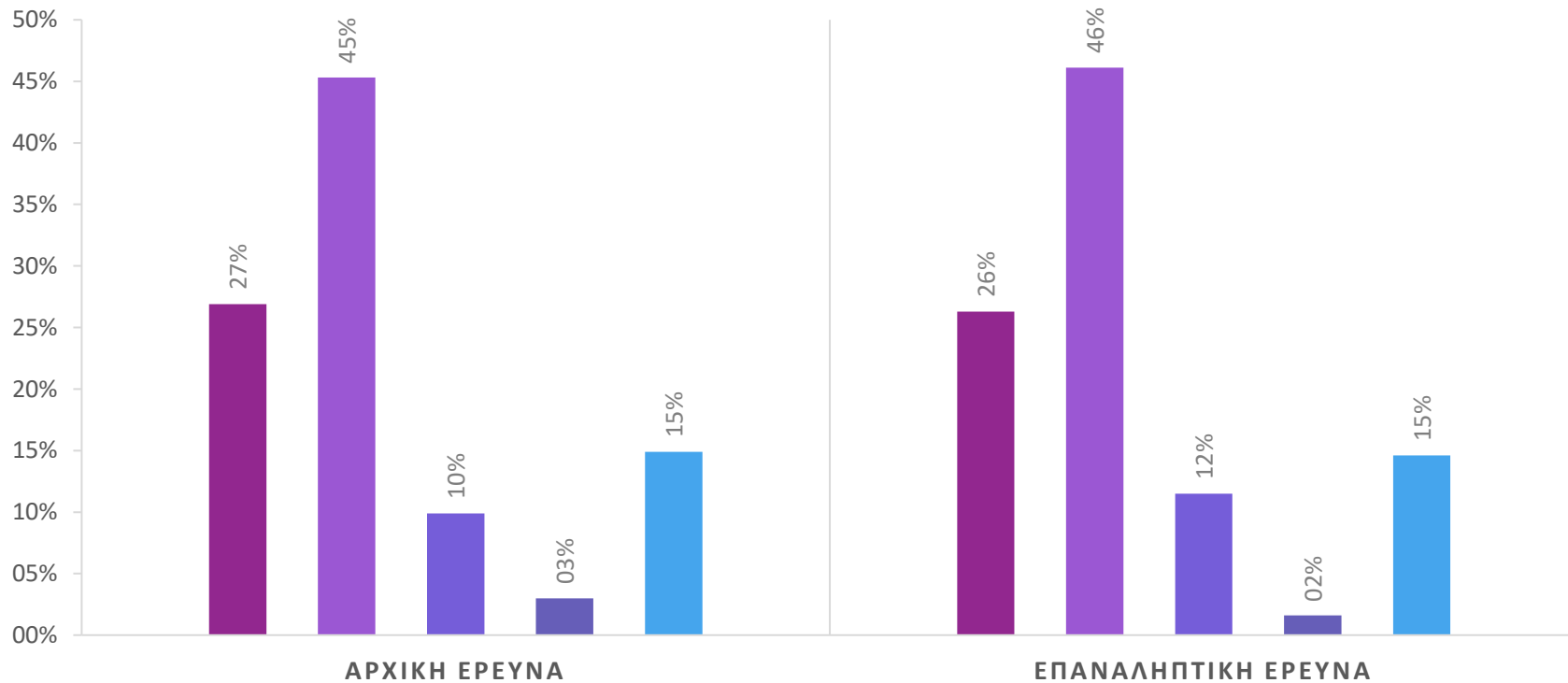
| | |
|------------------------|--|
| Μέγεθος δείγματος: | 552 άτομα |
| Ομάδα στόχος | Εργοδότες / διευθυντές/ Στελέχη, Επιχειρήσεων, Υπεύθυνοι HR επιχειρήσεων, Ελεύθεροι Επαγγελματίες και Καταναλωτές |
| Μέθοδος δειγματοληψίας | Στρωματοποιημένη Δειγματοληψία. Η έρευνα διεξήχθη σύμφωνα με τους κανόνες 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 |

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

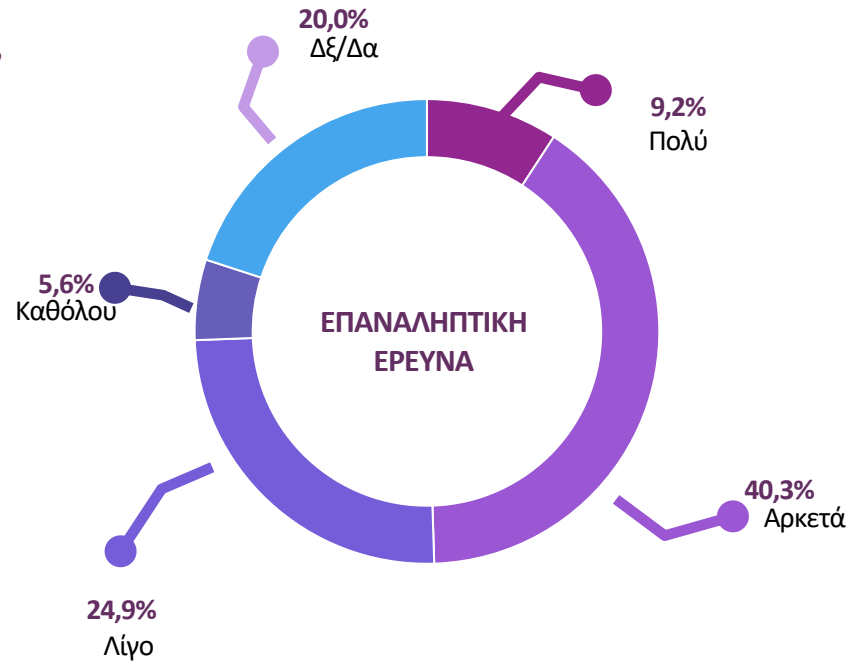
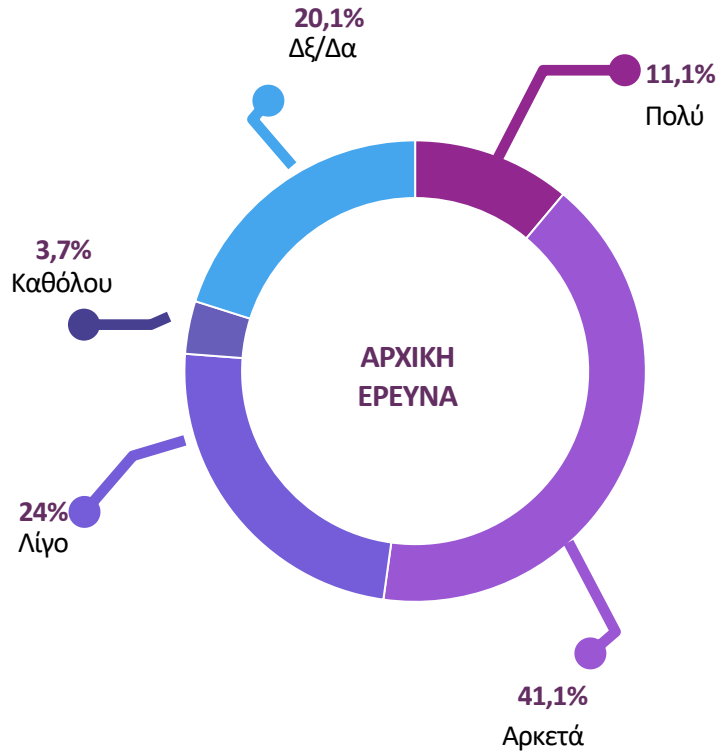


Ολοένα αυξανόμενη είναι πλέον η αντίληψη των συμμετεχόντων στην έρευνα, ότι η ψηφιοποίηση και ο ψηφιακός μετασχηματισμός συμβάλλουν στην ανάπτυξη ενός οργανισμού με το ποσοστό των θετικών απαντήσεων να αυξάνει κατά την Επαναληπτική Έρευνα κατά 4 ποσοστιαίες μονάδες.

■ Πολύ
 ■ Αρκετά
 ■ Λίγο
 ■ Καθόλου
 ■ Δεν ξέρω/ Δεν Απαντώ



Εμφανής είναι η αντίληψη ότι ο ψηφιακός μετασχηματισμός έχει ήδη ή πρόκειται να επηρεάσει θετικά την ανάπτυξη των επιχειρήσεων. Το ποσοστό των ερωτώμενων που συμφωνεί με την άποψη αυτή ξεπερνάει το 72% και στους 2 κύκλους ερευνών.



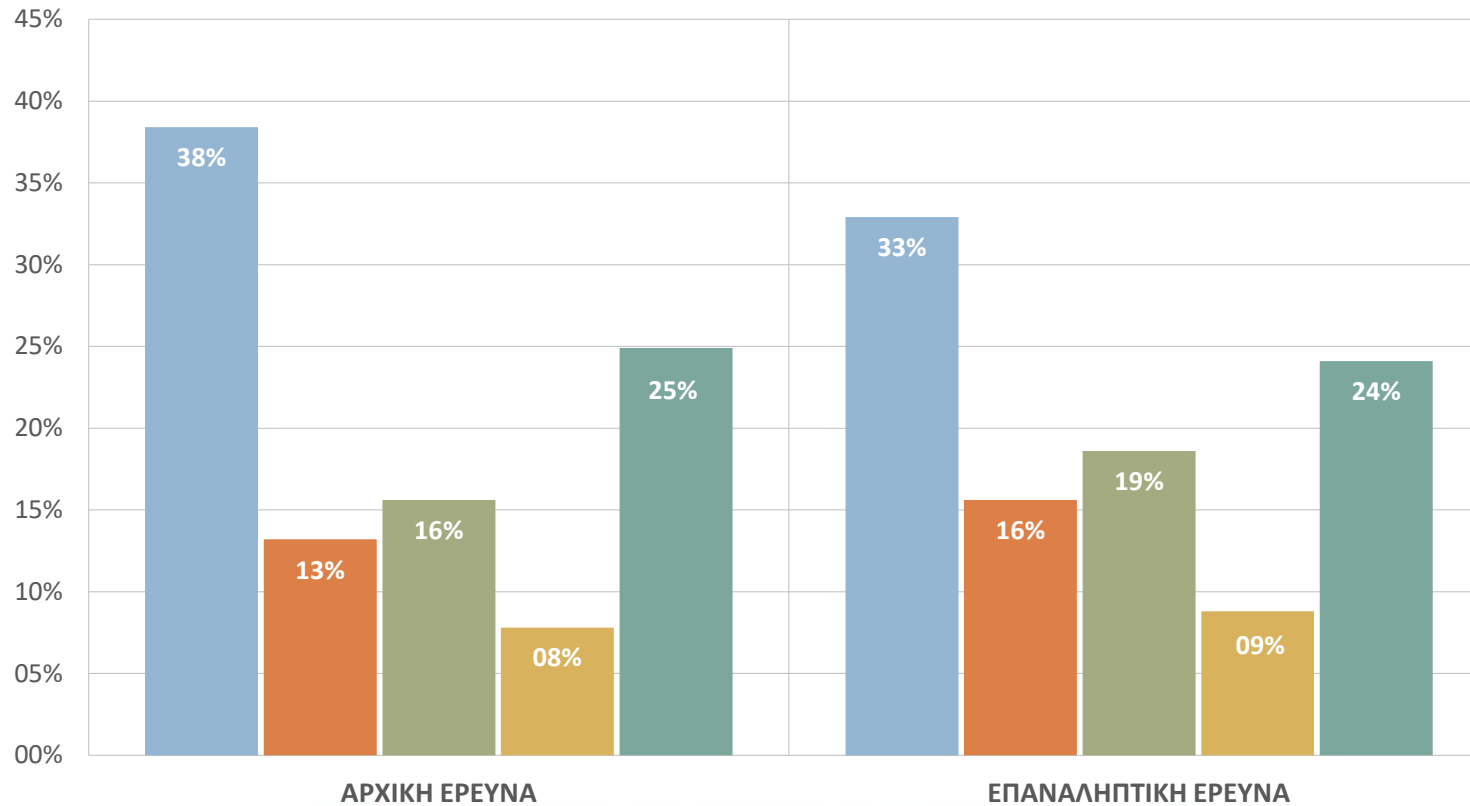
Συγκριτική διερεύνηση πιθανότητας το εργατικό δυναμικό να έχει ψηφιακές δεξιότητες. Η άποψη που επικρατεί είναι πως οι εργαζόμενοι στον κλάδο έχουν ψηφιακές δεξιότητες αν και πρέπει να σημειωθεί πως το ποσοστό των θετικών απαντήσεων μειώθηκε κατά την επαναληπτική έρευνα κατά 2,7 ποσοστιαίες μονάδες.

Επικαιροποίηση Ειδικής Επαναληπτικής Έρευνας για την απασχόληση με καθεστώς μη-εξαρτημένης εργασίας (λ.χ. αυτοαπασχολούμενοι, κάτοχοι πολλαπλών θέσεων εργασίας, εργαζόμενοι προσωρινής απασχόλησης κ.λπ.), την απασχόληση «ανεξάρτητων εργολάβων» κ.λπ., που εντάσσονται στην αποκαλούμενη «οικονομία Gig» (Gig economy_ και των επιπτώσεων στις δεξιότητες ανέργων ή σε νέες δεξιότητες

Ταυτότητα Έρευνας

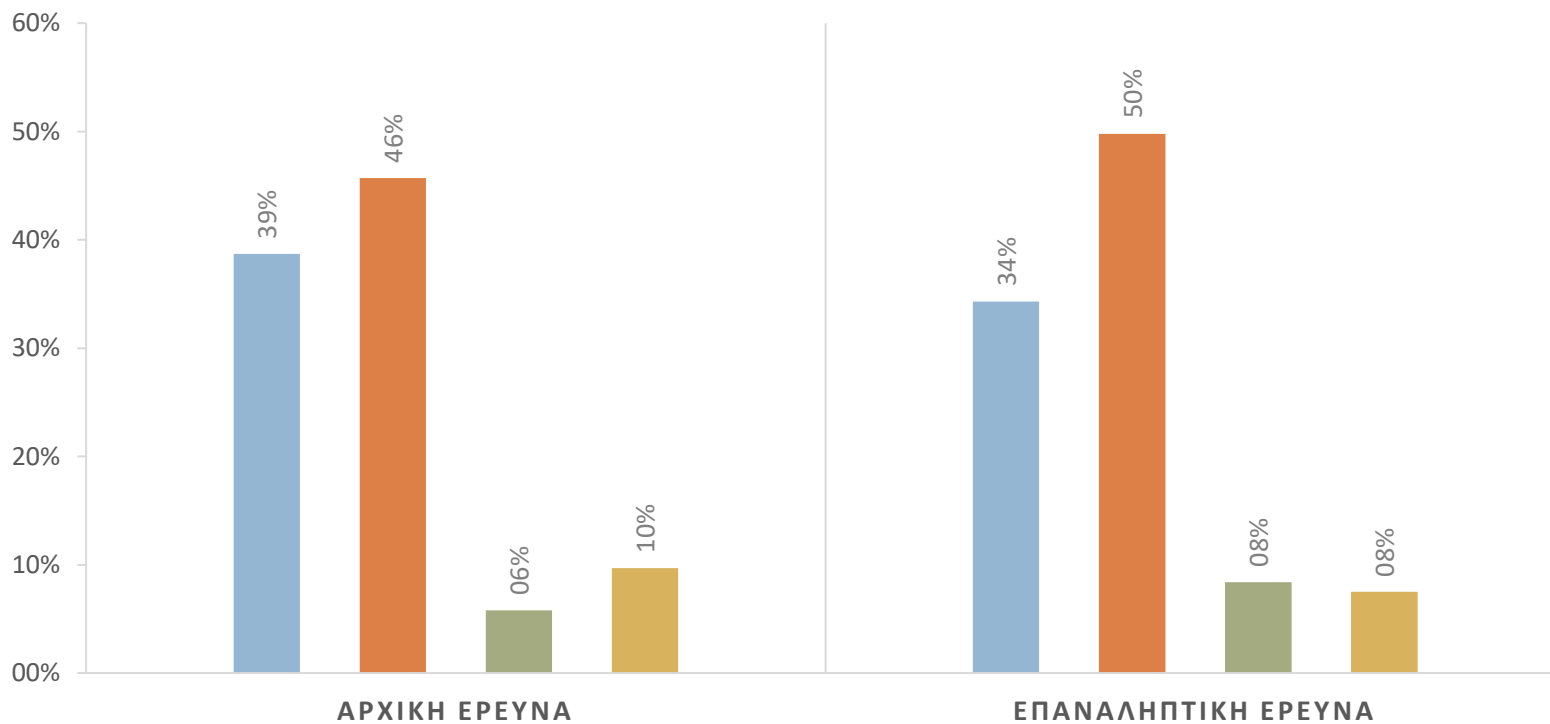
| | |
|------------------------|--|
| Μέγεθος δείγματος: | 553 άτομα |
| Ομάδα στόχος | Εργοδότες / διευθυντές/ Στελέχη, Επιχειρήσεων, Υπεύθυνοι HR επιχειρήσεων, Ελεύθεροι Επαγγελματίες και Καταναλωτές |
| Μέθοδος δειγματοληψίας | Στρωματοποιημένη Δειγματοληψία. Η έρευνα διεξήχθη σύμφωνα με τους κανόνες 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 |

■ Αυτοαπασχολούμενοι ■ Κάτοχος πολλαπλών θέσεων ■ Εργαζόμενος προσωρινής απασχόλησης ■ Εποχικά εργαζόμενοι ■ Άλλο



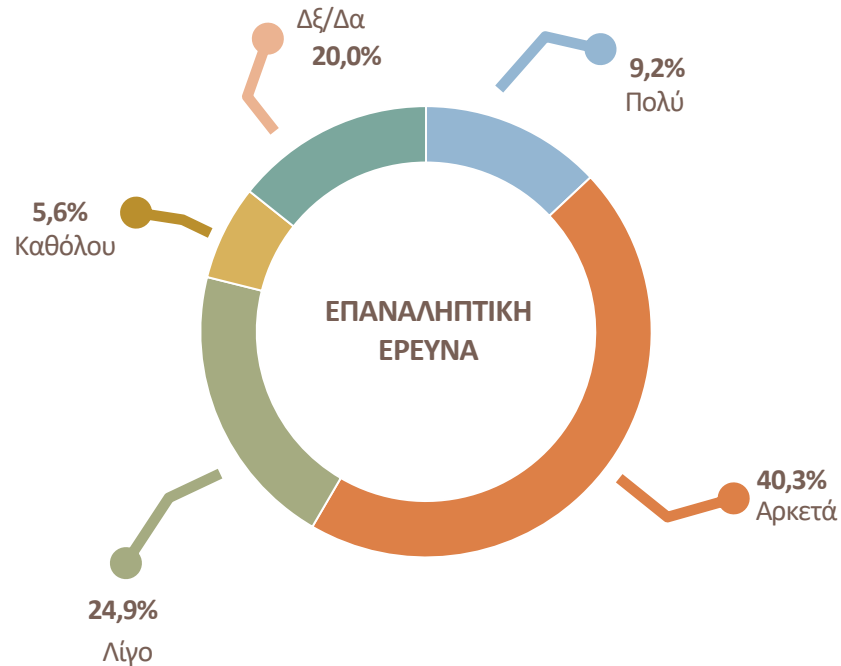
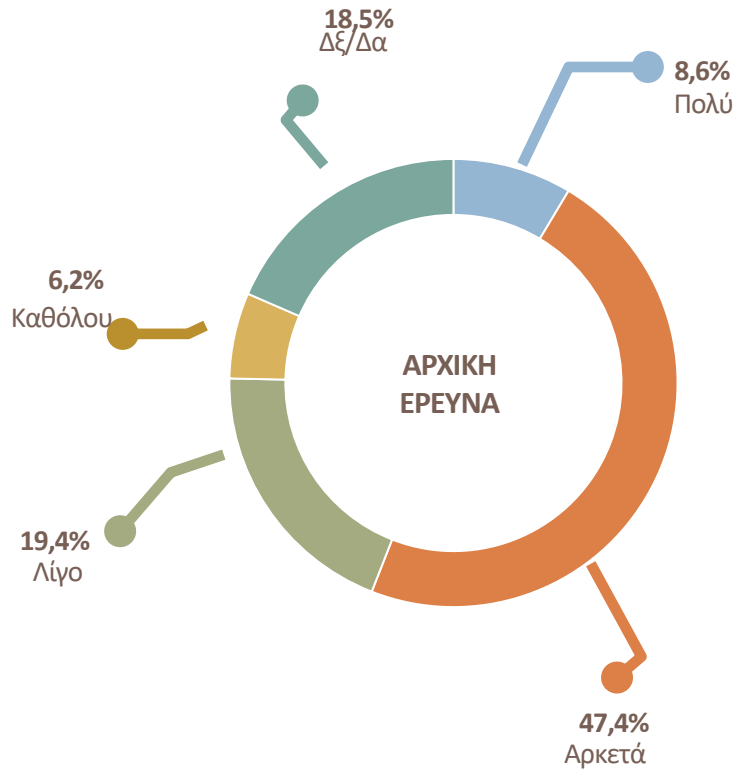
Το μεγαλύτερο ποσοστό των εργαζόμενων με καθεστώς μη εξαρτημένης εργασίας στην περιοχή φαίνεται να είναι αυτοαπασχολούμενοι (αν και το ποσοστό τους στην επαναληπτική έρευνα μειώνεται κατά 5 ποσοστιαίες μονάδες). Οι εργαζόμενοι σε πολλαπλές θέσεις εργασίας στην αρχική έρευνα αποτελούσαν το 13% και στην επαναληπτική αυξήθηκαν κατά τρεις ποσοστιαίες μονάδες (το ποσοστό ανήλθε στο 16%) ενώ οι εργαζόμενοι με προσωρινή απασχόληση στην αρχική έρευνα αποτελούσαν το 16% και στην επαναληπτική αυξήθηκαν κατά τρεις ποσοστιαίες μονάδες (το ποσοστό ανήλθε στο 19%). Οι εποχικά εργαζόμενοι στην περιοχή αποτελούν το 8% με 9% (των εργαζόμενων με καθεστώς μη εξαρτημένης εργασίας).

■ Ναι ■ Όχι ■ Άλλο ■ Δξ/Δα



Η πλειοψηφία των ερωτώμενων σε ποσοστό άνω του 45% δηλώνει πως δεν έχει μεταβληθεί το εργασιακό καθεστώς (καταγράφεται και αύξηση κατά τέσσερις ποσοστιαίες μονάδες στην επαναληπτική έρευνα).

Σε κάθε περίπτωση φαίνεται ότι πάνω από το ένα τρίτο των εργαζόμενων με καθεστώς μη εξαρτημένης εργασίας προέρχεται από θέσεις εξαρτημένης εργασίας (το εύρημα ήταν εντονότερο κατά την αρχική έρευνα).



Παρουσίαση αποτελεσμάτων συγκριτικής διερεύνησης ικανοποίησης από την μετατροπή του καθεστώτος της εξαρτημένης εργασίας σε μη εξαρτημένη. Οι ερωτώμενοι (εργοδότες και οι ελεύθεροι επαγγελματίες) σε μεγάλο ποσοστό κρίνουν πως είναι αρκετά ευχαριστημένοι από το καθεστώς μη εξαρτημένης εργασίας. Αξιοσημείωτη είναι η τάση μείωσης του ποσοστού που απάντησε "Αρκετά" κατά 6,9 ποσοστιαίες μονάδες κατά την επαναληπτική έρευνα.

Συγκεντρωτικά Συμπεράσματα (1)

- Γενικά, ο δεύτερος κύκλος των εννέα (9) ερευνών επιβεβαιώνει και παγιώνει τα συμπεράσματα του πρώτου κύκλου.
- Οι απαντήσεις στο δεύτερο κύκλο ερευνών κινούνται σε πιο αισιόδοξες εκτιμήσεις των ήδη θετικών, ενώ σε ορισμένες περιπτώσεις, όπως στις επιπτώσεις της διεύρυνσης των ψηφιακών συναλλαγών στη δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης (με εξαρτημένη σχέση απασχόλησης, αλλά και σε αυταπασχολούμενους), μια άποψη που στηρίζεται σε υψηλό βαθμό από τους ερωτώμενους κάτω των 25 ετών (2η έρευνα).
- Αντίστοιχη διεύρυνση των θετικών απόψεων σημειώνεται και στη βελτίωση της παροχής υπηρεσιών στο πλαίσιο της ανάδειξης της Δυτικής Αθήνας ως Πολιτιστικού και Τουριστικού Προορισμού (3η έρευνα).
- Όσον αφορά στην αξιοποίηση του ηλεκτρονικού εμπορίου και του ΙΟΤ (4η έρευνα) και στην ανάπτυξη δραστηριοτήτων διαμοιρασμένης οικονομίας και δραστηριοτήτων peer-to-peer / διομότιμες αγορές (5η έρευνα) εκτιμάται ότι οι δραστηριότητες αυτές θα αναπτυχθούν περαιτέρω στο άμεσο μέλλον αν και διαπιστώνεται μια έλλειψη σαφούς γνώσης του περιεχομένου και των πρακτικών εφαρμογών του ΙοΤ στις επιχειρήσεις, ειδικά στις δραστηριότητες μεταφορών και αποθήκευσης (logistics), που βρίσκεται σε άνθηση στη Δυτική Αθήνα

Συγκεντρωτικά Συμπεράσματα (2)

- Οι εισαγωγή προωθημένων αυτοματοποιήσεων, των εφαρμογών peer-to-peer κ.λπ., ως επακόλουθο της τεχνολογικής ανάπτυξης και της συνεχούς εισαγωγής νέων τεχνολογιών, θα μεταβάλλουν ακόμα περισσότερο τη διάρθρωση της απασχόλησης και της επιχειρηματικότητας. Σε κάθε περίπτωση, αναγνωρίζεται η υψηλή ζήτηση εξειδικευμένων εργαζόμενων σε αυτά τα ζητήματα
- Αν και οι ερωτώμενοι αναγνωρίζουν τον υψηλό και πολλαπλό αντίκτυπο της αξιοποίησης των δραστηριοτήτων της δημιουργικής και πολιτιστικής βιομηχανίας (6η έρευνα), στην επαναληπτική έρευνα οι απόψεις αυτές μειώνονται ελαφρά, αν και εξακολουθούν να κινούνται σε υψηλά επίπεδα.
- Οι εταιρείες χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κυρίως για λόγους διαφήμισης και με μεγάλη ποσοστιαία διαφορά από τις άλλες επιλογές (7η έρευνα). Πάντως, το μίγμα των μέσων που χρησιμοποιούνται μεταβλήθηκε στην επαναληπτική έρευνα σε σχέση με την αρχική. Στα εργαλεία internet analytics διαπιστώνεται σοβαρό έλλειμμα γνώσης περιεχομένου και πρακτικής εφαρμογής.

Συγκεντρωτικά Συμπεράσματα (3)

- Η άποψη των ερωτώμενων για την ψηφιοποίηση της αγοράς εργασίας και τις επιπτώσεις στις δεξιότητες ανέργων ή σε νέες ειδικότητες (8η έρευνα) παραμένει υψηλή και στις δύο έρευνες. Η ψηφιοποίηση και ο ψηφιακός μετασχηματισμός συμβάλλουν σημαντικά στην ανάπτυξη της Επιχειρηματικότητας, ενώ ένα επίσης υψηλό ποσοστό αναγνωρίζει ότι η εργαζόμενοι σήμερα διαθέτουν ήδη ένα βασικό επίπεδο ψηφιακής ετοιμότητας.
- Όσον αφορά στις εξελίξεις της αγοράς εργασίας και πως αυτές καθοδηγούνται από τις τεχνολογικές εξελίξεις (9η έρευνα), το μεγαλύτερο ποσοστό των εργαζόμενων με καθεστώς μη εξαρτημένης εργασίας στην περιοχή φαίνεται να είναι αυτοαπασχολούμενοι. Το βασικό μίγμα του καθεστώτος απασχόλησης δεν έχει μεταβληθεί ανάμεσα στις δύο έρευνες, με εξαίρεση μια μικρή αύξηση του ποσοστού των εργαζομένων σε πολλαπλές θέσεις εργασίας.
- Σε κάθε περίπτωση φαίνεται ότι πάνω από το ένα τρίτο των εργαζόμενων με καθεστώς μη εξαρτημένης εργασίας προέρχεται από θέσεις εξαρτημένης εργασίας (το εύρημα ήταν εντονότερο κατά την αρχική έρευνα). Αυτό εξηγεί και μια θετική ανταπόκριση των ερωτώμενων στις ευέλικτες μορφές απασχόλησης.

Ευχαριστούμε για την προσοχή σας!