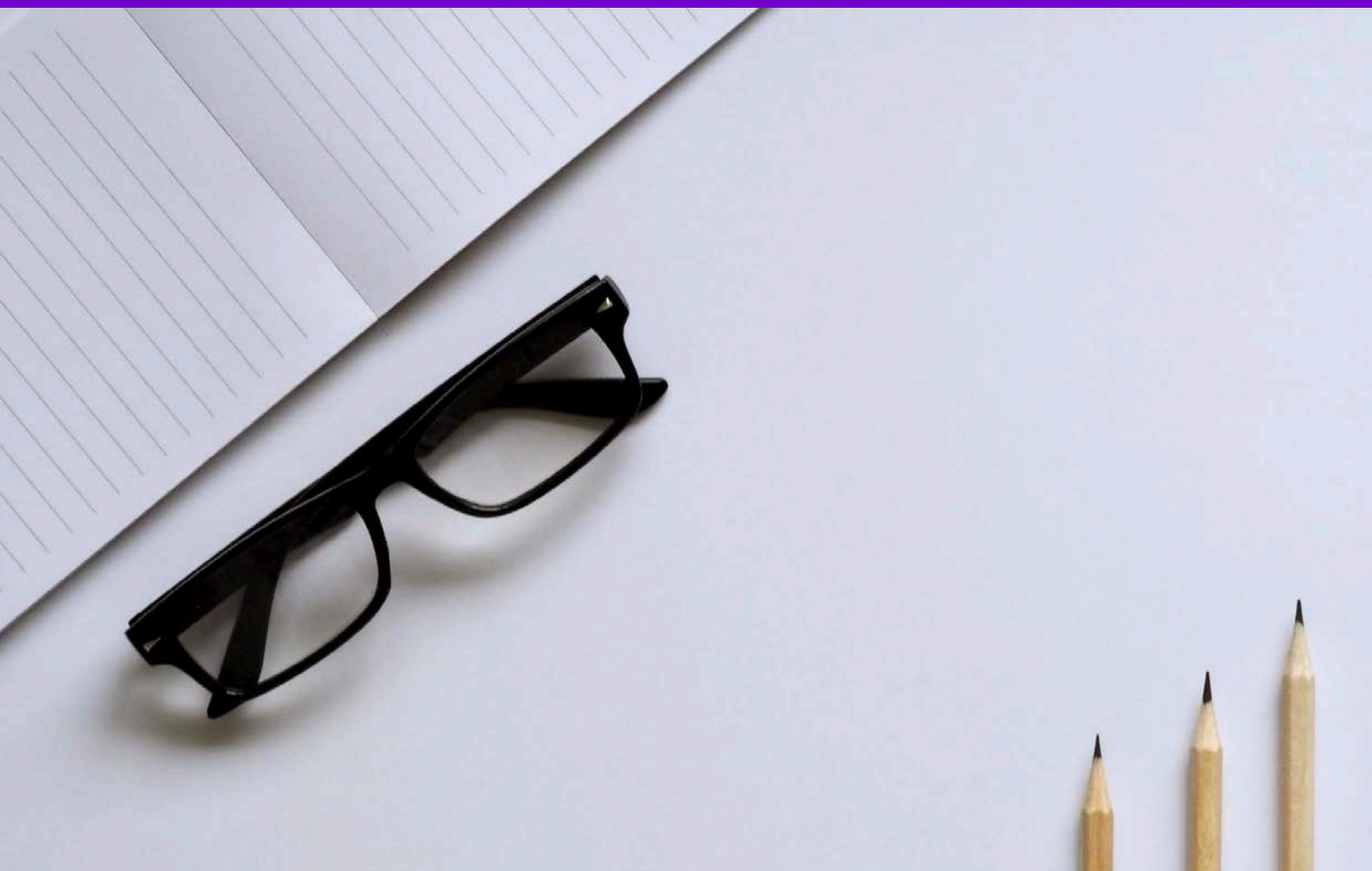
Growing

ΟΔΗΓΟΣ ΣΤΑΔΙΟΔΡΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΣΤΙΣ ΜΜΕς

ΤΕΛΙΚΗ ΑΝΑΦΟΡΑ

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΤΩΝ ΜΜΕς ΜΕΣΩ ΤΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΣΤΟΝ ΕΡΓΑΣΙΑΚΟ ΧΩΡΟ



Σύμπραξη

Mentortec - Serviços de Apoio a Projectos Tecnológicos S.A, Πορτογαλία

Ιστοσελίδα: http://www.mentortec.eu/

AEP - Associação Empresarial de Portugal, Πορτογαλία

Ιστοσελίδα: https://www.aeportugal.pt/

AKMI - Anonimi Ekpaideftiki Etairia, Ελλάδα

Ιστοσελίδα: https://iek-akmi.edu.gr/

iED - Institute of Entrepreneurship Development, Ελλάδα

Ιστοσελίδα: https://ied.eu/

DOREA Educational Institute, Κύπρος

Ιστοσελίδα: https://dorea.org/

CONNECTIS Srl, Ιταλία

Ιστοσελίδα: https://connectisweb.com/

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

Growing

Πίνακας περιεχομένων

ΕΙΣΑΓΩΓΗ 7

1. Το έργο "GrowINg" 7
2. Η σημασία των ΜΜΕ στη Ευρωπαϊκή οικονομία 8
   2.1. Γενική επισκόπηση 8
   2.2. Ευρωπαϊκή (ΕΕ) στήριξη προς τις ΜΜΕς 14
   2.3. Επίδραση του COVID-19 στις ΜΜΕς 14

Εκπαίδευση και κατάρτιση ενηλίκων στην Ευρώπη 1

1. Η σημασία της εκπαίδευσης ενηλίκων 12
   1.1. Συμμετοχή ενηλίκων στη διά βίου μάθηση στην ΕΕ 12
   1.2. Κατάρτιση ενηλίκων στην ΕΕ 15
2. Προώθηση της εκπαίδευσης ενηλίκων στο χώρο εργασίας 17
   2.1. Στρατηγικές 17
   2.2. «Δομικά στοιχεία» της ομάδας εργασίας του ΕΤ 2020 18
   2.3. Ο κύκλος πολιτικής εκπαίδευσης ενηλίκων από τον ΟΟΣΑ 20
   2.4. Βασικά βήματα για τις ΜΜΕς 24
3. Μέθοδοι για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας και των εγκάρσιων δεξιοτήτων των εργαζομένων στην εργασία 26

Έρευνες για ΜΜΕς και παρόχους Υπηρεσιών 31

1. Μεθοδολογία συλλογής δεδομένων 32
   1.1. Έρευνες 32
   1.2. Ομάδες εστίασης και/ή συνεντεύξεις 32
2. Αποτελέσματα και ανάλυση ερευνών 33
   2.1. Συλλογή των αποτελεσμάτων 33
   2.2. Επισκόπηση των ερωτηθέντων και των συμμετεχόντων 34
   2.3. Τρέχουσα κατάσταση ευκαιριών εκπαίδευσης και κατάρτισης για τους εργαζομένους 35
   2.4. Το μέλλον του επαγγελματικού προσανατολισμού και της εκπαίδευσης στο χώρο εργασίας στις ΜΜΕς 42
3. Συμπεράσματα 49

Συστάσεις 52

1. Για τους Εργοδότες 53
2. Για ενδιάμεσους οργανισμούς 56
3. Για τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής σε περιφερειακό και εθνικό επίπεδο 60

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 63

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

Λίστα πινάκων

Πίνακας 1. ΜΜΕς στην Πορτογαλία, Ελλάδα και Κύπρο 13
Πίνακας 2. Τομείς ευκαιριών ανάπτυξης προσωπικού στις ΜΜΕς 40
Πίνακας 3. Μελλοντικοί τομείς ευκαιριών ανάπτυξης προσωπικού στις ΜΜΕς 44
Πίνακας 4. Σύντομη περιγραφή των συστάσεων που απευθύνονται στους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής για τη στήριξη της διάρθρωσης των επιχειρήσεων και την παροχή ευκαιριών επαγγελματικής εξέλιξης των εργαζομένων 60

Λίστα γραφημάτων και σχημάτων

Γράφημα 1. Συμμετοχή ενηλίκων στην εκπαίδευση 2018, % ενηλίκων ηλικίας 25-64 ετών (Πηγή: Eurostat) 14
Γράφημα 2. Ποσοστό συμμετοχής στην εκπαίδευση και την κατάρτιση ανά τύπο 2016, % ενηλίκων ηλικίας 25-66 ετών (Πηγή: Eurostat) 14
Γράφημα 3. Ποσοστό συμμετοχής στην άτυπη μάθηση, % ενηλίκων ηλικίας 25-64 (βασίζεται σε δεδομένα της Eurostat) 14
Γράφημα 4. Ποσοστό εργαζομένων που έλαβαν χρηματοδοτούμενη κατάρτιση από τον εργοδότη τους (τελευταίους 12 μήνες) 16
Γράφημα 5. Ποσοστό εργαζομένων που καταρτίζονται κατά τη διάρκεια και εκτός των ωρών εργασίας,% 16
Σχήμα 6. Δομικά στοιχεία από την ομάδα εργασίας ΕΤ 2020 19
Σχήμα 7. Σύντομη περιγραφή των δομικών στοιχείων για την προώθηση της εκπαίδευσης ενηλίκων στο χώρο εργασίας, όπως ορίζεται στην τελική έκθεση του ΕΤ 2020 το 2018 19
Σχήμα 8. Ο κύκλος πολιτικής εκπαίδευσης ενηλίκων (Πηγή: ΟΟΣΑ) 20
Σχήμα 9. Σύντομη περιγραφή των επτά σημείων δράσης για την εκπαίδευση ενηλίκων στο χώρο εργασίας όπως ορίζεται από τον ΟΟΣΑ 22
Σχήμα 10. Βασικοί παράγοντες που πρέπει να ληφθούν υπόψη για να εξασφαλιστεί μια συνεκτική εκπαίδευση ενηλίκων στο χώρο εργασίας 24
Σχήμα 11. Προσδιορισμός των βημάτων για την προώθηση της αναβάθμισης και της επανειδίκευσης σύμφωνα με τη μελέτη της ΕΚ 25
Σχήμα12. Μέθοδοι για την ενίσχυση των δεξιοτήτων των εργαζομένων που αναγνωρισμένα δημιουργούν ένα ευρύτερο επίπεδο αντίκτυπου 26

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

Σχήμα 13. Σύντομη περιγραφή των μεθόδων που προσδιορίζονται ως οι πιο κοινές για την ενίσχυση των δεξιοτήτων των εργαζομένων 26
Σχήμα 14. Εικόνες από τις ομάδες εστίασης που οργανώθηκαν στην Πορτογαλία, την Ελλάδα και την Κύπρο, αντίστοιχα 33
Γράφημα 15. Τομείς των ΜΜΕ που ερευνήθηκαν 34
Γράφημα 16 . Κατανομή των συμμετεχόντων των ομάδων εστίασης/ συνεντεύξεων, ανάλογα με τον τύπο των οργανισμών τους. 35
Γράφημα 17. Τυπολογίες ευκαιριών επαγγελματικής εξέλιξης που προσφέρονται από ΜΜΕ και παρόχους υπηρεσιών.....35
Γράφημα 18. Συχνότητα ευκαιριών ανάπτυξης σταδιοδρομίας που προσφέρονται από εταιρείες 36
Γράφημα 19. Διάρκεια ευκαιριανών ανάπτυξης σταδιοδρομίας που προσφέρονται από εταιρείες και παρόχους υπηρεσιών.....37
Γράφημα 20. Η δύναμη της λήψης αποφάσεων στις ΜΜΕς.....38
Σχήμα 21. Οι αποφάσεις βασικών παραγόντων σχετικά με τη συχνότητα και τα θέματα επαγγελματικής εξέλιξης και εκπαίδευσης στις ευκαιρίες εργασίας στις ΜΜΕς βασίζονται σε: 38
Σχήμα 22. Κύρια οφέλη από την προώθηση των ευκαιιριών επαγγελματικής εξέλιξης και εκπαίδευσης στο χώρο εργασίας 41
Σχήμα 23. Κύριες προκλήσεις για την εφαρμογή επαγγελματικού προσανατολισμού και εκπαίδευσης στις εργασιακές ευκαιρίες 42
Γράφημα 24. Μελλοντικές ευκαιρίες επαγγελματικής εξέλιξης που προσφέρονται από εταιρείες και παρόχους υπηρεσιών 43
Σχήμα 25. Πραγματικές και μελλοντικές προκλήσεις που πρέπει να αντιμετωπίσουν οι ΜΜΕς: 45
Σχήμα 26. Κύριες μελλοντικές προκλήσεις για τις ευκαιρίες επαγγελματικού προσανατολισμού και της εκπαίδευσης στο χώρο εργασίας .....**Error! Bookmark not defined.**
Σχήμα 27. Απαραίτητοι βασικοί παράγοντες που θα βοηθήσουν τις ΜΜΕς να αντιμετωπίσουν επερχόμενες μελλοντικές προκλήσεις 48
Σχήμα 28. Κύριες συστάσεις για την καθοδήγηση των ΜΜΕ στον καθορισμό στρατηγικής για την εκπαίδευση στο χώρο εργασίας 53
Σχήμα 29. Σύντομη περιγραφή των συστάσεων για τη στήριξη των ΜΜΕ ώστε να καθορίσουν και να εφαρμόσουν τη στρατηγική τους σχετικά με την εκπαίδευση στο χώρο εργασίας 53
Σχήμα 30. Συστάσεις σε ενδιάμεσους οργανισμούς για τη στήριξη των ΜΜΕ που παρέχουν ευκαιρίες επαγγελματικής εξέλιξης 57
Σχήμα 31. Σύντομη περιγραφή των συστάσεων σε ενδιάμεσους οργανισμούς που στηρίζουν τις ΜΜΕς στην παροχή ευκαιριών επαγγελματικής εξέλιξης στους εργαζομένους 58
Σχήμα 32. Συστάσεις προς τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής για τη στήριξη των επιχειρήσεων στην παροχή ευκαιριών επαγγελματικής εξέλιξης των εργαζομένων τους 60

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

ΛΙΣΤΑ ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΩΝ

AEAPME	Ευρωπαϊκή Ένωση Βιοτεχνιών, Μικρών και Μεσαίων Επιχειρήσεων
AES	Έρευνα για την εκπαίδευση ενηλίκων
EU	Ευρωπαϊκή Ένωση
EWC	Ευρωπαϊκή έρευνα για τις συνθήκες εργασίας του Eurofound
GDP	Ακαθάριστο εγχώριο προϊόν
OECD	Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης
ΜΜΕς	Μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις
VET	Κέντρα Επαγγελματικής Κατάρτισης

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1. Το έργο "GrowINg"

Το "GrowINg – Ανάπτυξη και καινοτομία των ΜΜΕ μέσω της εκπαίδευσης στον εργασιακό χώρο" στοχεύει στη δημιουργία, την αξιολόγηση και την ένταξη καινοτόμων λύσεων για τη δια βίου εκπαίδευση ενηλίκων στον εργασιακό χώρο, επιτρέποντας την αξιολόγηση και ανάπτυξη των επιχειρηματικών δεξιοτήτων των εργαζομένων μέσω μιας ολιστικής προσέγγισης των στρατηγικών επαγγελματικού προσανατολισμού στις ΜΜΕ. Μέσω του GrowINg, μια έμπειρη σύμπραξη, σε συνεργασία με ενδιαφερόμενα μέρη και τους τελικούς χρήστες, στοχεύει να:

- Συλλέξει και να δημιουργήσει σε βάθος γνώσεις για την τρέχουσα κατάσταση των ΜΜΕ σχετικά με τις εγκατεστημένες πολιτικές, στρατηγικές και πρακτικές στο πεδίο του επαγγελματικού προσανατολισμού και της εκπαίδευσης ενηλίκων στον εργασιακό χώρο καθώς και στις ανάγκες των εργοδοτών που σχετίζονται με την ανάπτυξη των εγκάρσιων ικανοτήτων και των ανεκμετάλλευτων επιχειρηματικών δεξιοτήτων,
- Αναπτύξει και να εφαρμόσει αποτελεσματικές μεθοδολογίες και εργαλεία για την εύκολη μεταβίβαση στις πολιτικές, τις στρατηγικές και τις πρακτικές στο ανθρώπινο δυναμικό των ΜΜΕ, ειδικά αυτών που σχετίζονται με τον επαγγελματικό προσανατολισμό και την παροχή συνεχούς κατάρτισης για την ενδυνάμωση των δεξιοτήτων των εργαζομένων και τον εντοπισμό τρεχουσών και μελλοντικών αναγκών,
- Στηρίξει τη χάραξη πολιτικής στην εκπαίδευση και την κατάρτιση, τονίζοντας και προβάλλοντας τα οφέλη από την προώθηση και τη στήριξη της εκπαίδευσης ενηλίκων στο χώρο εργασίας σε διαφορετικά επίπεδα, από την ατομική ανάπτυξη έως την αύξηση της ανταγωνιστικότητας των εταιρειών.

Η σύμπραξη του έργου αποτελείται από 6 οργανισμούς από 4 Ευρωπαϊκές χώρες:

1. MENTORTEC Serviços de Apoio a Projectos Tecnológicos sa, Πορτογαλία (Συντονιστής)
2. AEP - Associação Empresarial de Portugal, Πορτογαλία
3. AKMI - Anonimi Ekpaideftiki Etairia, Ελλάδα
4. iED - Institute of Entrepreneurship Development, Ελλάδα
5. DOREA Educational Institute, Κύπρος
6. CONNECTIS Srl, Ιταλία

Για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με το έργο και τις δραστηριότητες του έργου, παρακαλούμε επισκεφθείτε την ιστοσελίδα του έργου: http://growing-project.eu/

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

2. Η σημασία των ΜΜΕ στη Ευρωπαϊκή οικονομία

2.1. Γενική επισκόπηση

Σε αυτήν την αναφορά, όπως ορίζεται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, , ως μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις θεωρούνται οι επιχειρήσεις με λιγότερους από 250 υπαλλήλους, και ετήσιο κύκλο εργασιών έως 50 εκατομμύρια ευρώ ή συνολικό ισολογισμό λιγότερο από 43 εκατομμύρια ευρώ.

Οι Μικρές και Μεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕς) θεωρούνται «η ραχοκοκαλιά της ευρωπαϊκής οικονομίας» παρέχοντας μια πιθανή πηγή απασχόλησης και οικονομικής ανάπτυξης γενικά. 25 εκατομμύρια ΜΜΕς αντιπροσωπεύουν το 99,8% των εταιρειών στην ΕΕ. Το 2018, οι ΜΜΕς δημιούργησαν 4.357 δισεκατομμύρια ευρώ προστιθέμενης αξίας και απασχολούσαν 97,7 εκατομμύρια άτομα. Έτσι, οι ΜΜΕς αντιπροσώπευαν τα δύο τρίτα της συνολικής απασχόλησης (66,6%) και το 56,4% της συνολικής προστιθέμενης αξίας στην εμπορική μη χρηματοοικονομική οικονομία. Η μέση παραγωγικότητα των ΜΜΕ, μετρούμενη ως προστιθέμενη αξία ανά απασχολούμενο άτομο, ήταν 44.600 ευρώ το 2018, ενώ η μέση ευρωπαϊκή ΜΜΕ απασχολούσε 3,9 άτομα.

Το 2017-2018, οι ΜΜΕς σε όλη την ΕΕ αύξησαν τόσο την προστιθέμενη αξία όσο και την απασχόληση, κατά 4,1% και 1,8% αντίστοιχα. Η μεγαλύτερη αύξηση προστιθέμενης αξίας ήταν στη Λετονία, τη Βουλγαρία και την Πολωνία, ενώ η Σουηδία και η Ιταλία παρουσίασαν τα χαμηλότερα ποσοστά ανάπτυξης.

Από το 2014 έως το 2018, η αύξηση της προστιθέμενης αξίας των ΜΜΕ ήταν υψηλότερη στις υπηρεσίες διαμονής και τροφίμων, στις κατασκευές, και στην πληροφόρηση και επικοινωνία, σε 23,3%, 21,1% και 20,3% αντίστοιχα. Στην αύξηση της απασχόλησης, οι ΜΜΕς είχαν τις καλύτερες επιδόσεις στην πληροφόρηση και την επικοινωνία με αύξηση 17,3%, καθώς και στις υπηρεσίες διαμονής και τροφίμων και στις διοικητικές και υποστηρικτικές υπηρεσίες, οι οποίες και οι δύο σημείωσαν αυξήσεις κατά 14,6% την ίδια περίοδο. Ένας άλλος ταχέως αναπτυσσόμενος τομέας των ΜΜΕ ήταν το χονδρικό και το λιανικό εμπόριο που δημιούργησαν αύξηση 18,6% στην προστιθέμενη αξία[1].

[1] Ευρωπαϊκή επιτροπή "SBA Fact Sheet & Scoreboard", 2019.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

Για την περίοδο 2018 - 2020, η αύξηση της προστιθέμενης αξίας των ΜΜΕ αναμενόταν να αυξηθεί έντονα (κατά 8,5%). Η απασχόληση στις ΜΜΕς προβλεπόταν επίσης να αυξηθεί κατά 3% την ίδια περίοδο, δημιουργώντας περίπου 2,9 εκατομμύρια νέες θέσεις εργασίας στις ΜΜΕ. Λαμβάνοντας υπόψη την πανδημική κατάσταση στην Ευρώπη, οι αριθμοί προβλέψεων είναι πολύ πιθανό να είναι πολύ μικρότεροι.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

Πορτογαλία

Οι ΜΜΕς διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην «εμπορική μη χρηματοοικονομική οικονομία» της Πορτογαλίας. Στην Πορτογαλία, οι ΜΜΕς αντιπροσωπεύουν το 68,3% της προστιθέμενης αξίας και περισσότερο από τα τρία τέταρτα (77,4%) της απασχόλησης, που είναι 10% υψηλότερο από τον μέσο όρο της ΕΕ. Οι πορτογαλικές ΜΜΕς απασχολούν κατά μέσο όρο 2,9 άτομα, δηλαδή περίπου ένα άτομο λιγότερο από τον μέσο όρο της ΕΕ. Η ετήσια παραγωγικότητα των πορτογαλικών ΜΜΕ, υπολογιζόμενη ως προστιθέμενη αξία ανά απασχολούμενο άτομο, είναι περίπου 22.900 ευρώ, ελάχιστα περισσότερο από το μισό του μέσου όρου της ΕΕ.

Τα τελευταία χρόνια, οι ΜΜΕς στην Πορτογαλία παρουσίασαν έντονη ανάπτυξη. Την περίοδο 2014-2018, η απασχόληση και η προστιθέμενη αξία των ΜΜΕ αυξήθηκαν κατά 15,2% και 27,0% αντίστοιχα, ωστόσο, η ανάπτυξη επιβραδύνθηκε το 2017-2018. Αξίζει να σημειωθεί ότι παρόλο που η απασχόληση αυξάνεται σταθερά, δεν έχει ακόμη φτάσει το επίπεδο στο οποίο ήταν πριν την κρίση.

Από το 2014 έως το 2018, η αύξηση της προστιθέμενης αξίας των ΜΜΕ ήταν υψηλότερη στην πληροφορική και την επικοινωνία, καθώς και στη βιομηχανία, στο 30,4% και στο 18,3% αντίστοιχα. Είναι σημαντικό να αναφερθεί, ότι μεγάλο μέρος της συνολικής δημιουργίας θέσεων εργασίας και ανάπτυξης στην Πορτογαλία αφορά τομείς χαμηλής προστιθέμενης αξίας.[2]

Η ανάπτυξη των ΜΜΕ προβλέπεται να συνεχιστεί το 2018-2020 με αύξηση 10,1% στην προστιθέμενη αξία τους και 5,1% στην απασχόληση στις ΜΜΕς, που αντιστοιχεί σε περίπου 133.800 νέες θέσεις εργασίας στις ΜΜΕς.

Ελλάδα

[2] ΟΟΣΑ ΜΜΕς και Επιχειρηματικότητα Outlook 2019, σελ. 363, Πίνακας Ε – Τομείς όπου οι νέες επιχειρήσεις δημιουργούν θέσεις εργασίας. Διατίθεται εδώ.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

Οι ΜΜΕς διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην «εμπορική μη χρηματοοικονομική οικονομία» της Ελλάδας επίσης. Παράγουν 63,5% της συνολικής προστιθέμενης αξίας και ένα εξαιρετικά υψηλό μερίδιο απασχόλησης 87,9%, και τα δύο πάνω από τον μέσο όρο της ΕΕ. Οι ελληνικές επιχειρήσεις απασχολούν κατά μέσο όρο 2,6 άτομα (περίπου ένα τρίτο λιγότερο από το μέσο όρο της ΕΕ) και η μέση παραγωγικότητα των ελληνικών ΜΜΕ, υπολογιζόμενη ως η προστιθέμενη αξία ανά απασχολούμενο άτομο, είναι περίπου 15.000 ευρώ (περίπου δύο τρίτα χαμηλότερα από τον μέσο όρο της ΕΕ).

Το 2017-2018, η ανάπτυξη της απασχόλησης στις ΜΜΕς αυξήθηκε κατά 4,0% και η προστιθέμενη αξία κατά 13,7%. Παρά την ανάπτυξη αυτή, ωστόσο, τόσο η προστιθέμενη αξία των ΜΜΕ, όσο και η απασχόληση παραμένουν κάτω από τα επίπεδα που κατείχαν πριν από την κρίση του 2008 κατά 40,8% και 9,7%, σηματοδοτώντας αντίστοιχα ότι η Ελλάδα βρίσκεται ακόμη σε διαδικασία ανάκαμψης.

Από το 2014 έως το 2018, η αύξηση της προστιθέμενης αξίας των ΜΜΕ ήταν υψηλότερη στο χονδρικό και λιανικό εμπόριο και στη βιομηχανία, στο 21,3% και στο 15,8% αντίστοιχα.[3]

Η αύξηση της προστιθέμενης αξίας και της απασχόλησης αναμενόταν να συνεχιστεί κατά 21,3% και 13,1% αντίστοιχα την περίοδο 2018-2020. Ως αποτέλεσμα, αναμενόταν και να δημιουργηθούν περίπου 284.400 νέες θέσεις εργασίας στις ΜΜΕς.

Κύπρος

Οι ΜΜΕς θεωρούνται επίσης η ραχοκοκαλιά της κυπριακής «εμπορικής μη χρηματοοικονομικής οικονομίας», καθώς η συμβολή τους στη συνολική προστιθέμενη αξία και την απασχόληση είναι αρκετά εντυπωσιακή και πάνω από τον μέσο όρο της ΕΕ, στο 76,3% και στο 83,8% αντίστοιχα (μέσοι όροι της ΕΕ 56,4% και 66,6%). Σύμφωνα με τον μέσο όρο της ΕΕ, οι κυπριακές επιχειρήσεις απασχολούν κατά μέσο όρο 3,9 άτομα, ενώ η μέση ετήσια παραγωγικότητα των ΜΜΕ στην Κύπρο είναι χαμηλότερη από τον μέσο όρο της ΕΕ, υπολογιζόμενη ότι η προστιθέμενη αξία ανά απασχολούμενο άτομο, είναι 32.900 ευρώ.

[3] Ευρωπαϊκή Επιτροπή "SBA Fact Sheet & Scoreboard: Greece", 2019.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

Το 2017 -2018, η Κύπρος κατέγραψε υψηλή αύξηση της προστιθέμενης αξίας των ΜΜΕ και αύξηση της απασχόλησης - 10,0% και 6,4% αντίστοιχα. Παρά την εξαιρετικά ισχυρή ανάπτυξη, αξίζει να σημειωθεί ότι η προστιθέμενη αξία των ΜΜΕ παρέμεινε 3,8% χαμηλότερη σε σχέση με το επίπεδο της πριν την κρίση (2008).

Από το 2014 έως το 2018, η αύξηση της προστιθέμενης αξίας των ΜΜΕ ήταν υψηλότερη στις κατασκευαστικές και επαγγελματικές δραστηριότητες (π.χ. νομικές και λογιστικές υπηρεσίες), στο 90,7% και στο 33,9%, αντίστοιχα.[4].

Κατά την περίοδο 2018-2020, η προστιθέμενη αξία των ΜΜΕ προβλέπεται να αυξηθεί κατά 12,4% και η απασχόληση στις ΜΜΕς κατά 7,4% - αντιπροσωπεύοντας το 86,4% όλων των νέων θέσεων εργασίας που δημιουργήθηκαν έως το 2020 στην «εμπορική μη χρηματοοικονομική οικονομία».

[4] Ευρωπαϊκή Επιτροπή "SBA Fact Sheet & Scoreboard: Κύπρος", 2019.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

Πίνακας 1. ΜΜΕς στην Πορτογαλία, Ελλάδα και Κύπρο

	Οι ΜΜΕς αντιπροσωπεύουν:		ΜΜΕς		Ανάπτυξη (2017-2018)		Τομείς με την υψηλότερη προστιθέμενη αξία
	Προστιθέμενη αξία (%)	Απασχόληση (%)	Εργαζόμενοι κατά μέσο όρο	Παραγωγικότητα (€)	Προστιθέμενη αξία (%)	Απασχόληση (%)	
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	68.3	77.4	2,9	22,900	15.2	27	Πληροφορική και επικοινωνία, βιομηχανία
ΕΛΛΑΔΑ	63.5	87.9	2,6	15,000	13.7	4	Χονδρικό εμπόριο και βιομηχανία
ΚΥΠΡΟΣ	76.3	83.8	3,9	32,900	10	6.4	Κατασκευές και επαγγελματικές υπηρεσίες

--- Πάνω από τον μέσο όρο της ΕΕ

--- Κάτω από το μέσο όρο της ΕΕ

Όπως μπορούμε να δούμε από τον παραπάνω πίνακα, οι ΜΜΕς διαδραματίζουν ουσιαστικό ρόλο σε όλες τις αναφερόμενες χώρες. Η συμβολή των ΜΜΕ στη συνολική προστιθέμενη αξία και την απασχόληση είναι αρκετά υψηλή και πάνω από το μέσο όρο της ΕΕ.

Στην Πορτογαλία και την Ελλάδα, ο αριθμός των «εργαζομένων κατά μέσο όρο» είναι χαμηλότερος από το μέσο όρο της ΕΕ, πράγμα που σημαίνει ότι αυτές οι δύο χώρες έχουν υψηλότερο ποσοστό μικροεπιχειρήσεων στο συνολικό πληθυσμό των επιχειρήσεων από το μέσο όρο της ΕΕ.

Όλες οι χώρες είναι κάτω από το μέσο όρο της ΕΕ όσον αφορά την παραγωγικότητα (υπολογίζεται ως προστιθέμενη αξία ανά απασχολούμενο άτομο), με την Κύπρο να έχει την υψηλότερη και την Ελλάδα να έχει τη χαμηλότερη παραγωγικότητα.

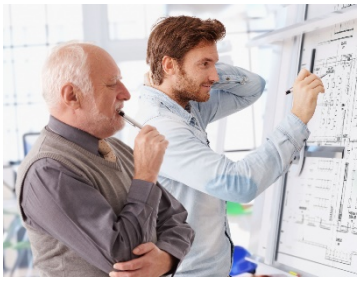
Η βιομηχανία είναι ο τομέας με την υψηλότερη προστιθέμενη αξία τόσο στην Πορτογαλία όσο και στην Ελλάδα. Ωστόσο, ενώ η Πορτογαλία σημείωσε τη μεγαλύτερη αύξηση στην κατασκευή μηχανοκίνητων οχημάτων και στην κατασκευή μεταλλικών προϊόντων, στην Ελλάδα η υψηλότερη αύξηση παρατηρήθηκε στον μεγαλύτερο επί μέρους τομέα των προϊόντων τροφίμων. Η Κύπρος παρουσιάζει μια διαφορετική κατάσταση. Στην Κύπρο, η υψηλότερη προστιθέμενη αξία παρατηρήθηκε στον κατασκευαστικό τομέα. Αυτό θα μπορούσε να εξηγηθεί από τη στρατηγική της κυβέρνησης της Κυπριακής Δημοκρατίας. Η κυβέρνηση είχε εισαγάγει αρκετές στρατηγικές κυβερνητικές πρωτοβουλίες που υποστηρίζουν τις επενδύσεις στις κατασκευές καθώς και φορολογικά κίνητρα για την περαιτέρω στήριξη της ανάπτυξης του κατασκευαστικού τομέα.
Η ανάπτυξη των ΜΜΕ ήταν σταθερή σε όλες τις προαναφερθείσες χώρες με την Πορτογαλία να βιώνει την υψηλότερη αύξηση της προστιθέμενης αξίας και της απασχόλησης. Η ανάπτυξη αναμενόταν να συνεχιστεί για το 2018-2020.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

2.2. *Ευρωπαϊκή (ΕΕ) στήριξη προς τις ΜΜΕς*

Μπορούμε να δούμε ότι οι ΜΜΕς συμβάλλουν σημαντικά στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν της ΕΕ (ΑΕΠ) και στην απασχόληση. Οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕς) και η επιχειρηματικότητα είναι βασικοί παράγοντες της οικονομικής και κοινωνικής ευημερίας. Χωρίς αμφιβολία, η ανταγωνιστικότητα και η οικονομική πρόοδος της Ευρώπης εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις της, οι οποίες αποτελούν τη βασική πηγή για τη δημιουργία θέσεων εργασίας, την ανάπτυξη και την καινοτομία και την κύρια κινητήρια δύναμη της επιχειρηματικότητας. Οι ΜΜΕς είναι καθοριστικές για να διασφαλιστεί ότι οι οικονομίες και οι κοινωνίες μας προσαρμόζονται σε σημαντικούς μετασχηματισμούς, όπως η ψηφιοποίηση, η παγκοσμιοποίηση, η γήρανση και οι περιβαλλοντικές πιέσεις.



Η σημασία των ΜΜΕ έχει αναγνωριστεί στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι ΜΜΕς θεωρούνται ως ο σημαντικότερος μοχλός οικονομικής ανάπτυξης και ο κύριος συντελεστής στον αγώνα κατά της ανεργίας. Έτσι, η ΕΕ έχει θεσπίσει το πλαίσιο Small Business Act - SBA για να συνεχίσει να προωθεί την επιχειρηματικότητα, απλοποιώντας το ρυθμιστικό και πολιτικό περιβάλλον για τις ΜΜΕς και εξαλείφοντας τα εναπομείναντα εμπόδια στην ανάπτυξή τους. Η ΕΕ εργάζεται συνεχώς για την προώθηση της επιχειρηματικότητας και των δεξιοτήτων, βελτιώνοντας την πρόσβαση των ΜΜΕ στις αγορές, μειώνοντας τη γραφειοκρατία και βελτιώνοντας συνολικά το αναπτυξιακό δυναμικό των ΜΜΕ.

2.3. *Επίδραση του COVID-19 στις ΜΜΕς*

Η πανδημία του COVID-19 έχει επηρεάσει και συνεχίζει να επηρεάζει τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις σε όλη την Ευρώπη. Σύμφωνα με τα δεδομένα της UEAPME, κατά μέσο όρο, περίπου το 90% των ΜΜΕ αναφέρουν ότι επηρεάζονται οικονομικά. Συγκεκριμένα, οι τομείς που επηρεάζονται περισσότερο είναι οι υπηρεσίες (60% -70%), οι κατασκευές και η παραγωγή. Επιπλέον, το 30% των συνολικών ΜΜΕ αναφέρουν ότι ο κύκλος εργασιών τους υπέστη απώλεια τουλάχιστον 80%, με το μέσο όρο

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

στην ΕΕ να είναι περίπου 50%. Οι ΜΜΕς αναμένουν αύξηση του ποσοστού ανεργίας μεταξύ 3% - 5%.[5]

Η έκθεση του ΟΟΣΑ τον Ιούνιο προέβλεπε πτώση του παγκόσμιου ΑΕΠ κατά 6% και πτώση 7,6% σε περίπτωση δεύτερου κύματος πανδημίας έως τα τέλη του 2020, με διψήφια μείωση σε ορισμένες από τις χώρες που επλήγησαν περισσότερο, ακολουθούμενη από μια μέτρια ανάκαμψη 2,8% το 2021. [6]

Η έρευνα για τις ΜΜΕς που πραγματοποιήθηκε από τον ΟΟΣΑ για να μελετήσει τον αντίκτυπο του COVID-19 έδειξε ότι, για παράδειγμα, στην Ελλάδα το 60% των ερωτηθέντων στις ΜΜΕς βιώνουν σημαντική πτώση των πωλήσεων, ενώ στην Πορτογαλία το 37% των ερωτηθέντων βιώνουν πτώση στην παραγωγή άνω του 50%, και το 50% δε διαθέτει πόρους για περισσότερο από 2 μήνες. [7]

Οι τομείς των ΜΜΕ που πλήττονται περισσότερο, σύμφωνα με την ανάλυση του ΟΟΣΑ, περιλαμβάνουν: μεταφορές, κατασκευές, χονδρικό και λιανικό εμπόριο, αεροπορικές μεταφορές, υπηρεσίες διαμονής και τροφίμων, υπηρεσίες ακινήτων, επαγγελματικές υπηρεσίες και άλλες προσωπικές υπηρεσίες (π.χ. κομμωτήριο).

Οι χώρες της ΕΕ ανταποκρίθηκαν σε αυτήν την πανδημία υποστηρίζοντας τις ΜΜΕς και τους υπαλλήλους τους χρησιμοποιώντας διάφορες ομάδες ενεργειών, εγγυήσεις δανείων ή / και επιδοτήσεις (όλες οι χώρες της ΕΕ), αναβολή πληρωμών φόρου ή κοινωνικής εισφοράς (εκτός της Πορτογαλίας), αναβολή αποπληρωμής δανείων (ορισμένες χώρες), βραχυπρόθεσμο πρόγραμμα ανεργίας για προστασία (οι περισσότερες χώρες), κλπ.

Η ΕΕ ετοιμάζεται επίσης να εφαρμόσει ένα «σχέδιο αποκατάστασης για την Ευρώπη» με στόχο την αποκατάσταση της οικονομικής και κοινωνικής ζημίας που προκλήθηκε από την πανδημία του κορονοϊού, την έναρξη της ευρωπαϊκής ανάκαμψης και την προστασία και τη δημιουργία θέσεων εργασίας.

Καθώς η κατάσταση στην Ευρώπη αλλάζει ραγδαία, υπάρχει μεγάλη αβεβαιότητα σχετικά με το πώς και εάν οι επιχειρήσεις θα επιβιώσουν. Ένα πράγμα είναι σίγουρο, για να αποφευχθεί η αύξηση των ποσοστών ανεργίας και φτώχειας, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις μπορούν και πρέπει να διαδραματίσουν καθοριστικό ρόλο. Συνεπώς, η ΕΕ και άλλοι βασικοί παράγοντες που εμπλέκονται στην ανάπτυξη των ΜΜΕ με τον έναν ή τον άλλο τρόπο πρέπει να συνεργαστούν για να στηρίξουν τα οικοσυστήματα των ΜΜΕ να προσαρμοστούν στις νέες συνθήκες, τονίζοντας την ανάγκη για ανθεκτικότητα, βιωσιμότητα και συμμετοχή χωρίς αποκλεισμούς σε εμπόριο και ηγεσία. Η παροχή

[5] UEAPME "Μια άποψη σχετικά με τον αντίκτυπο του COVID και τα μέτρα στήριξης για τις ΜΜΕ", 2020. Διατίθεται εδώ.
[6] ΟΟΣΑ " Κορονοϊός (COVID-19): Πολιτικές για τις ΜΜΕς", Ιούνιος 2020. Διατίθεται εδώ.
[7] Η ημερομηνία έρευνας στην Κύπρο δεν είναι διαθέσιμη.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

οικονομικής βοήθειας είναι ζωτικής σημασίας, αλλά πρέπει να έχουμε κατά νου ότι οι ΜΜΕς θα χρειαστούν επίσης νέες δεξιότητες και γνώσεις που θα μπορούσαν να τους βοηθήσουν να αποκτήσουν οι τοπικοί βασικοί ενδιαφερόμενοι, όπως οι πάροχοι εκπαίδευσης και κατάρτισης.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

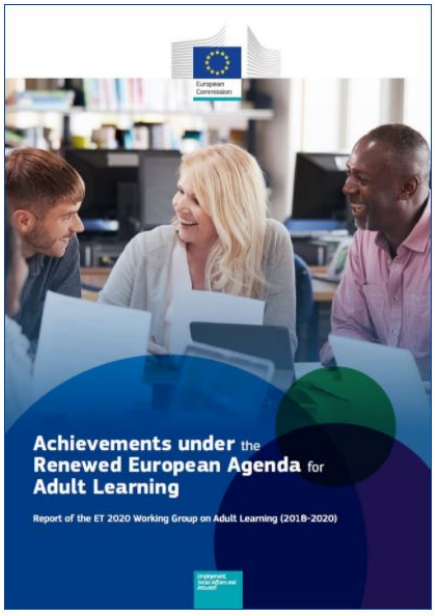
Εκπαίδευση και κατάρτιση ενηλίκων στην Ευρώπη

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Growing

1. Η σημασία της εκπαίδευσης ενηλίκων

Η εκπαίδευση ενηλίκων αναφέρεται σε μια σειρά τυπικών και άτυπων μαθησιακών δραστηριοτήτων, τόσο γενικών όσο και επαγγελματικών, που διεκπεραιώνονται από ενήλικες μετά την αποχώρηση από την αρχική εκπαίδευση και κατάρτιση.[8]



Λαμβάνοντας υπόψη τον κρίσιμο ρόλο που διαδραματίζουν οι ΜΜΕς στην αντιμετώπιση της ανεργίας παρέχοντας ευκαιρίες απασχόλησης, η ανάγκη για εξειδικευμένο εργατικό δυναμικό έχει μεγάλη σημασία και πρέπει να συνυπολογιστεί. [9]

Σε μακροοικονομικό επίπεδο, η εκπαίδευση των ενηλίκων μπορεί να ενισχύσει την ανάπτυξη και την απασχόληση στην Ευρώπη. Η εκπαίδευση ενηλίκων ωφελεί τόσο τις επιχειρήσεις όσο και τα άτομα / υπαλλήλους. Οι εταιρείες που επενδύουν στην εκπαίδευση και την κατάρτιση επωφελούνται από αυξημένη παραγωγικότητα, κερδοφορία, υψηλότερη διατήρηση προσωπικού και ανταγωνιστικότητα, καθώς και υψηλότερα κίνητρα εργαζομένων. Για τα άτομα, η εκπαίδευση ενηλίκων αποφέρει επίσης σπουδαία πλεονεκτήματα - οι εκπαιδευμένοι εργαζόμενοι βιώνουν καλύτερες ευκαιρίες καριέρας εντός του οργανισμού και σταθερότητα εργασίας, καθώς και βελτιωμένη γενική ευημερία και υγεία. Επιπλέον, η εκπαίδευση ενηλίκων έχει τη δυνατότητα να επηρεάσει θετικά τους μισθούς των εργαζομένων. Η εκπαίδευση ενηλίκων παίζει επίσης σημαντικό ρόλο στο να συμβαδίζουν με την αλλαγή - συνεχώς εξελισσόμενη οικονομία και κοινωνία, ανάγκη για αναβάθμιση ή επαναπροσδιορισμό κ.λπ. - μετά την αποχώρηση από την αρχική εκπαίδευση και κατάρτιση. [10]

1.1. Συμμετοχή ενηλίκων στη διά βίου μάθηση στην ΕΕ

Η έρευνα για την εκπαίδευση ενηλίκων (AES) αποτελεί μέρος των στατιστικών της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) για τη διά βίου μάθηση. Οι εργαζόμενοι ηλικίας 25 έως 64 ετών κατά τη διάρκεια της συνέντευξης ερωτώνται σχετικά με τη συμμετοχή τους σε εκπαιδευτικές δραστηριότητες (τυπική, μη τυπική και άτυπη μάθηση). Η περίοδος αναφοράς για τη συμμετοχή σε μαθησιακές δραστηριότητες είναι οι δώδεκα μήνες πριν από τη συνέντευξη.[11]

---

[8] Επίσημος ορισμός από το ΕΣ. Διαθέσιμος online εδώ.

[9] Η εικόνα είναι από την έκδοση «Επιτεύγματα υπό την Ανανεωμένη Ευρωπαϊκή Ατζέντα για την Εκπαίδευση Ενηλίκων» της Γενικής Διεύθυνσης Απασχόλησης, Κοινωνικών Υποθέσεων και Ένταξης (ΓΔ EMPL) της Επιτροπής. Διατίθεται διαδικτυακά εδώ.

[10] Κέντρο Μελετών Ευρωπαϊκής Πολιτικής «Μελέτη για την καταγραφή ευκαιριών και προκλήσεων για πολύ μικρές και μικρές επιχειρήσεις σχετικά με τη διάθεση ευκαιριών αναβάθμισης ή επαναπροσδιορισμού στους υπαλλήλους τους», Μάιος 2020.

[11] Λεξικό Eurostat: Έρευνα για την εκπαίδευση ενηλίκων (AES). Διατίθεται διαδικτυακά εδώ.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

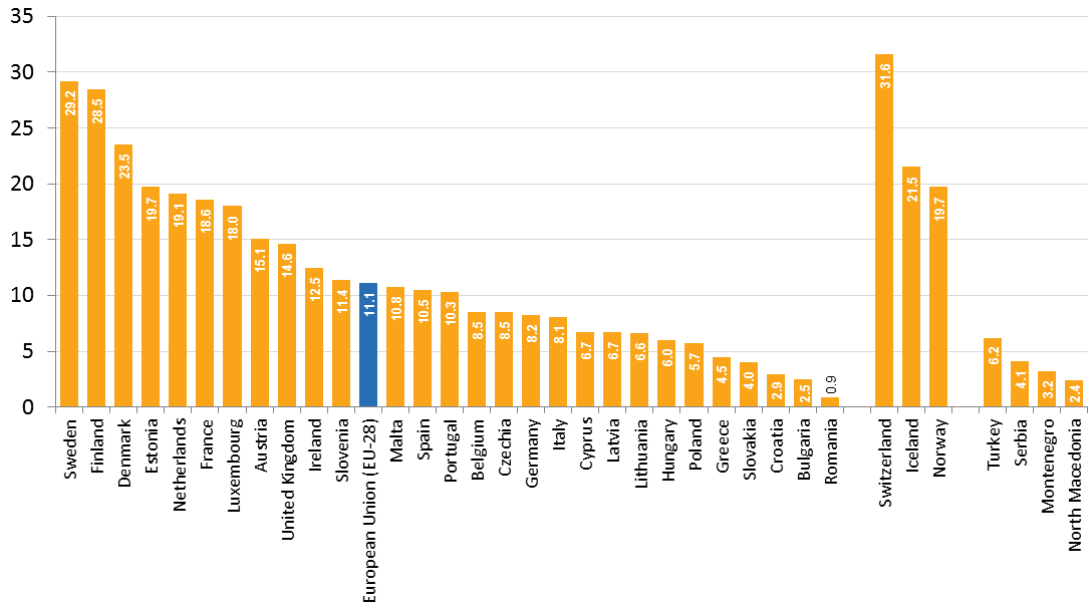
The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

Ένας από τους στόχους του στρατηγικού πλαισίου για την ευρωπαϊκή συνεργασία και κατάρτιση (ΕΕ 2020) είναι ότι, σε ευρωπαϊκό επίπεδο, κατά μέσο όρο τουλάχιστον 15% των ενηλίκων θα πρέπει να συμμετάσχουν στη διά βίου μάθηση έως το 2020.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

Γράφημα 1. Συμμετοχή ενηλίκων στην εκπαίδευση 2018,% ενηλίκων ηλικίας 25-64 ετών (Πηγή: Eurostat)



Τα τελευταία στοιχεία της έρευνας δείχνουν ότι το 2018 το ποσοστό συμμετοχής στην ΕΕ ανήλθε στο 11,1%, 0,2 ποσοστιαίες μονάδες πάνω από το ποσοστό για το 2017. Παρόλο που το ποσοστό αυξήθηκε σταδιακά από το 2015 όταν ήταν 10,7%, η αύξηση είναι αρκετά μικρή και είναι απίθανο η ΕΕ να επιτύχει το στόχο της τάξης του 15% ως το τέλος του 2020.

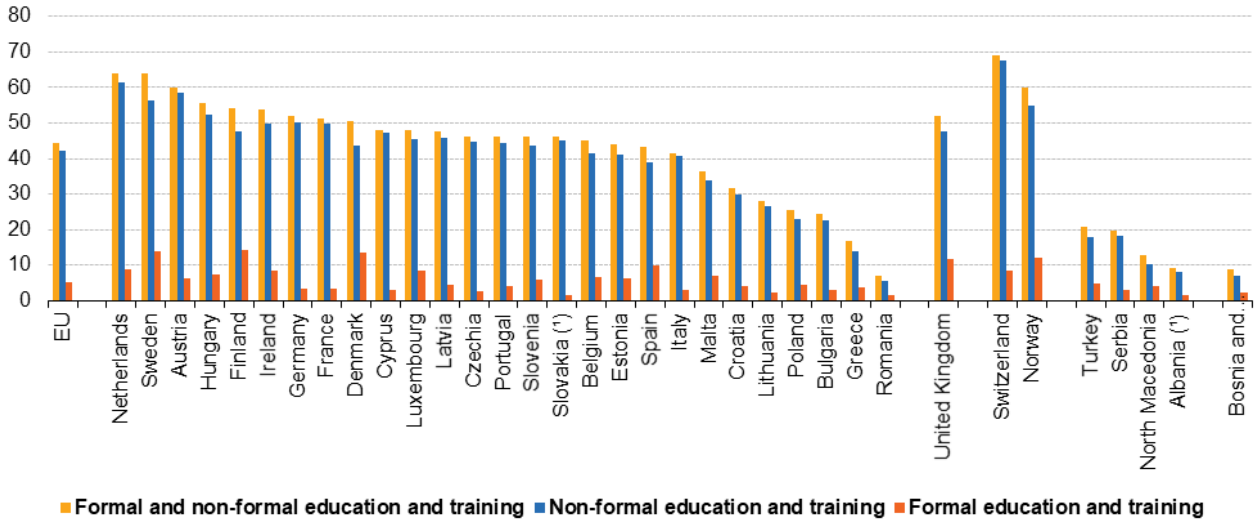
Στα κράτη μέλη της ΕΕ, τα υψηλότερα ποσοστά συμμετοχής ενηλίκων στην εκπαίδευση ήταν στη Σουηδία (29,2%), στη Φινλανδία (28,5%) και στη Δανία (23,5%). Αντίθετα, πέντε κράτη μέλη είχαν ποσοστά συμμετοχής κάτω του 5%: Ρουμανία (0,9%), Βουλγαρία (2,5%), Κροατία (2,9%), Σλοβακία (4,0%) και Ελλάδα (4,5%).
Οι 3 χώρες που εξετάζονται σε αυτό το έγγραφο, η Πορτογαλία, η Ελλάδα και η Κύπρος είναι όλες κάτω από το μέσο όρο της ΕΕ.

Το 44,4% σε ολόκληρη την ΕΕ συμμετείχε στην τυπική ή μη τυπική εκπαίδευση ή κατάρτιση το 2016, με αύξηση 3,5% συγκριτικά με την προηγούμενη έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2011. Μόνο το 4,3% σε ολόκληρη την ΕΕ συμμετείχε στην επίσημη εκπαίδευση και κατάρτιση. Όπως μπορούμε να διαπιστώσουμε από το γράφημα 2, η συμμετοχή των ενηλίκων στην επίσημη εκπαίδευση και κατάρτιση είναι χαμηλότερη από τη συμμετοχή σε μη τυπική εκπαίδευση και κατάρτιση σε όλες τις χώρες. Αυτό τονίζει τη σημασία της μη τυπικής εκπαίδευσης και κατάρτισης για τους εργαζόμενους ενήλικες στην Ευρώπη.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

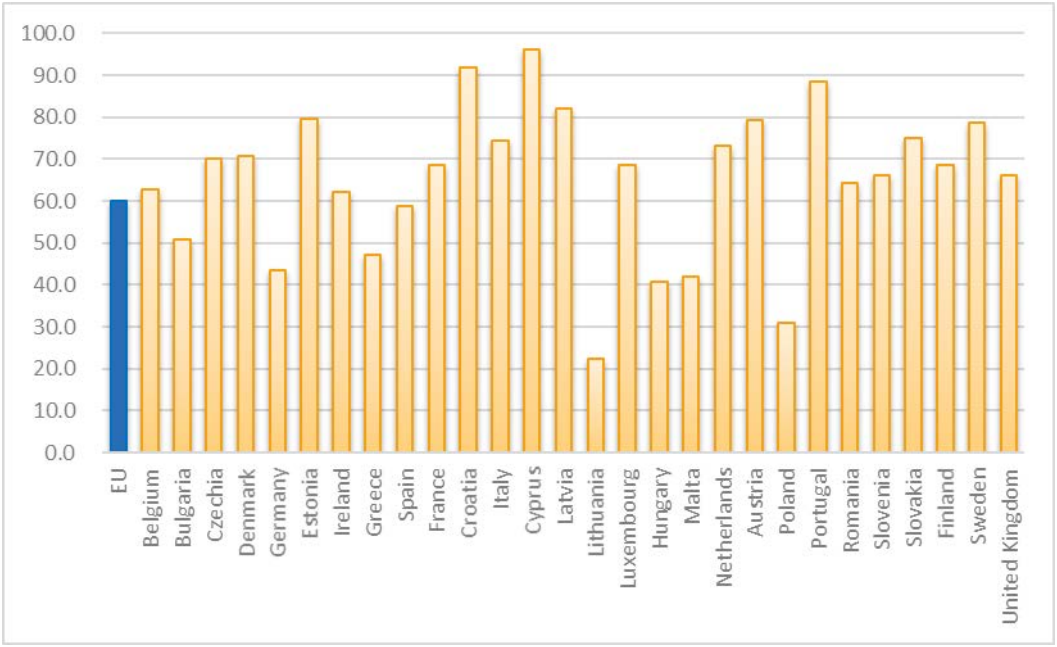
The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

Γράφημα 2. Ποσοστό συμμετοχής στην εκπαίδευση και την κατάρτιση ανά τύπο 2016, % ενηλίκων ηλικίας 25-66 ετών (Πηγή: Eurostat)



Σύμφωνα με την Eurostat, το 2016, η πλειοψηφία της μη τυπικής εκπαίδευσης και κατάρτισης που πραγματοποιήθηκε στην ΕΕ από άτομα ηλικίας 25–64 ετών αφορούσε την εργασία και όχι την προσωπική ολοκλήρωση, όπως μαθήματα κατάρτισης, σεμινάρια, συνέδρια και εκπαίδευση για καθοδήγηση στην εργασία κλπ.

Γράφημα 3. Ποσοστό συμμετοχής στην άτυπη μάθηση, % ενηλίκων ηλικίας 25-64 (βασίζεται σε δεδομένα της Eurostat)



Όσον αφορά τους ενήλικες που συμμετέχουν στην άτυπη μάθηση, το 2016, το 59,9% των ενηλίκων ηλικίας 25-64 ετών στην ΕΕ ανέφεραν συμμετοχή σε οποιαδήποτε άτυπη μάθηση τους 12 μήνες. Η υψηλότερη συμμετοχή ενηλίκων στην άτυπη μάθηση καταγράφηκε στην Κύπρο (96,1%), στην

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

Κροατία (91,9%) και στην Πορτογαλία (88,5%) ενώ η χαμηλότερη συμμετοχή ήταν στην Ουγγαρία (40,6%), στην Πολωνία (31%) και στη Λιθουανία (22,4%) .
Η άτυπη μάθηση χρησιμοποιώντας υπολογιστή (ή παρόμοιες συσκευές) αναφέρεται ως η πιο συχνή μορφή άτυπης μάθησης στις περισσότερες χώρες.

1.2. Κατάρτιση ενηλίκων στην ΕΕ

Σήμερα περισσότερο από ποτέ, οι δεξιότητες, τα κίνητρα και η ενεργοποίηση των εργαζομένων, συμπεριλαμβανομένων των διευθυντών, είναι κρίσιμες απαιτήσεις για τη βιωσιμότητα, την παραγωγικότητα και την καινοτομία των επιχειρήσεων.

Από τη μία πλευρά, η συνεχής εκπαίδευση και η διά βίου μάθηση θεωρούνται κρίσιμα στοιχεία της ανταγωνιστικότητας στα πλαίσια της παγκοσμιοποίησης. Από την άλλη πλευρά, ωστόσο, τα στατιστικά στοιχεία δείχνουν ότι η συνεχής εκπαίδευση και τα προσόντα είναι λιγότερο πιθανό να είναι διαθέσιμα στους υπαλλήλους που εργάζονται σε ΜΜΕς σε σχέση με όσους απασχολούνται σε μεγάλες εταιρείες[12].

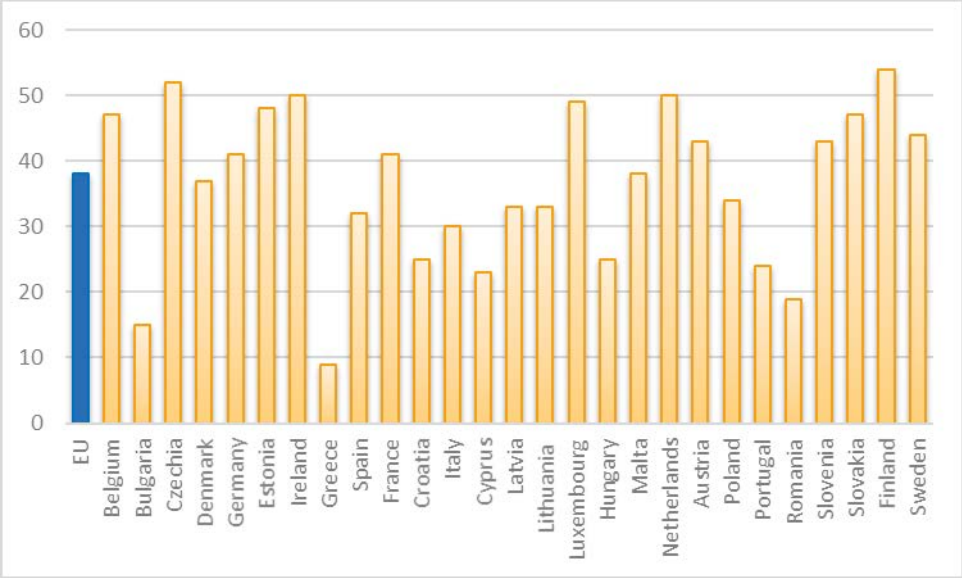
Η Ευρωπαϊκή Έρευνα για τις Συνθήκες Εργασίας (EWCS) του **Eurofound** παρουσιάζει μια ευρεία εικόνα της Ευρώπης στην εργασία αναφορικά με χώρες, επαγγέλματα, τομείς και ηλικιακές ομάδες. Το 2015, το **Eurofound** πραγματοποίησε την έκτη σε σειρά έρευνα (σε λειτουργία από το 1991). Αυτή η έκτη έρευνα έλαβε χώρα με περίπου 44.000 εργαζόμενους σε 35 χώρες[13].

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, το κόστος της κατάρτισης καλύπτεται από τον εργοδότη σε κάποιο βαθμό σε όλες τις χώρες της ΕΕ. Το υψηλότερο ποσοστό των εξόδων κατάρτισης που καλύπτονται από εργοδότες καταγράφηκε στη Φινλανδία (54%) και στην Τσεχική Δημοκρατία (52%), ενώ το χαμηλότερο ποσοστό ήταν στην Ελλάδα (9%). Το μέσο ποσοστό στην Ευρωπαϊκή Ένωση ήταν 38%.

[12] ΓΔ Απασχόλησης, Κοινωνικών Υποθέσεων και Ίσων Ευκαιριών: Οδηγός κατάρτισης για τις ΜΜΕς, 2008
[13] **Eurofound** «Έκτη ευρωπαϊκή έρευνα για τις συνθήκες εργασίας: 2015». Διατίθεται διαδικτυακά εδώ.

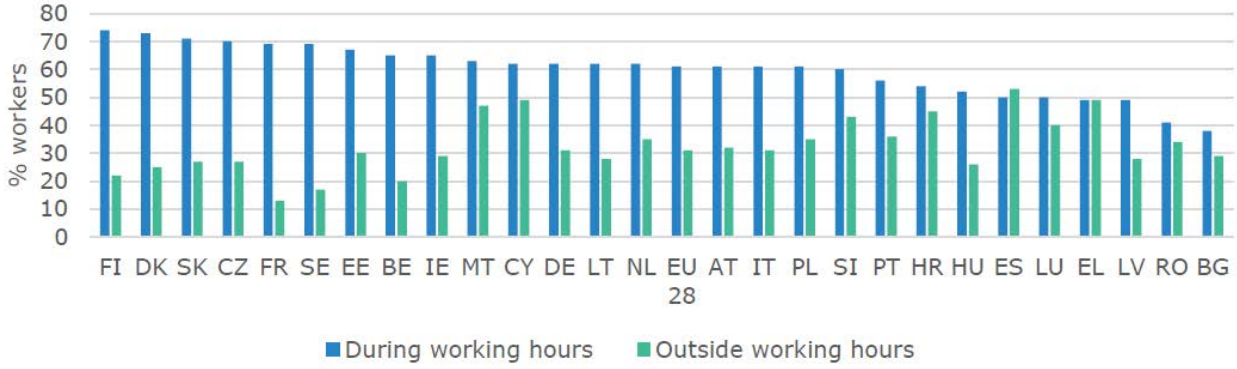
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union
The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

Γράφημα 4. Ποσοστό εργαζομένων που έλαβαν χρηματοδοτούμενη κατάρτιση από τον εργοδότη τους (τελευταίους 12 μήνες)



Με βάση μια έρευνα που διενήργησε το **Cedefop**[14], το υψηλότερο ποσοστό εργαζομένων λαμβάνουν κατάρτιση κατά τις ώρες εργασίας παρά μετά τη δουλειά / στον ελεύθερο χρόνο τους. Το ποσοστό των εργαζομένων που εκπαιδεύονται κατά τις ώρες εργασίας είναι ιδιαίτερα υψηλό στις χώρες της Βόρειας και Δυτικής Ευρώπης, όπως η Φινλανδία, η Δανία, η Σουηδία και η Γαλλία και τείνει να είναι χαμηλότερο στις χώρες της Νότιας και Ανατολικής Ευρώπης όπως η Ισπανία, η Ελλάδα, η Ρουμανία και η Βουλγαρία[15].

Γράφημα 5. Ποσοστό εργαζομένων που καταρτίζονται κατά τη διάρκεια και εκτός των ωρών εργασίας,%



Όσον αφορά τους παρόχους μη τυπικής εκπαίδευσης και κατάρτισης, διαφέρουν πολύ. Με βάση τα στοιχεία της **Eurostat** 2016, οι εργοδότες εξακολουθούν να είναι οι πιο συνηθισμένοι πάροχοι κατάρτισης (μέσος όρος ΕΕ 33,8%) ακολουθούμενοι από ιδρύματα μη τυπικής εκπαίδευσης και

[14] CEDEFOP «Ευρωπαϊκή έρευνα δεξιοτήτων και θέσεων εργασίας (ESJS)», 2014. Διατίθεται διαδικτυακά εδώ.
[15] Κέντρο Μελετών Ευρωπαϊκής Πολιτικής «Μελέτη για την καταγραφή ευκαιριών και προκλήσεων για πολύ μικρές και μικρές επιχειρήσεις σχετικά με τη διάθεση ευκαιριών αναβάθμισης ή επαναπροσδιορισμού στους υπαλλήλους τους», Μάιος 2020. Διαθέσιμο διαδικτυακά εδώ.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

κατάρτισης (19,3%) και εμπορικά ιδρύματα όπου η εκπαίδευση και η κατάρτιση δεν αποτελούν κύρια δραστηριότητα (9,6 %)[16].

Ορισμένοι παράγοντες μπορεί να συμβάλουν στις εθνικές / τοπικές διαφορές της συμμετοχής ενηλίκων στη διά βίου μάθηση, όπως οι διαφορετικές οικονομικές δομές και τομείς, οι πολιτικές εκμάθησης για την εκπαίδευση ενηλίκων, τα διαφορετικά χαρακτηριστικά των εργαζομένων (επίπεδο εκπαίδευσης και δεξιοτήτων), δημογραφικές εξελίξεις κ.λπ.

Σε γενικές γραμμές, η ΕΕ πρέπει να επικεντρωθεί στο να διασφαλίσει ότι το εργατικό δυναμικό της μπορεί να ανταποκριθεί στις ταχέως μεταβαλλόμενες ανάγκες της οικονομίας και την αβεβαιότητα σχετικά με το ποιες δεξιότητες και θέσεις εργασίας θα έχουν μεγαλύτερη ζήτηση στο μέλλον. Αυτό μπορεί να γίνει δημιουργώντας και εφαρμόζοντας στρατηγικές που θα επιτρέψουν και θα ενθαρρύνουν τους ανθρώπους να αναπτύσσουν τις δεξιότητές τους καθ' όλη τη διάρκεια της ζωής και της σταδιοδρομίας τους.

2. Προώθηση της εκπαίδευσης ενηλίκων στο χώρο εργασίας

2.1. Στρατηγικές

Λαμβάνοντας υπόψη ότι οι οικονομικά ενεργοί ενήλικες περνούν μεγάλο μέρος του χρόνου τους στο χώρο εργασίας, είναι ένα σημαντικό μαθησιακό περιβάλλον που πρέπει να αξιοποιηθεί, για την προώθηση της δια βίου μάθησης των ενηλίκων. Η εκπαίδευση ενηλίκων στο χώρο εργασίας δεν είναι μόνο εύκολα προσβάσιμη και ένας ελκυστικός τρόπος για τους ενήλικες να διατηρούν και να αναπτύσσουν γνώσεις και δεξιότητες, αλλά και ένας αποδοτικός και αποτελεσματικός τρόπος για τους εργοδότες να διατηρούν ενημερωμένες τις δεξιότητες των υπαλλήλων τους, να παρακινούν το εργατικό δυναμικό τους, να βελτιώνουν τη διατήρηση του προσωπικού και την παραγωγικότητα. Λαμβάνοντας υπόψη μια ευρύτερη εικόνα, είναι επίσης ένας τρόπος για την προώθηση της κοινωνικής και οικονομικής ολοκλήρωσης, της ένταξης και της ισότητας.

[16] Λάβετε υπόψη ότι η πλειονότητα των στατιστικών που παρέχονται παραπάνω περιλαμβάνει επίσης το Ηνωμένο Βασίλειο. Το Ηνωμένο Βασίλειο αποχώρησε από την Ευρωπαϊκή Ένωση στις 31 Ιανουαρίου 2020.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

[17]

Ωστόσο, δεν υπάρχει μόνο μια φόρμα στρατηγικής που να ταιριάζει εξίσου σε όλους για την προώθηση της εκπαίδευσης ενηλίκων στο χώρο εργασίας. Κάθε κατάσταση είναι διαφορετική και εξαρτάται από πολλές μεταβλητές όπως το εθνικό πλαίσιο (νόμοι, στρατηγικές, πολιτικές κ.λπ.), τον τομέα στον οποίο δραστηριοποιείται η εταιρεία, το δημογραφικό και εκπαιδευτικό επίπεδο των υπαλλήλων της, το επίπεδο συνεργασίας μεταξύ των εργοδοτών και άλλων βασικών ενδιαφερομένων (συνδικαλιστικές οργανώσεις, πάροχοι εκπαίδευσης και κατάρτισης κ.λπ.) που παρέχουν και χρηματοδοτούν την εκπαίδευση ενηλίκων στο χώρο εργασίας κλπ.

Λαμβάνοντας υπόψη αυτές τις μεταβλητές, υπάρχουν διαφορετικοί τρόποι για την προώθηση της εκπαίδευσης ενηλίκων στο χώρο εργασίας. Οι τρόποι αυτοί μπορεί να περάσουν μέσω των εργοδοτών, μέσω παρόχων κατάρτισης ή των υπαλλήλων (εκπαιδευόμενοι) άμεσα ή μέσω έμμεσων σημείων πρόσβασης (π.χ. κοινωνικές υπηρεσίες, υπηρεσίες καθοδήγησης κ.λπ.). Κάθε τρόπος απαιτεί ένα μοναδικό συνδυασμό οργάνων και εργαλείων.

2.2. «Δομικά στοιχεία» της ομάδας εργασίας του ET 2020

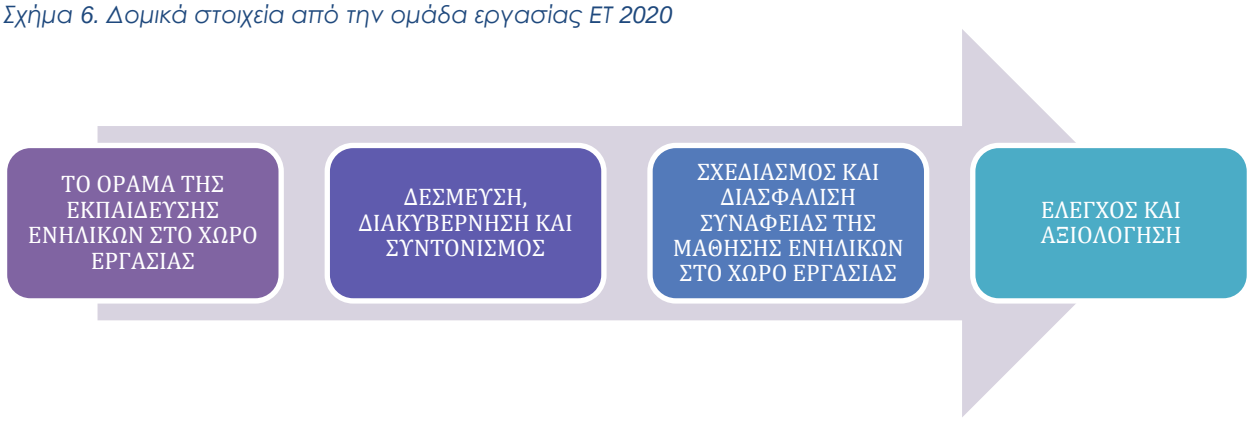
Με βάση τον κατάλογο των πολιτικών, τα διδάγματα που αντλήθηκαν από την ομότιμη μάθηση και τα πρόσθετα στοιχεία από μελέτες και εκθέσεις, η ομάδα εργασίας ET 2020 για την εκπαίδευση ενηλίκων, εντόπισε «δομικά στοιχεία» που μπορούν να συνδυαστούν για τη σύσταση αποτελεσματικής εκπαίδευσης ενηλίκων στην εργασία για διαφορετικά πλαίσια. Τα «δομικά στοιχεία» απαιτούν κοινές προσπάθειες και δέσμευση από τα βασικά ενδιαφερόμενα μέρη. Τα δομικά στοιχεία (ΒΒ) αποτελούνται από 4 κύριες κατηγορίες και περιλαμβάνουν:

[17] Η εικόνα προέρχεται από τη δημοσίευση της Ομάδας Εργασίας ET 2020 2016 - 2018 για την εκπαίδευση ενηλίκων «Προώθηση της εκπαίδευσης ενηλίκων στο χώρο εργασίας 2018» της Γενικής Διεύθυνσης Απασχόλησης, Κοινωνικών Υποθέσεων και Ένταξης (ΓΔ EMPL) της Επιτροπής. Διατίθεται διαδικτυακά εδώ.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

Σχήμα 6. Δομικά στοιχεία από την ομάδα εργασίας ET 2020



Παρακάτω παρουσιάζονται εν συντομία τα δομικά στοιχεία όπως ορίζονται στην τελική έκθεση του ET 2020 το 2018[18].

Σχήμα 7. Σύντομη περιγραφή των δομικών στοιχείων για την προώθηση της εκπαίδευσης ενηλίκων στο χώρο εργασίας, όπως ορίζεται στην τελική έκθεση του ET 2020 το 2018

Το όραμα της εκπαίδευσης ενηλίκων στο χώρο εργασίας

- ***BB1****: Ενθαρρύνετε τους εργοδότες να υιοθετήσουν μια μαθησιακή κουλτούρα που υποστηρίζει την εκπαίδευση σε όλη τη διάρκεια της σταδιοδρομίας. Οργάνωση της εργασίας με τέτοιο τρόπο ώστε η εκπαίδευση στο χώρο εργασίας να είναι εύκολη, πρέπει να προσφέρονται κίνητρα για μάθηση.*
- **BB2:** *Βεβαιωθείτε ότι η εκπαίδευση ενηλίκων στο χώρο εργασίας θέτει τους μαθητές σε ένα μονοπάτι διά βίου μάθησης (και υποστηρίζεται από συστήματα καθοδήγησης και επικύρωση της προηγούμενης μάθησης). Η εκπαίδευση ενηλίκων δεν πρέπει να είναι μια μοναδική εκδήλωση. Για να επιτευχθούν διαρκή αποτελέσματα και αλλαγή στις συμπεριφορές, η μάθηση πρέπει φυσικά να οδηγεί σε περαιτέρω συμμετοχή στην εκπαίδευση, συμβάλοντας στη συνεχή ανάπτυξη δεξιοτήτων. Για να μπορέσουμε να υποστηρίξουμε τη διά βίου μάθηση, είναι σημαντικό να έχουμε πληροφορίες σχετικά με τις προβλέψεις για τις ανάγκες της αγοράς εργασίας, τις διαθέσιμες ευκαιρίες μάθησης κλπ. Επιπλέον, θα πρέπει να υπάρχουν και αποτελεσματικά συστήματα επικύρωσης.*

Δέσμευση, διακυβέρνηση και συντονισμός

- ***BB3:*** *Εξασφαλίστε τη μακροπρόθεσμη δέσμευση όλων των ενδιαφερομένων. Για την παροχή ευκαιριών εκπαίδευσης σε ενήλικες με διαφορετικές δεξιότητες, είναι αναγκαίο να υπάρχει σταθερή νομική βάση ή στενή σύνδεση με εθνικές στρατηγικές για τη διά βίου μάθηση και την ανάπτυξη δεξιοτήτων, τη σύνδεση διαφορετικών τομέων πολιτικής και την υποστήριξη όλων των ενδιαφερομένων.*
- **BB4:** *Διασφάλιση αποτελεσματικού συντονισμού μεταξύ όλων των ενδιαφερομένων και συμφωνία σχετικά με τους ρόλους και τις ευθύνες. Η εκπαίδευση ενηλίκων στο χώρο εργασίας θα πρέπει να περιλαμβάνει πολλούς διαφορετικούς ενδιαφερόμενους που μπορούν να υποστηρίξουν την περαιτέρω ανάπτυξη και εφαρμογή της πολιτικής και ασχολούνται με το σχεδιασμό, την ανάπτυξη και την εφαρμογή της.*
- **BB5:** *Επικοινωνήστε σχετικά με την εκπαίδευση ενηλίκων στο χώρο εργασίας χρησιμοποιώντας τη γλώσσα εκείνων που πρέπει να ενθαρρυνθούν. Ένα βασικό στοιχείο για την εξασφάλιση της συμμετοχής των ενδιαφερομένων είναι η επικοινωνία.*
- **BB6:** *Εξασφαλίστε βιώσιμα συστήματα συγχρηματοδότησης στα οποία όλοι διακρίνουν το όφελος επένδυσης στην εκπαίδευση ενηλίκων στο χώρο εργασίας. Υπάρχει ανάγκη για ένα χρηματοοικονομικό σύστημα και συνοδευτικά μέτρα που στηρίζουν και ενθαρρύνουν τη μάθηση (π.χ. κόστος κατάρτισης και ανάπτυξης) που θα στοχεύει στους υπεύθυνους ενδιαφερόμενους (εταιρείες, εκπαιδευόμενους, τοπικούς φορείς κλπ.)*

Σχεδιασμός και διασφάλιση συνάφειας της εκπαίδευσης ενηλίκων στο χώρο εργασίας

- ***BB7****: Βεβαιωθείτε ότι η εκπαίδευση στο χώρο εργασίας είναι προσαρμοσμένη στις ανάγκες των ενήλικων μαθητών. Ο πάροχος εκπαίδευσης πρέπει να λαμβάνει υπόψη τα χαρακτηριστικά των μαθητών, την προηγούμενη εμπειρία τους και συγκεκριμένες ανάγκες. Οι εκπαιδευτικές δραστηριότητες πρέπει να είναι ενέλικτες και εύκολα προσβάσιμες στους μαθητές.*
- ***BB8****: Βεβαιωθείτε ότι η εκπαίδευση ενηλίκων στο χώρο εργασίας ανταποκρίνεται στις ανάγκες των εργοδοτών. Η εκπαίδευση ενηλίκων στο χώρο εργασίας πρέπει να λαμβάνει υπόψη τις ανάγκες του οργανισμού / του εργοδότη.*
- ***BB9****: Εξασφαλίστε την ποιότητα της εκπαίδευσης ενηλίκων στο χώρο εργασίας. Οι διαδικασίες διασφάλισης ποιότητας πρέπει να ευθυγραμμιστούν με τη μέθοδο και το στόχο της εκπαίδευσης.*

Έλεγχος και αξιολόγηση

- **BB10:** *Δημιουργήστε αποτελεσματικά συστήματα παρακολούθησης και αξιολόγησης για να διασφαλίσετε ότι η εκπαίδευση των ενηλίκων στο χώρο εργασίας παραμένει σχετική και αποτελεσματική. Για να διατηρηθεί η συνάφεια και η αποτελεσματικότητα των πολιτικών για την εκπαίδευση των ενηλίκων στο χώρο εργασίας, πρέπει να δημιουργηθεί ένα αποτελεσματικό σύστημα παρακολούθησης και αξιολόγησης.*

[18] Idem.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

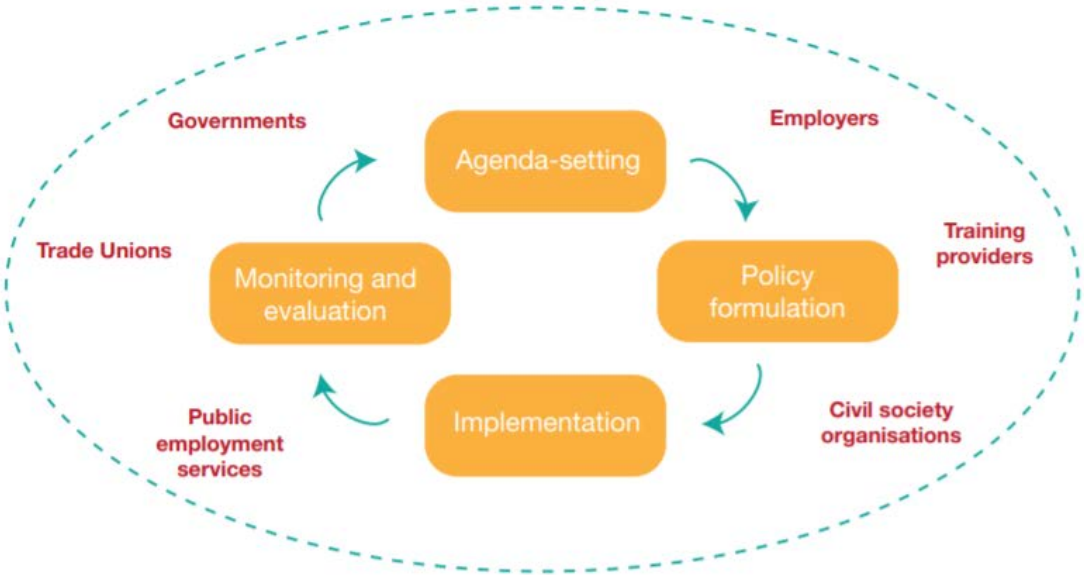
2.3. *Ο κύκλος πολιτικής εκπαίδευσης ενηλίκων από τον ΟΟΣΑ*

Λαμβάνοντας υπόψη τα Δομικά Στοιχεία, ο κύκλος πολιτικής εκπαίδευσης ενηλίκων που εκπονήθηκε από τον ΟΟΣΑ δίνει ιδιαίτερη έμφαση στις κοινές προσπάθειες και τη μακροπρόθεσμη δέσμευση που απαιτείται από τα βασικά ενδιαφερόμενα μέρη σε όλα τα στάδια του κύκλου πολιτικής και σε πολλαπλά επίπεδα (εθνικό, περιφερειακό και εταιρικό επίπεδο).

Ο κύκλος πολιτικής βασίζεται στους κοινωνικούς εταίρους (εργοδότες, πάροχοι κατάρτισης, δημόσιες υπηρεσίες απασχόλησης, οργανώσεις της κοινωνίας των πολιτών κ.λπ.) για τον εντοπισμό προβλημάτων που απαιτούν προσοχή («Ατζέντα-καθορισμός») και την ανάπτυξη πολιτικών για την αντιμετώπισή τους («Διατύπωση Πολιτικής»). Περιλαμβάνει περαιτέρω την εφαρμογή πολιτικών, π.χ. μέσω της εκτέλεσης προγραμμάτων κατάρτισης («Εφαρμογή»), και τέλος την εμπλοκή στη διασφάλιση ποιότητας της εκπαίδευσης ενηλίκων («Έλεγχος και Αξιολόγηση»)[19].

Η δημοσίευση του ΟΟΣΑ αναφέρει ότι μια ισχυρή εργασιακή σχέση μεταξύ των εργοδοτικών οργανώσεων και των συνδικαλιστικών οργανώσεων σε θέματα πολιτικής εκπαίδευσης ενηλίκων είναι απαραίτητη, επειδή και οι δύο διαθέτουν πληροφορίες ζωτικής σημασίας για συγκεκριμένες ανάγκες κατάρτισης, καθώς και ποιες προτεραιότητες πρέπει να καθοριστούν και πώς είναι καλύτερο να παρασχεθεί η σχετική εκπαίδευση.

Σχήμα 8. Ο κύκλος πολιτικής εκπαίδευσης ενηλίκων (Πηγή: ΟΟΣΑ)



[19] ΟΟΣΑ «Λήψη δεξιοτήτων: Κάνοντας την εκπαίδευση ενηλίκων να λειτουργεί με κοινωνική συνεργασία", 2019. Διαθέσιμο εδώ.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

Ο ΟΟΣΑ πρότεινε επτά σημεία δράσης σχετικά με τον τρόπο συμμετοχής των κοινωνικών εταίρων ώστε η εκπαίδευση ενηλίκων να λειτουργήσει για το μέλλον:

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

Σχήμα 9. Σύντομη περιγραφή των επτά σημείων δράσης για την εκπαίδευση ενηλίκων στο χώρο εργασίας όπως ορίζεται από τον ΟΟΣΑ

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

Δράση1: Προβλέψτε μαζί τις ανάγκες κατάρτισης	Ο προσδιορισμός των ειδικών αναγκών των εργαζομένων για εκπαίδευση και ανάπτυξη μπορεί να αποτελέσει πρόκληση. Με τις ταχέως μεταβαλλόμενες ανάγκες της οικονομίας, είναι δύσκολο να προβλέψουμε ποιες δεξιότητες και θέσεις εργασίας θα είναι πιο περιζήτητες στο μέλλον. Είναι επίσης δύσκολο να προσδιοριστεί ποιες από αυτές τις δεξιότητες διαθέτουν ήδη τα άτομα. Οι κοινωνικοί εταίροι έχουν βασικές γνώσεις πάνω σε αυτά τα θέματα - οι εργοδότες γνωρίζουν ποιες δεξιότητες χρειάζονται για να αναπτύξουν την επιχείρησή τους και το εργατικό / συνδικαλιστικό σώμα γνωρίζει ποιες δεξιότητες διαθέτουν οι εργαζόμενοι και ποιες είναι οι ανάγκες κατάρτισης τους. Οι κυβερνητικοί φορείς (π.χ. συμβούλιο δεξιοτήτων) μπορούν να ενώσουν αυτούς τους κοινωνικούς εταίρους για να συζητήσουν τις μεταβαλλόμενες ανάγκες δεξιοτήτων και να προετοιμάσουν ένα σχέδιο για το πώς η εκπαίδευση ενηλίκων μπορεί να καλύψει αυτές τις ανάγκες.
Δράση 2: *Καθορίστε κοινές προτεραιότητες στις στρατηγικές εκπαίδευσης ενηλίκων*	Πολλοί φορείς που εμπλέκονται στην εκπαίδευση ενηλίκων δεν θεωρούν τον εαυτό τους μέρος του συνεκτικού «συστήματος εκπαίδευσης ενηλίκων». Για να εξασφαλιστεί το καλύτερο αποτέλεσμα, οι στρατηγικές για την εκπαίδευση ενηλίκων πρέπει να αναπτυχθούν από κοινού με όλους τους φορείς. Οι κοινές προτεραιότητες για την εκπαίδευση ενηλίκων μπορούν επίσης να καθοριστούν σε οργανωτικό επίπεδο, π.χ. συμμετοχή των εκπροσώπων των εργαζομένων ώστε να συνεργαστούν για τον καθορισμό των στόχων της κατάρτισης.
Δράση 3: *Διαπραγματευτείτε συλλογικές συμβάσεις για την εκπαίδευση ενηλίκων*	Οι συλλογικές συμβάσεις στην εκπαίδευση ενηλίκων μπορούν να είναι ένας καλός τρόπος για τη ρύθμιση συγκεκριμένων πτυχών της εκπαίδευσης και της κατάρτισης ενηλίκων και για την αύξηση της δέσμευσης κάθε εταίρου στην παροχή ευκαιριών εκπαίδευσης ενηλίκων.
Δράση4. *Προωθήστε μια θετική μαθησιακή κουλτούρα*	Ο κοινωνικός εταίρος πρέπει να στοχεύει στην προώθηση μιας μαθησιακής κουλτούρας που ενθαρρύνει τους εργαζόμενους να το βλέπουν ως μια συνεχή και δια βίου διαδικασία ανάπτυξης.
Δράση 5: *Εξετάστε τις εργοδοτικές εισφορές για τη χρηματοδότηση της εκπαίδευσης ενηλίκων*	Το εκπαιδευμένο εργατικό δυναμικό ωφελεί τους εργοδότες αυξάνοντας την παραγωγικότητα, τη διατήρηση των εργαζομένων κλπ. Παρόλα αυτά, ορισμένοι εργοδότες δεν είναι πρόθυμοι να επενδύσουν στην παροχή κατάρτισης για διάφορους λόγους, όπως έλλειψη ενημέρωσης, δυνατοτήτων, πόρων κα. Για την παροχή κινήτρων για επενδύσεις κατάρτισης, πολλές χώρες χρησιμοποιούν εισφορές κατάρτισης. Για παράδειγμα, ανάλογα με τον τύπο της εισφοράς, οι οργανισμοί μπορούν να χρησιμοποιήσουν ποσοστό των εσόδων από δραστηριότητες κατάρτισης μειώνοντας τους φόρους τους. Ωστόσο, είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι για την προώθηση της εκπαίδευσης ενηλίκων στις ΜΜΕς, η εισφορά πρέπει να εξαρτάται από το μέγεθος της εταιρείας. Εισφορά κατάρτισης - ένας φόρος που πρέπει να καταβάλουν οι εταιρείες για τη χρηματοδότηση των προγραμμάτων κατάρτισης της κυβέρνησης.
Δράση 6: *Αξιοποιήστε την ικανότητα όλων των συνεργατών να παρέχουν εκπαίδευση*	Οι εργοδότες και / ή οι συνδικαλιστικές οργανώσεις θα πρέπει να συνεργάζονται, για να μειώσουν το οικονομικό και διοικητικό φόρτο και, συνεπώς, να αυξήσουν την ικανότητα παροχής κατάρτισης.
Δράση 7: *Κάντε τη διασφάλιση ποιότητας κοινή ευθύνη*	Οι κοινωνικοί εταίροι πρέπει να συμμετέχουν στη διασφάλιση ποιότητας, για παράδειγμα, να συμμετέχουν σε τοπικούς φορείς διασφάλισης ποιότητας ή σε εθνικούς οργανισμούς που είναι υπεύθυνοι για τη διασφάλιση ποιότητας κλπ.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

Συνολικά, συγκρίνοντας αυτές τις 2 προτάσεις (δομικά στοιχεία και κύκλος πολιτικής εκπαίδευσης ενηλίκων) μπορούμε να εντοπίσουμε πολλές ομοιότητες. Για να διασφαλιστεί η συνεκτική εκπαίδευση ενηλίκων στο χώρο εργασίας, πρέπει να ληφθούν υπόψη πολλοί βασικοί παράγοντες, όπως:

Σχήμα 10. Βασικοί παράγοντες που πρέπει να ληφθούν υπόψη για να εξασφαλιστεί μια συνεκτική εκπαίδευση ενηλίκων στο χώρο εργασίας.

2.4. Βασικά βήματα για τις ΜΜΕς

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή - Γενική Διεύθυνση Απασχόλησης, Κοινωνικών Υποθέσεων και Ένταξης, σε συνεργασία με το CEPS (Κέντρο Ευρωπαϊκών Μελετών Πολιτικής), πραγματοποίησε μελέτη και εκπόνησε τα «Βασικά βήματα για την προώθηση της αναβάθμισης και της επανειδίκευσης"[20]. Αυτά είναι τα εξής:

[20] Ευρωπαϊκή Επιτροπή - Γενική Διεύθυνση Απασχόλησης, Κοινωνικών Υποθέσεων και Ένταξης «Αναβάθμιση και ανανέωση δεξιοτήτων σε πολύ μικρές και μικρές εταιρείες», 2020. Διατίθεται διαδικτυακά εδώ.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

Σχήμα 11. Προσδιορισμός των βημάτων για την προώθηση της αναβάθμισης και της επανειδίκευσης σύμφωνα με τη μελέτη της ΕΚ.

ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΩΝ ΑΝΑΓΚΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ ΚΑΙ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΩΝ ΤΟΥ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

- Ο οργανισμός πρέπει να εκτιμήσει και να προσδιορίσει τις ανάγκες των υπαλλήλων του. Αυτό μπορεί να γίνει με την έρευνα υπαλλήλων, μιλώντας με προμηθευτές και πελάτες. Εκτός από αυτό, είναι επίσης σημαντικό να εκτιμηθούν οι ανάγκες της ίδιας της εταιρείας για να διασφαλιστεί ότι η επένδυση της εταιρείας σε αναπτυξιακές δραστηριότητες θα αποδώσει.

ΜΕΓΙΣΤΗ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ ΜΕΣΑ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΕΙΑ

- Για τη διάδοση των γνώσεων και την ανάπτυξη δεξιοτήτων εντός της εταιρείας, θα πρέπει να ενθαρρυνθεί η συνεργασία μέσω ομαδικής εργασίας μεταξύ εποπτών και συνεργατών, καθώς και μέσω εσωτερικής εκπαίδευσης και ψηφιακών πόρων.

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ ΜΕ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ ΤΗ ΜΑΘΗΣΗ

- Εάν δεν υπάρχει εσωτερική γνώση και ικανότητα για να προχωρήσετε, το να απευθυνθείτε σε προμηθευτές, πελάτες και άλλους επιχειρηματικούς εταίρους από τους οποίους θα μπορούσαν να μάθουν οι εργαζόμενοι μπορεί να είναι μια επιλογή (π.χ. επιτόπιες επισκέψεις σε επιχειρηματικούς εταίρους).

ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΜΕΓΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΑΝΕΙΔΙΚΕΥΣΗΣ ΣΤΙΣ ΗΜΕΡΗΣΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ

- Για να ταυτιστεί η επιχειρηματική στρατηγική με τις φιλοδοξίες σταδιοδρομίας των εργαζομένων, ο εργοδότης μπορεί να αναθέσει συγκεκριμένες εργασίες στους υπαλλήλους, να συνδέσει τα επιχειρηματικά έργα για να αναπτύξει συγκεκριμένες ανάγκες κλπ.

ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΤΑΙΡΕΙΑ

- Είναι σημαντικό να δημιουργηθεί ένα θετικό μαθησιακό περιβάλλον που θα ενθαρρύνει τους εργαζομένους να συνεχίσουν την ανάπτυξη δεξιοτήτων τους. Υπάρχουν πολλοί τρόποι για να επιτευχθεί αυτό, ένας από αυτούς είναι η καθιέρωση της διαδικασίας που κάνει την πρόοδο στην απόκτηση δεξιοτήτων ορατή και ανταμείβει τους υπαλλήλους για τα καλά αποτελέσματα.

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥΣ ΚΑΙ ΣΥΝΔΕΣΗ ΥΠΑΡΧΟΝΤΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ

- Οι εταιρείες, ειδικά οι ΜΜΕς, δεν διαθέτουν πολλούς πόρους για να οργανώσουν την ανάπτυξη δεξιοτήτων των υπαλλήλων τους μόνες τους. Ευτυχώς, υπάρχουν οργανισμοί όπως κοινωνικοί εταίροι, δημόσιοι φορείς, πάροχοι εκπαίδευσης και κατάρτισης κλπ, που μπορούν να τις υποστηρίξουν.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

3. Μέθοδοι για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας και των εγκάρσιων δεξιοτήτων των εργαζομένων στην εργασία

Όπως με τις στρατηγικές, καμία μέθοδος δεν ταιριάζει σε όλες τις επιχειρήσεις αποφέροντας τα επιθυμητά αποτελέσματα. Για να επιτύχουν τους στόχους, οι εταιρείες χρησιμοποιούν συνήθως συνδυασμό πολλών διαφορετικών μεθόδων με βάση τις ικανότητές τους για επενδύσεις, τα οικονομικά τους και το χρόνο.

Οι εργαζόμενοι και οι εργοδότες έχουν να επιλέξουν ανάμεσα σε διάφορες μεθόδους ώστε να εφαρμόσουν την ανάπτυξη δεξιοτήτων των εργαζομένων. Κάθε μέθοδος έχει τις προκλήσεις της στην εφαρμογή, τις οποίες οι εταιρείες θα πρέπει να λάβουν υπόψη, ώστε να ταιριάζουν με τις δυνατότητες τους για αναβάθμιση και επανειδίκευση.

Ο απώτερος στόχος είναι να ενισχυθεί το ευρύ φάσμα δεξιοτήτων των υπαλλήλων και μερικές από τις πιο κοινές μεθόδους περιλαμβάνουν:

Σχήμα12. Μέθοδοι για την ενίσχυση των δεξιοτήτων των εργαζομένων που αναγνωρισμένα δημιουργούν ένα ευρύτερο επίπεδο αντίκτυπου

Κάθε μία από αυτές τις μεθόδους περιγράφεται λεπτομερέστερα στους πίνακες που παρουσιάζονται παρακάτω.

Σχήμα 13. Σύντομη περιγραφή των μεθόδων που προσδιορίζονται ως οι πιο κοινές για την ενίσχυση των δεξιοτήτων των εργαζομένων.

1. *Περιοδικές συναντήσεις & σχέδια ανάπτυξης των εργαζομένων*
Οι περιοδικές συναντήσεις μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να συζητηθούν τα κενά δεξιοτήτων, να αναδείξουν τις προτεραιότητες του εργοδότη και των εργαζομένων για την ανάπτυξη δεξιοτήτων, καθώς και

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

τους απαραίτητους πόρους, μεταξύ άλλων θεμάτων. Για να καταστούν αυτές οι συναντήσεις πιο δομημένες και παραγωγικές, τα σχέδια ανάπτυξης των εργαζομένων θα πρέπει να καταρτιστούν ως αποτέλεσμα αυτών. Το σχέδιο ανάπτυξης του εργαζομένου είναι ουσιαστικά ένα έγγραφο που έχει σαφείς στόχους και ένα σχέδιο δράσης για την ανάπτυξη δεξιοτήτων του υπαλλήλου. Χρησιμοποιούνται τόσο από τον εργοδότη όσο και από τον εργαζόμενο και διασφαλίζουν ότι ο εργαζόμενος αναπτύσσεται προσωπικά και επαγγελματικά για να ενισχύσει την ικανότητά του να επιτυγχάνει καλύτερα αποτελέσματα στο χώρο εργασίας και να επιτυγχάνει τους στόχους του οργανισμού. Η κατάρτιση σχεδίων ανάπτυξης εργαζομένων βοηθά έναν οργανισμό να αντιμετωπίσει το μελλοντικό σχεδιασμό και την ανάπτυξη επιχειρηματικής στρατηγικής. Αυτό μπορεί επίσης να αυξήσει τη διατήρηση των εργαζομένων.

2. *Εναλλαγές καθηκόντων/ θέσεων εργασίας*

Αυτό συνεπάγεται εναλλαγή υπαλλήλων σε διαφορετικές εργασίες και ομάδες. Οι εργαζόμενοι αναλαμβάνουν νέες εργασίες σε διαφορετικό πόστο ή ομάδα για λίγο πριν γυρίσουν πίσω στην αρχική τους θέση. Αυτό επιτρέπει στους υπαλλήλους να συνεχίσουν να βελτιώνουν τις υπάρχουσες και να αναπτύσσουν νέες δεξιότητες μέσω συνεργασίας με συναδέλφους. Η εναλλαγή μπορεί να συμβεί μεταξύ ενός κατώτερου και ενός ανώτερου υπαλλήλου ή μεταξύ δύο υπαλλήλων που διαθέτουν διαφορετικό σύνολο δεξιοτήτων. Οι εναλλαγές εργασιών / θέσεων εργασίας προορίζονται να προωθήσουν την ευελιξία, τα κίνητρα και τη δέσμευση των εργαζομένων καθώς και τη διατήρηση του προσωπικού. Αυτή η μέθοδος δεν απαιτεί σημαντικούς πόρους (χρόνος, χρήμα), αλλά, όπως και σε άλλες μεθόδους, η εναλλαγή καθηκόντων / θέσεων εργασίας πρέπει να σχεδιαστεί προσεκτικά λαμβάνοντας υπόψη τις θέσεις εργασίας που είναι κατάλληλες για μια τέτοια εναλλαγή καθώς και τις ανάγκες των εργαζομένων όσον αφορά την ανάπτυξη δεξιοτήτων.

3. *Ανατροφοδότηση 360 μοιρών*

Αυτή η μέθοδος περιλαμβάνει τη λήψη ανατροφοδότησης σχετικά με έναν υπάλληλο, από μια διατομή υπαρχόντων υπαλλήλων, συναδέλφων, εποπτών έως και πελατών και προμηθευτών και άλλων ενδιαφερομένων. Στοχεύει στον εντοπισμό ευκαιριών ανάπτυξης δεξιοτήτων / κενών δεξιοτήτων, βάσει αυτών των στοιχείων. Η παροχή σχολίων πρέπει να έχει σχεδιαστεί με τέτοιο τρόπο ώστε να είναι εμπιστευτική και ανώνυμη, για παράδειγμα, σε μια ηλεκτρονική φόρμα. Τα σχόλια 360 μοιρών επικεντρώνονται στις μαλακές δεξιότητες των εργαζομένων παρά στις βασικές τεχνικές ή ειδικές για την εργασία δεξιότητες. Όταν εφαρμοστεί σωστά, η μέθοδος μπορεί να βοηθήσει στην προσαρμογή των μαλακών δεξιοτήτων και συμπεριφορών και να επιτρέψει στους υπαλλήλους να δώσουν ανατροφοδότηση που σε άλλη περίπτωση μπορεί να αισθάνονταν άβολα να δώσουν.

4. *Εσωτερική μάθηση*

Η εσωτερική μάθηση αποτελείται από μαθήματα που οργανώνονται εντός της επιχείρησης όταν ορισμένοι υπάλληλοι μοιράζονται την εμπειρία και τις δεξιότητές τους με τους συναδέλφους τους. Χρησιμοποιείται επίσης για υπαλλήλους που συμμετείχαν σε εξωτερική εκπαίδευση ώστε να μεταφέρουν τις γνώσεις που αποκτήθηκαν στους συναδέλφους τους. Η διάρκεια τέτοιων μαθημάτων ποικίλλει συνήθως από μερικές ώρες έως μια εβδομάδα, ανάλογα με τις διαθέσιμες ανάγκες και πόρους (π.χ. Χρόνος). Το υπεύθυνο άτομο (τμήμα Ανθρώπινου Δυναμικού, διευθυντής κ.λπ.) θα πρέπει να είναι υπεύθυνο για τον προσδιορισμό των

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

δεξιοτήτων και των ατόμων που θα μπορούσαν να προσφέρουν τέτοια εκπαίδευση, καθώς και των υπαλλήλων που πρέπει να παρακολουθήσουν αυτήν την εκπαίδευση. Ωστόσο, ενώ οι μεγάλες εταιρείες επωφελούνται από ένα ευρύ φάσμα δεξιοτήτων, αυτό δεν θα μπορούσε να συμβεί στις μικρές εταιρείες.
Τα πλεονεκτήματα της εσωτερικής μάθησης περιλαμβάνουν εξοικονόμηση εξόδων κατάρτισης και ταξιδιού, πιο εστιασμένη εκπαίδευση, ευκαιρίες σύστασης ομάδας κλπ. Τα μειονεκτήματα της εσωτερικής μάθησης περιλαμβάνουν περισσότερη διοικητική εργασία, αφοσίωση, έλλειψη καινοτομίας και ευκαιριών δικτύωσης κλπ.

5. *Κατάρτιση*

Η κατάρτιση είναι μια ιδανική μέθοδος για την ανάπτυξη τόσο των σκληρών (τεχνικών) όσο και των μαλακών δεξιοτήτων. Η μέθοδος είναι τόσο τυπική όσο και μη τυπική, καθώς συνήθως περιλαμβάνει την ανάπτυξη δεξιοτήτων των υπαλλήλων μέσω ενός συνδυασμού διαλέξεων, πρακτικών ασκήσεων, βίντεο, ατομικών ή / και ομαδικών εργασιών κλπ.
Παρόλο που είναι συχνά διαθέσιμα δημόσια και ιδιωτικά προγράμματα, δεν στοχεύουν απαραίτητα στις δεξιότητες που χρειάζεται η εκάστοτε εταιρεία να αναπτύξει. Συγκεκριμένες δεξιότητες και ανάγκες συχνά απαιτούν εξατομικευμένη κατάρτιση που απαιτεί περισσότερους οικονομικούς και χρονικούς πόρους.

6. *Διαδικτυακή εκπαίδευση*

Η διαδικτυακή εκπαίδευση μπορεί να υλοποιηθεί με ποικίλα μέσα - τυπικά και μη τυπικά διαδικτυακά μαθήματα, διαδικτυακά σεμινάρια, ιστολόγια, podcast, eBooks, τεστ, κουίζ κλπ. Προσφέρει ευελιξία όσον αφορά χρονικούς, οικονομικούς και γεωγραφικούς περιορισμούς και δίνει πρόσβαση σε μια ποικιλία ευκαιριών ανάπτυξης δεξιοτήτων. Με βάση τη φύση της διαδικτυακής εκπαίδευσης, ειδικά όταν σχετίζεται με δραστηριότητες ή κάποιο έργο της εταιρείας, οι εργοδότες μπορεί επίσης να επιτρέπουν τη χρήση ψηφιακών πόρων κατά τις ώρες εργασίας.

7. *Αυτο-μελέτη*

Αυτή η μέθοδος μπορεί να επιτευχθεί μέσω διαφορετικών εργαλείων: ανάγνωση και έρευνα, παρακολούθηση μαθημάτων, μεταξύ άλλων, εκτός των ωρών εργασίας. Αντίθετα με άλλες μεθόδους, το αντικείμενο της αυτο-μελέτης δεν χρειάζεται πάντα να σχετίζεται με τις ανάγκες του οργανισμού παρά με τις νέες δεξιότητες που οι εργαζόμενοι πιστεύουν ότι θα βελτιώσουν την παραγωγικότητα και την απόδοση τους στην εργασία. Παρόλο που ο περισσότερος χρόνος της αυτο-μελέτης συμβαίνει μετά την εργασία και ο χρόνος που αφιερώνεται συνήθως δεν αντισταθμίζεται, για την ενασχόληση των υπαλλήλων ο εργοδότης μπορεί, για παράδειγμα, να εξασφαλίσει πρόσβαση σε διαδικτυακά μαθήματα ή συγκεκριμένα προγράμματα για τους υπαλλήλους του καθώς και να προετοιμάσει και μία φυσική ή διαδικτυακή βιβλιοθήκη με διαθέσιμους πόρους εκμάθησης για τους υπαλλήλους. Οι εργαζόμενοι θα πρέπει επίσης να ενθαρρύνονται να ενημερώνουν τη βιβλιοθήκη με τους πόρους που βρίσκουν ενδιαφέροντες και σχετικούς.

8. *Καθοδήγηση*

Ο κύριος σκοπός της καθοδήγησης στο χώρο εργασίας είναι να βελτιώσει την απόδοση ενός υπαλλήλου στην εργασία βελτιώνοντας τις τρέχουσες δεξιότητες του ή αποκτώντας νέες. Αυτή η μέθοδος ανάπτυξης δεξιοτήτων περιλαμβάνει συνήθως ανώτερους υπαλλήλους που εργάζονται με λιγότερο έμπειρα άτομα. Αυτό μπορεί να βελτιώσει την αντίληψη των υπαλλήλων για μια ποικιλία θεμάτων, αλλά είναι σημαντικό να

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

θυμάστε ότι μπορεί να είναι και χρονοβόρο (απασχόληση στοιχείων του πολύτιμου προσωπικού) αλλά και να οδηγήσει σε γνώση του θέματος σαν κλώνος - σε αντίθεση με έναν υπάλληλο που μαθαίνει το θέμα με το δικό του τρόπο[21].

9. Συμβουλευτική

Αυτή η μέθοδος περιλαμβάνει ανώτερους ηγέτες / διευθυντές που «βάζουν κάτω από τις φτερούγες τους» υπαλλήλους χαμηλότερου επιπέδου για να τους βοηθήσουν να αναπτύξουν σημαντικές δεξιότητες. Τα προγράμματα συμβουλευτικής, ωστόσο, δεν περιορίζονται μόνο σε ανώτερα στελέχη / ηγετικούς ρόλους, αλλά μπορούν επίσης να εφαρμοστούν και στη γενική διεύθυνση. Αυτό παρέχει στους υπαλλήλους μια πλατφόρμα για να εκφράσουν και να συζητήσουν τις φιλοδοξίες τους και τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν καθώς και να απεικονίσουν την εξέλιξη της σταδιοδρομίας τους. Τα προγράμματα συμβουλευτικής μπορούν να βοηθήσουν στο να παρακινήσουν τους υπαλλήλους, να αυξήσουν την αφοσίωση των εργαζομένων, να αυξήσουν τη παραμονή τους και να ενθαρρύνουν το προσωπικό να είναι δια βίου μαθητευόμενοι καθώς και να βελτιώσουν τη διατήρηση των εργαζομένων. Επιπλέον, η ευκαιρία που δίνεται στο συνάδελφο να μοιραστεί τις γνώσεις του, μπορεί να αναζωογονήσει τον ενθουσιασμό του μέντορα για μάθηση. Εντούτοις, όπως και με την καθοδήγηση, αυτό απαιτεί πολλούς πόρους χρόνου, επομένως τα προγράμματα συμβουλευτικής πρέπει να προγραμματιστούν.

Εκτός από αυτές τις πιο κοινές μεθόδους, η πρόσφατη μελέτη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής - Γενική Διεύθυνση Απασχόλησης, Κοινωνικών Υποθέσεων και Ενσωμάτωσης, σε συνεργασία με το CEPS (Κέντρο Μελετών Ευρωπαϊκής Πολιτικής) εντόπισε πολλές άλλες καλές πρακτικές που ενθαρρύνουν την ανάπτυξη δεξιοτήτων και τη διά βίου μάθηση σε εταιρείες και αξίζει να αναφερθούν [22].

10. Επιτόπιες επισκέψεις

Αυτή η μέθοδος περιλαμβάνει επισκέψεις στους χώρους των προμηθευτών ή τις εγκαταστάσεις των παραγωγών της εταιρείας για την τόνωση της κατάρτισης και της εκμάθησης, ειδικά σε υπαλλήλους με χαμηλά προσόντα. Μια τέτοια εμπειρία επιτρέπει στους υπαλλήλους να αισθάνονται καλύτεροι γνώστες και να έχουν αυτοπεποίθηση στην εργασία τους, καθώς και να αυξάνουν την ικανότητά τους να μάθουν. Επιτρέπει επίσης στις εταιρείες να αναπτύξουν στενότερη σχέση με τους προμηθευτές και τους παραγωγούς τους που μπορεί να οδηγήσει σε διάφορες άλλες ευκαιρίες μάθησης στο μέλλον. Όπως οι περισσότερες από τις μεθόδους, και αυτή η μέθοδος απαιτεί σχεδιασμό και πόρους (κυρίως χρόνο).

11. Επισκέψεις ανταλλαγής εργασίας

Αυτή η μέθοδος απαιτεί συνεργασία μεταξύ τουλάχιστον 2 εταιρειών που δεν είναι άμεσοι ανταγωνιστές. 2 εταιρείες μπορούν να συμφωνήσουν να ανταλλάξουν υπαλλήλους τους για ένα καθορισμένο χρονικό διάστημα, κατά προτίμηση εργαζόμενους με παρόμοια καθήκοντα ή ρόλο εργασίας. Οι εργαζόμενοι που τοποθετούνται σε άλλη εταιρεία μπορούν να επωφεληθούν από το νέο χώρο εργασίας και τους συναδέλφους τους, ενώ η εταιρεία δε χάνει έναν εργαζόμενο.

12. Σύνδεση της κατάρτισης με εταιρικό έργο

Η σύνδεση της κατάρτισης με ένα εταιρικό έργο είναι ένας πολύ καλός τρόπος για την επέκταση ή την ενίσχυση της επιχειρηματικής απόδοσης. Για παράδειγμα, έστω ότι η εταιρεία πρέπει να αναπτύξει

[21] Valamis «11 Μέθοδοι Ανάπτυξης Υπαλλήλων», 2020. Διαθέσιμο διαδικτυακά εδώ.
22 Ευρωπαϊκή Επιτροπή - Γενική Διεύθυνση Απασχόλησης, Κοινωνικών Υποθέσεων και Ενσωμάτωσης «Αναβάθμιση και επαναπροσδιορισμός σε πολύ μικρές και μικρές επιχειρήσεις. Καλές πρακτικές», 2020. Διαθέσιμο διαδικτυακά εδώ.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

διαδικτυακές πωλήσεις και στρατηγικές κοινωνικών μέσων. Η εταιρεία μπορεί να προσλάβει έναν εξωτερικό σύμβουλο / εκπαιδευτή που θα μπορούσε να βοηθήσει την εταιρεία να θέσει τα θεμέλια. Όταν η κατάρτιση εφαρμόζεται παράλληλα με την πραγματική εφαρμογή νέων δεξιοτήτων και εργαλείων που αποκτήθηκαν κατά τη διάρκεια της εκπαίδευσης, οι εργαζόμενοι χρειάζονται νέες δεξιότητες από τον εκπαιδευτή και μπορούν να τις εφαρμόσουν αμέσως. Αυτή η μέθοδος εξοικονομεί χρόνο και πόρους καθώς οι εκπαιδευμένοι εργαζόμενοι συνεχίζουν να εργάζονται στο έργο και θα έχουν δεξιότητες για την υλοποίηση παρόμοιων έργων στο μέλλον.

13. Αξιοποίηση της υποχρεωτικής εκπαίδευσης

Οι εταιρείες επωφελούνται στο μέγιστο από την υποχρεωτική εκπαίδευση (π.χ. πρώτες βοήθειες, υγεία και ασφάλεια κ.λπ.) συνδέοντάς τις με άλλες οριζόντιες/ ψηφιακές / κλπ. δεξιότητες. Οι εργαζόμενοι βρίσκονται ήδη στην εκπαίδευση, προσθέτοντας μερικές επιπλέον ώρες πριν ή μετά την υποχρεωτική εκπαίδευση για να μάθουν νέες δεξιότητες, διατηρώντας την υποχρεωτική εκπαίδευση πιο ενδιαφέρουσα και ελκυστική για τους εργαζόμενους. Οι εταιρείες μπορούν να ζητήσουν από εξωτερικούς παρόχους να σχεδιάσουν ειδικά προσαρμοσμένη κατάρτιση για αυτούς που, για παράδειγμα, μπορούν να βελτιώσουν τις ψηφιακές δεξιότητες των συμμετεχόντων ενώ αντιμετωπίζουν το θέμα της υποχρεωτικής εκπαίδευσης.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

Έρευνες για ΜΜΕς και παρόχους Υπηρεσιών

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Growing

1. Μεθοδολογία συλλογής δεδομένων

1.1. Έρευνες

Στο πλαίσιο της εργασίας, οι εταίροι του GrowINg προετοίμασαν και ξεκίνησαν μία έρευνα, απευθυνόμενη σε εκπροσώπους ΜΜΕ και των παρόχων εκπαίδευσης ΚΕΚ/ Ενηλίκων από την Πορτογαλία, την Ελλάδα και την Κύπρο. Με βάση την έρευνα τεκμηρίωσης, προετοιμάστηκαν 2 υποδείγματα ερευνών – ένα για τις ΜΜΕς και ένα για τους παρόχους εκπαίδευσης ΚΕΚ/ Ενηλίκων. Οι έρευνες έχουν μεταφορτωθεί διαδικτυακά στα αγγλικά, πορτογαλικά και ελληνικά. Προσδιορίστηκε ένα σύνολο οργανισμών και επαγγελματιών που εκπροσωπούν τις ΜΜΕς και τους παρόχους εκπαίδευσης ΚΕΚ/ Ενηλίκων σε περιφερειακό, εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο, στους οποίους οι εταίροι διέδωσαν τις έρευνες με σκοπό την ανατροφοδότηση από:

- Εργαζόμενους ή εκπροσώπους τους, συμπεριλαμβανομένων των διευθυντικών στελεχών, των διευθυντών, των τμημάτων Ανθρωπίνου Δυναμικού, μεταξύ άλλων
- Εκπροσώπους παρόχων εκπαίδευσης ΚΕΚ/ Ενηλίκων καθώς και εκπαιδευτικούς/ εκπαιδευτές και άλλους επαγγελματίες που παρέχουν υπηρεσίες σε ΜΜΕς

Οι έρευνες ξεκίνησαν τον Απρίλιο/ 2020 και γνωρίζοντας τη δυσκολία ορισμένων ΜΜΕ και παρόχων εκπαίδευσης ΚΕΚ/ Ενηλίκων που προκλήθηκαν από τον COVID-19 (καραντίνα και τοπική απαγόρευση κυκλοφορίας), η έρευνα ήταν διαθέσιμη για 2 μήνες, από τον Απρίλιο/ 2020 έως τον Ιούνιο/ 2020.

Οι έρευνες περιλάμβαναν γενικές ερωτήσεις σχετικά με τον οργανισμό του ερωτώμενου, τους κύριους παράγοντες και τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις κατά την εφαρμογή προσωπικών και επαγγελματικών στρατηγικών ανάπτυξης καθώς και μελλοντικές προοπτικές για το θέμα.

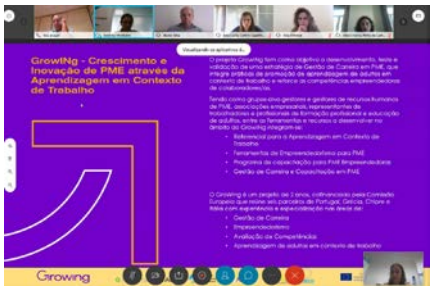
1.2. Ομάδες εστίασης και/ή συνεντεύξεις

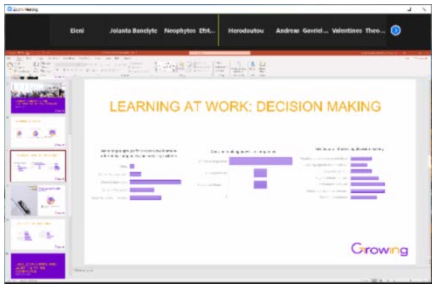
Μετά τη συλλογή των αποτελεσμάτων της έρευνας, οι εταίροι του έργου εφάρμοσαν εθνικές ομάδες εστίασης ή/ και μεμονωμένες συνεντεύξεις, με τη συμμετοχή 30 εκπροσώπων από εταιρείες, επιχειρηματικούς συλλόγους και παρόχους εκπαίδευσης ΚΕΚ/ Ενηλίκων. Οι επαγγελματίες που απάντησαν στις έρευνες και εκδήλωσαν ενδιαφέρον για την συμμετοχή τους σε ομάδα εστίασης/ συνεντεύξεις ενημερώθηκαν, καθώς και άλλοι οργανισμοί και επαγγελματίες από το δίκτυο των συνεργατών.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

Σχήμα 14. Εικόνες από τις ομάδες εστίασης που οργανώθηκαν στην Πορτογαλία, την Ελλάδα και την Κύπρο, αντίστοιχα





Οι ομάδες εστίασης και/ ή οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν μεταξύ Ιουνίου και Ιουλίου 2020 εξ' αποστάσεως. Οι ομάδες εστίασης που πραγματοποιήθηκαν στην Πορτογαλία και την Κύπρο ήταν διαδικτυακά, ενώ στην Ελλάδα έγιναν δια ζώσης, διασφαλίζοντας όλες τις συνθήκες ασφάλειας και προστασίας για την αποτροπή του COVID-19. Οι συνεντεύξεις που πραγματοποιήθηκαν στην Ελλάδα έγιναν, κυρίως μέσω τηλεφώνου ή διαδικτύου, με βάση τις ερωτήσεις που είχαν προετοιμαστεί για την ομάδα εστίασης.

Αυτές οι ομάδες εστίασης και οι συνεντεύξεις επέτρεψαν στους εταίρους να ευαισθητοποιήσουν τους επαγγελματίες και τις εταιρείες σχετικά με τη σημασία του Επαγγελματικού Προσανατολισμού και της Εκπαίδευσης στο χώρο εργασίας, να αποκτήσουν σε βάθος γνώσεις και να συμπληρώσουν τα αποτελέσματα της έρευνας.

2. Αποτελέσματα και ανάλυση ερευνών

2.1. Συλλογή των αποτελεσμάτων

Τα αποτελέσματα των ερευνών και της ομάδας εστίασης / συνεντεύξεων μεταφέρθηκαν στον Εθνικό Πίνακα Ευρημάτων (δομημένα ανά χώρα - Πορτογαλία, Κύπρος και Ελλάδα). Σε αυτόν τον πίνακα, οι εταίροι συμπεριέλαβαν τα πιο σχετικά αποτελέσματα που συλλέχθηκαν, παρέχοντας πληροφορίες σχετικά με:

- το χαρακτηρισμό των ομάδων στόχων που συμμετέχουν στην έρευνα·
- την ανάλυση των αποτελεσμάτων των ερευνών, χρησιμοποιώντας γραφικά και κείμενο·
- κύρια συμπεράσματα και προτάσεις από τους συμμετέχοντες της ομάδας εστίασης·
- συμπεράσματα και συστάσεις για τη στήριξη των εταίρων στον καθορισμό και την ανάπτυξη των παραδοτέων.

Οι πίνακες παρείχαν μια επισκόπηση των πρακτικών και των αναγκών των ΜΜΕ, που σχετίζονται με την καθοδήγηση σταδιοδρομίας και την εκπαίδευση ενηλίκων στο χώρο εργασίας. Τα αποτελέσματα αυτών των πινάκων επέτρεψαν στους εταίρους να προχωρήσουν σε σύγκριση μεταξύ χωρών, εντοπίζοντας τα χάσματα και τις πιθανότητες να τα ξεπεράσουν.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

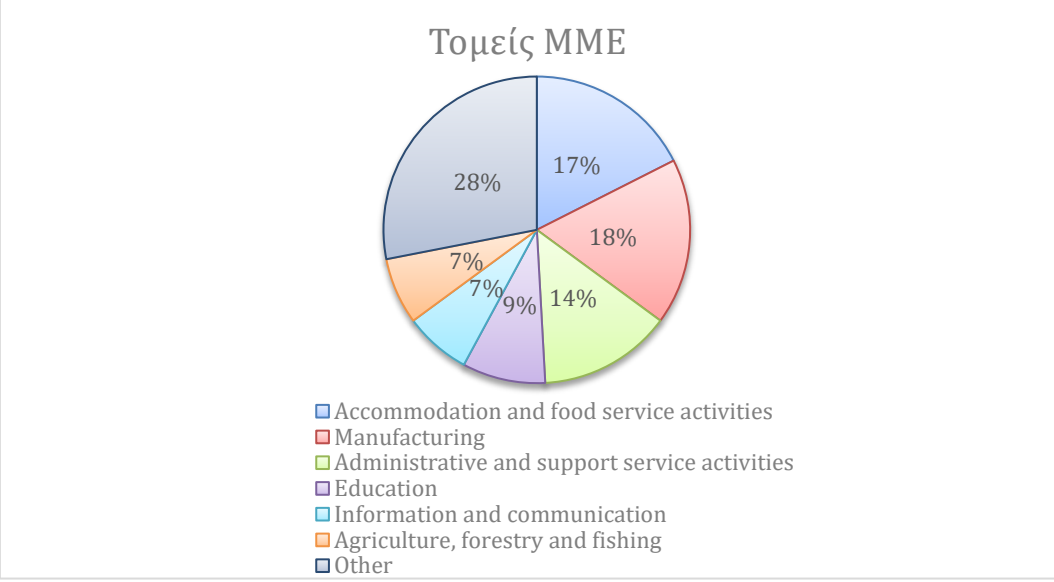
Συνολικά, οι εταίροι συγκέντρωσαν 101 απαντήσεις στις έρευνες, 43 από την Πορτογαλία, 31 από την Κύπρο και 27 από την Ελλάδα. Η πλειοψηφία των απαντήσεων (57) προέρχονταν από εκπροσώπους και επαγγελματίες σε ΜΜΕ και 44 από επαγγελματίες και εκπροσώπους από φορείς εκπαίδευσης ΚΕΚ/ Ενηλίκων, συμβούλων και εκπαιδευτών. Στην ομάδα εστίασης και τις συνεντεύξεις, οι εταίροι κινητοποίησαν 30 επαγγελματίες και εμπειρογνώμονες, εκπροσώπους ΜΜΕ, επιχειρηματικές ενώσεις, συμβούλους και φορείς εκπαίδευσης ΚΕΚ/ ενηλίκων στην ανάλυση, συζήτηση και επικύρωση των αποτελεσμάτων των ερευνών.

2.2. Επισκόπηση των ερωτηθέντων και των συμμετεχόντων

Η έρευνα συγκέντρωσε 101 απαντήσεις από την Πορτογαλία, την Ελλάδα και την Κύπρο - 57 από αυτές ήταν ΜΜΕς και 44 πάροχοι υπηρεσιών που παρείχαν υπηρεσίες σε ΜΜΕς (κέντρα ΚΕΚ / Εκπαίδευση Ενηλίκων, σύμβουλοι και εκπαιδευτές). Από 57 εκπροσώπους σε ΜΜΕς, 44 ήταν μικρές επιχειρήσεις και 13 ήταν μεσαίες επιχειρήσεις.

Ένα μεγάλο ποσοστό των επιχειρήσεων δραστηριοποιούνται στους τομείς: «Διαμονή και υπηρεσίες τροφίμων», «Βιομηχανία», «Υπηρεσίες Διαχείρισης και Υποστήριξης» και «Εκπαίδευση», όπως φαίνεται στο Σχήμα 14.

Γράφημα 14. Τομείς των ΜΜΕ που ερευνήθηκαν



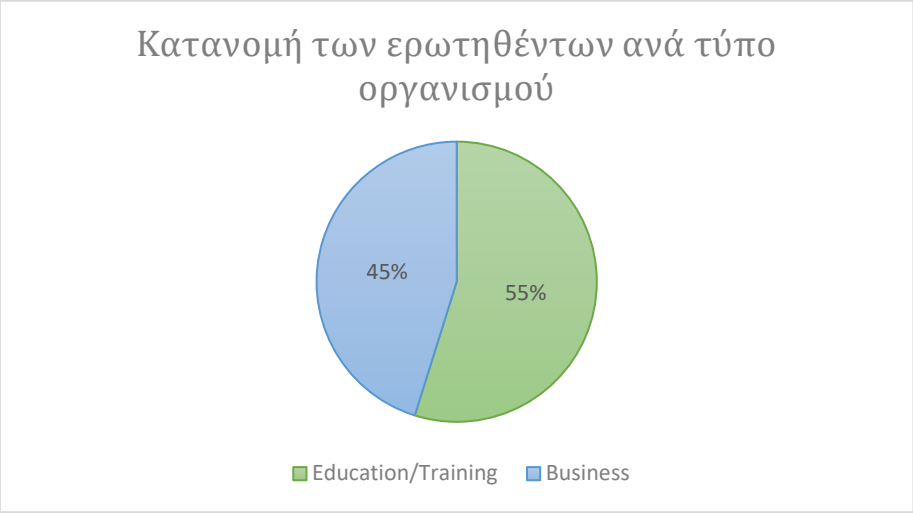
Οι εταίροι του Growing προώθησαν 3 ομάδες εστίασης στην Πορτογαλία, την Κύπρο και την Ελλάδα (2 διαδικτυακά και 1 διά ζώσης) και πραγματοποίησαν 7 ατομικές συνεντεύξεις, κινητοποιώντας 31 εκπροσώπους από ΜΜΕς, παρόχους εκπαίδευσης ΚΕΚ/ Ενηλίκων, συμβούλους, επαγγελματικούς συλλόγους και άλλους επαγγελματίες και ειδικούς σε αυτές τις

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

δραστηριότητες. Από αυτούς τους 31 συμμετέχοντες, το 55% ήταν από τον τομέα της εκπαίδευσης και το 45% από τον τομέα των επιχειρήσεων, όπως αποδεικνύεται στο Σχήμα 15.

Γράφημα 15. Κατανομή των συμμετεχόντων των ομάδων εστίασης/ συνεντεύξεων, ανάλογα με τον τύπο των οργανισμών τους



2.3. Τρέχουσα κατάσταση ευκαιριών εκπαίδευσης και κατάρτισης για τους εργαζομένους

Όπως φαίνεται στο Σχήμα 16, το 47% των ερωτηθέντων προσφέρει έναν «συνδυασμό όλων» των τύπων κατάρτισης, και ακολουθεί το 41% που προσφέρει «κατάρτιση στο χώρο εργασίας». Λαμβάνοντας υπόψη αυτό και αναλύοντας τα αποτελέσματα ανά τύπο οργανισμού, το 78,9% των ΜΜΕ προσφέρουν επί του παρόντος επαγγελματική ανάπτυξη και προσανατολισμό στους εργαζομένους τους. Οι περισσότερες από αυτές τις ΜΜΕς προτιμούν το «συνδυασμό όλων» και «κατάρτιση στο χώρο εργασίας» για τους υπαλλήλους τους, ενώ μόνο μερικές από αυτές προσφέρουν εκπαίδευση «διαδικτυακά» και «εκτός εργασίας». Όπως οι ΜΜΕς, η πλειονότητα των παρόχων υπηρεσιών προσφέρει ευκαιρίες «συνδυασμού όλων» (42%) και «κατάρτιση στο χώρο εργασίας» (40%), και μόνο μερικοί από αυτούς προσφέρουν ευκαιρίες για «διαδικτυακή» και «εκτός εργασίας» εκπαίδευση.

Γράφημα 16. Τυπολογίες ευκαιριών επαγγελματικής εξέλιξης που προσφέρονται από ΜΜΕ και παρόχους υπηρεσιών

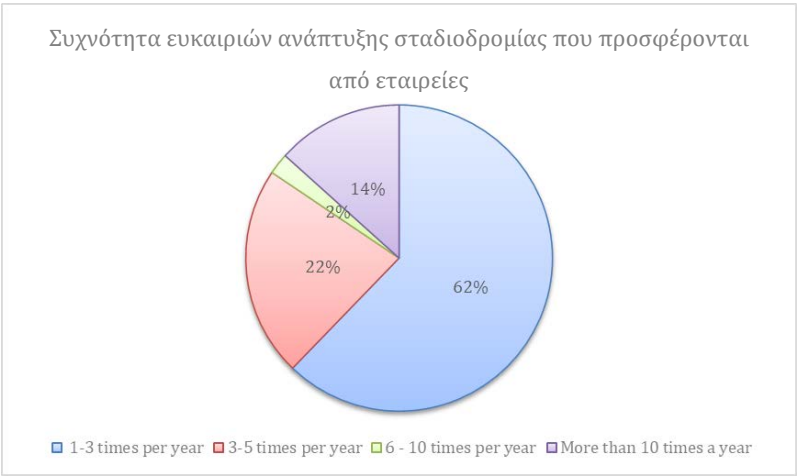
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

Οι συνεντεύξεις με τις ομάδες εστίασης έδειξαν ότι η «κατάρτιση στο χώρο εργασίας» είναι η πιο δημοφιλής στις ΜΜΕ. Τόσο οι Πορτογάλοι όσο και οι Κύπριοι ερωτηθέντες ανέφεραν ότι, λόγω της κατάστασης με τον COVID19, οι εταιρείες έχουν ήδη αρχίσει να ανακαλύπτουν τις ευκαιρίες που προσφέρονται στο διαδίκτυο και είναι πολύ πιθανό να συνεχίσουν με διαδικτυακή ή συνδυαστική εκπαίδευση στο μέλλον.

Η πλειονότητα των επιχειρήσεων (62%) προσφέρει ευκαιρίες επαγγελματικής εξέλιξης στους εργαζόμενους 1-3 φορές το χρόνο, ακολουθούμενη από τη συχνότητα 3-5 φορές το χρόνο (22%). Παραδόξως, το 14% των επιχειρήσεων που απάντησαν προσφέρουν τέτοιες ευκαιρίες περισσότερες από 10 φορές το χρόνο.

Γράφημα 17. Συχνότητα ευκαιριών ανάπτυξης σταδιοδρομίας που προσφέρονται από εταιρείες



Και οι δύο ομάδες ερωτηθέντων από την Ελλάδα και την Κύπρο προτιμούν τις δραστηριότητες ανάπτυξης σταδιοδρομίας μικρότερης διάρκειας, κατά προτίμηση 1-3 ή 4-7 ημέρες. Στην

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

Πορτογαλία, ενώ οι ΜΜΕς προτιμούν μικρότερες δραστηριότητες, οι πάροχοι υπηρεσιών προτιμούν δραστηριότητες που διαρκούν περισσότερο από ένα μήνα. Αυτή η διαφορά μπορεί να εξηγηθεί από το γεγονός ότι ένα σημαντικό μέρος της κατάρτισης πολύ μικρής διάρκειας που προωθείται σε ΜΜΕς, υλοποιείται από εσωτερικούς εργαζόμενους ενώ η προσφερόμενη κατάρτιση μεγαλύτερης διάρκειας προωθείται από εξωτερικούς παρόχους.

Γράφημα 18. Διάρκεια ευκαιριών ανάπτυξης σταδιοδρομίας που προσφέρονται από εταιρείες και παρόχους υπηρεσιών

Δεν υπάρχει κοινή άποψη μεταξύ των ομάδων και των χωρών σε ό, τι αφορά τις κύριες ομάδες-στόχους που τους προσφέρονται ευκαιρίες επαγγελματικής εξέλιξης και εκπαίδευσης στο χώρο εργασίας. Στην Πορτογαλία, η κύρια ομάδα-στόχος στις ΜΜΕς είναι τα ανώτερα στελέχη, ενώ για τους παρόχους υπηρεσιών η κύρια ομάδα-στόχος είναι οι γενικοί υπάλληλοι. Στην Ελλάδα, τα αποτελέσματα είναι μικτά: τόσο οι ΜΜΕς όσο και οι πάροχοι ΚΕΚ στοχεύουν σε τέτοιες ευκαιρίες για υπαλλήλους και γενικούς διευθυντές και επόπτες. Ωστόσο, πολλές ΜΜΕς στοχεύουν κυρίως σε ανώτερα στελέχη. Στην Κύπρο, οι κύριες ομάδες-στόχοι τόσο για τις ΜΜΕς όσο και για τους παρόχους υπηρεσιών είναι οι γενικοί υπάλληλοι, οι επικεφαλής/ ηγέτες των ομάδων τους και οι γενικοί διευθυντές. Υπάρχουν μόνο μερικές ΜΜΕς και πάροχοι υπηρεσιών που προσφέρουν τέτοιες ευκαιρίες στην ανώτερη διοίκηση.

Οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες των δύο ομάδων σε όλες τις χώρες απάντησαν ότι τα ανώτερα στελέχη είναι υπεύθυνα για τον καθορισμό της συχνότητας και των θεμάτων της επαγγελματικής εξέλιξης και της εκπαίδευσης στο χώρο εργασίας, και ακολουθεί το τμήμα Ανθρώπινου Δυναμικού. Μερικοί ερωτηθέντες ανέφεραν επίσης ότι οι εκπαιδευόμενοι είναι υπεύθυνοι για αυτό ή ο ιδιοκτήτης της εταιρείας.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

Γράφημα 19. Η δύναμη της λήψης αποφάσεων στις ΜΜΕς

Οι αποφάσεις σχετικά με τη συχνότητα και τα θέματα επαγγελματικής εξέλιξης και εκπαίδευσης στο χώρο εργασίας σε όλες τις χώρες που ερευνήθηκαν λαμβάνονται κυρίως εξετάζοντας: 1) την ανάλυση των αναγκών των εργαζομένων και 2) την οργανωτική ανάλυση. Οι ερωτηθέντες στην Ελλάδα και την Κύπρο δίνουν επίσης μεγάλη έμφαση στην κατάσταση της αγοράς και στις νέες διαθέσιμες τεχνολογίες, ενώ στην Πορτογαλία* αυτός ο παράγοντας δεν φαίνεται να επηρεάζει καθόλου τη λήψη αποφάσεων.

Σχήμα 20. Οι αποφάσεις βασικών παραγόντων σχετικά με τη συχνότητα και τα θέματα επαγγελματικής εξέλιξης και εκπαίδευσης στις ευκαιρίες εργασίας στις ΜΜΕς βασίζονται σε:

Οι κύριοι τομείς στους οποίους οι ΜΜΕς προσφέρουν συνήθως τέτοιες ευκαιρίες διαφέρουν μεταξύ των χωρών. Λαμβάνοντας υπόψη ότι η κύρια ομάδα-στόχος για ευκαιρίες επαγγελματικής εξέλιξης

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

και εκπαίδευσης στο χώρο εργασίας στις ΜΜΕς στην Πορτογαλία, είναι η ανώτερη διοίκηση, δεν αποτελεί έκπληξη το γεγονός ότι ο κύριος τομέας στον οποίο προσφέρονται τέτοιες ευκαιρίες είναι η «Ηγεσία και Διοίκηση», ακολουθούμενη από τη «Διαχείριση άγχους/ προσαρμογής/ ελαστικότητας». Στην Ελλάδα, οι κύριοι τομείς στους οποίους οι ΜΜΕς παρέχουν ευκαιρίες επαγγελματικής εξέλιξης και εκπαίδευσης στο χώρο εργασίας είναι η «Χρηματοοικονομική διαχείριση / Χρηματοοικονομικές γνώσεις», η «Επικοινωνία /Δημόσια ομιλία και παρουσιάσεις», η «Δημιουργικότητα και καινοτομία», η «Επίλυση προβλημάτων και λήψη αποφάσεων» . Στην Κύπρο, οι κύριοι τομείς στους οποίους οι ΜΜΕς προσφέρουν κατάρτιση είναι «Ομαδικότητα και συνεργασία», «Τεχνολογία και ψηφιακές δεξιότητες» και «Αυτοδιαχείριση και αυτο-αποτελεσματικότητα». Σε αντίθεση με την Ελλάδα και την Πορτογαλία, μόνο μερικές εταιρείες παρέχουν τέτοιες ευκαιρίες στους τομείς «Χρηματοοικονομική διαχείριση / Χρηματοοικονομικές γνώσεις», «Ηγεσία και Διοίκηση» και «Διαχείριση στρες / προσαρμογής /ελαστικότητας». Ο κοινός τομέας στις εταιρείες που παρέχουν αυτές τις ευκαιρίες σε όλες τις χώρες είναι η «Εξυπηρέτηση πελατών και πωλήσεις/ διαπραγματεύσεις».

Λαμβάνοντας υπόψη τους παρόχους εκπαίδευσης ΚΕΚ/ Ενηλίκων σε όλες τις χώρες, φαίνεται ότι οι τομείς στους οποίους αυτοί οι οργανισμοί παρέχουν κατάρτιση ευθυγραμμίζονται με τους τομείς που ορίζονται επίσης από τις ΜΜΕς.

Σύμφωνα με τους συμμετέχοντες στην ομάδα εστίασης που προωθήθηκε στην Πορτογαλία, αυτά τα αποτελέσματα αντικατοπτρίζουν, σε μεγαλύτερο βαθμό, την πραγματικότητα της χώρας. Οι ειδικοί και οι επαγγελματίες που συμμετείχαν στην ομάδα εστίασης ανέφεραν ότι η «Ηγεσία και η Διοίκηση» είναι μια «παραδοσιακή» επιλογή και μπορεί να προέρχεται από την ανάγκη ανάπτυξης των εταιρειών και των προκλήσεων των μεσαίων διευθυντικών στελεχών για τη διαχείριση του ανθρώπινου παράγοντα. Ωστόσο, για ορισμένους εμπειρογνώμονες η έλλειψη αναφοράς που σχετίζεται με τις «Τεχνολογίες Πληροφορίας, Επικοινωνίας και Ηλεκτρονικής» ως προνομιούχο τομέα εκπαίδευσης, αποτέλεσε επίσης έκπληξη, λαμβάνοντας υπόψη τον ψηφιακό μετασχηματισμό που συμβαίνει τα τελευταία χρόνια.

Στην Ελλάδα, οι ειδικοί από την ομάδα εστίασης, πιστεύουν ότι οι εταιρείες προσφέρουν εκπαίδευση σε σκληρές δεξιότητες περισσότερο από ό, τι προσφέρουν σε μαλακές δεξιότητες. Ανέφεραν 3 βασικούς τομείς που πιστεύουν ότι οι εταιρείες συνήθως παρέχουν καθοδήγηση σταδιοδρομίας - «Νέες τεχνολογίες και συστήματα», «Δεξιότητες επικοινωνίας» και «Δεξιότητες διαχείρισης».

Στην Κύπρο, οι ειδικοί συμφωνούν με τα αποτελέσματα της έρευνας και πιστεύουν ότι οι δεξιότητες «Εξυπηρέτησης πελατών / φιλοξενίας / επικοινωνίας» είναι πολύ σημαντικές για τις εταιρείες, ειδικά εκείνες που δραστηριοποιούνται στον τουριστικό τομέα. Συμφωνούν επίσης με τη σημασία της ανάπτυξης «Ψηφιακών δεξιοτήτων και γνώσεων» ειδικά για την προσαρμογή στη μεταβαλλόμενη

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

κατάσταση της αγοράς και τις συνήθειες των καταναλωτών λόγω του COVID 19. Οι συνεντευξιαζόμενοι ανέφεραν ότι υπάρχει και έντονη ζήτηση για δεξιότητες ξένων γλωσσών, ειδικά ρωσικά και κινέζικα, για τις εταιρείες που προσπαθούν να προσεγγίσουν και να επωφεληθούν από ξένους πελάτες /αγορές στο εξωτερικό. Επιπλέον, ορισμένοι ειδικοί πιστεύουν ότι θα πρέπει να δοθεί περισσότερη προσοχή στην ανάπτυξη του τομέα «Ηγεσία και Διοίκηση», ιδίως μεταξύ των διευθυντών /επικεφαλής ομάδων, καθώς μόνο οι διευθυντές / επικεφαλής ομάδων που αναγνωρίζουν τη σημασία της κατάρτισης και άλλων ευκαιριών επαγγελματικής εξέλιξης, μπορούν να συνεχίσουν να προωθούν τέτοιες ευκαιρίες στο ανώτερο προσωπικό καθώς και στους γενικούς υπαλλήλους.

Πίνακας 2. Τομείς ευκαιριών ανάπτυξης προσωπικού στις ΜΜΕς

Χώρα	Κύριοι Τομείς ανάπτυξης προσωπικού	Συνεντεύξεις (Ομάδες εστίασης)
Πορτογαλία	**"Εξυπηρέτηση πελατών και πωλήσεις/ διαπραγματεύσεις"** "Ηγεσία και Διοίκηση" "Διαχείριση στρες/ προσαρμογής/ ελαστικότητας"	"Ηγεσία και Διοίκηση" "Τεχνολογία και ψηφιακές δεξιότητες"
Ελλάδα	**"Εξυπηρέτηση πελατών και πωλήσεις/ διαπραγματεύσεις**, "Χρηματοοικονομική διαχείριση / Χρηματοοικονομικές γνώσεις" " Επικοινωνία / Δημόσια ομιλία και παρουσιάσεις ", "Δημιουργικότητα και καινοτομία" "Επίλυση προβλημάτων και λήψη αποφάσεων"	"Νέες τεχνολογίες και συστήματα" "Επικοινωνιακές δεξιότητες" "Διοικητικές δεξιότητες"
Κύπρος	**"Εξυπηρέτηση πελατών και πωλήσεις/ διαπραγματεύσεις"** "Ομαδικότητα και συνεργασία" "Τεχνολογία και ψηφιακές δεξιότητες " "Αυτοδιαχείριση και αυτο-αποτελεσματικότητα"	"Εξυπηρέτηση πελατών/ φιλοξενία" "Επικοινωνιακές δεξιότητες" "Τεχνολογία και ψηφιακές δεξιότητες" "Ηγεσία και Διοίκηση"

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

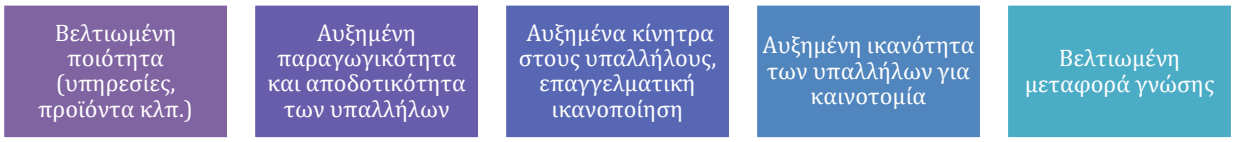
The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

Οι ΜΜΕς και οι πάροχοι υπηρεσιών σε όλες τις χώρες που συμμετείχαν στην έρευνα είχαν κοινή άποψη όσον αφορά τις κύριες κινητήριες δυνάμεις/ οφέλη της επαγγελματικής εξέλιξης και της εκπαίδευσης στις ευκαιρίες εργασίας. Συμφώνησαν ότι τα πιο εμφανή και σημαντικά οφέλη είναι:

Μερικοί ερωτηθέντες ανέφεραν επίσης τα «Κίνητρα / βοήθεια που παρέχονται από την τοπική ή εθνική κυβέρνηση» και «τη βελτίωση της εικόνας της εταιρείας» ως βασικές κινητήριες δυνάμεις.

Οι ειδικοί από τις ομάδες εστίασης/ συνεντεύξεις συμφώνησαν, σε μεγάλο βαθμό, με τα αποτελέσματα της έρευνας. Ως μία από τις κύριες κινητήριες δυνάμεις, ανέφεραν: αυξημένα κίνητρα εργαζομένων και εργοδοτών, βελτιωμένη ποιότητα και αυξημένη ικανότητα για καινοτομία. Οι Πορτογάλοι ειδικοί εντόπισαν επίσης ορισμένες στρατηγικές που μπορούν να ωφελήσουν την εφαρμογή της κατάρτισης και άλλων μαθησιακών ευκαιριών στις ΜΜΕς, όπως: αύξηση της αξίας που αποδίδουν οι διευθυντές στην εκπαίδευση, η προώθηση της συμμετοχής των διευθυντών στην κατάρτιση και την ανάπτυξη δεξιοτήτων των ατόμων, την προώθηση της αυτονομίας των εργαζομένων και μεγαλύτερη εστίαση στην κατάρτιση για την ανάπτυξη των ατόμων και την καινοτομία των εταιρειών (και όχι τόσο για την ποιότητα των υπηρεσιών ή των προϊόντων).

Σχήμα 21. Κύρια οφέλη από την προώθηση των ευκαιριών επαγγελματικής εξέλιξης και εκπαίδευσης στο χώρο εργασίας



Οι ΜΜΕς στις τρεις χώρες αντιμετωπίζουν τις ίδιες προκλήσεις ενώ προσπαθούν να αναπτύξουν και να εφαρμόσουν δραστηριότητες επαγγελματικού προσανατολισμού και εκπαίδευσης. Οι κύριες προκλήσεις που αναφέρονται είναι:

1) Διαθεσιμότητα των εργαζομένων - οι εργαζόμενοι είναι πολύ απασχολημένοι για να αναλάβουν αναπτυξιακές δραστηριότητες λόγω του λιτού εργατικού δυναμικού και του μεγάλου φόρτου εργασίας.

2) Περιορισμοί προϋπολογισμού - η εκπαίδευση θεωρείται υπερβολικά δαπανηρή, όταν παρέχεται από εξωτερικούς οργανισμούς.

Οι ΜΜΕς στην Πορτογαλία και την Ελλάδα πιστεύουν επίσης ότι η «Έλλειψη κινήτρων για τους εργαζομένους» και οι «Δυσκολίες διαχείρισης διαφορετικών μαθησιακών αναγκών των εργαζομένων» είναι μια πρόκληση, ενώ στην Κύπρο δεν αποτελεί καθόλου πρόκληση. Οι ΜΜΕς στην Κύπρο τόνισαν επίσης το «Ανεπαρκές ικανό προσωπικό για την υποστήριξη της εταιρείας στην υλοποίηση τέτοιων δραστηριοτήτων» ως μία από τις κύριες προκλήσεις.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

Οι πάροχοι υπηρεσιών σε όλες τις χώρες που συμμετείχαν στην έρευνα συμφώνησαν με τη γνώμη των εκπροσώπων των ΜΜΕ, και πρόσθεσαν ότι υπάρχει έλλειψη πρωτοβουλίας από την ηγεσία για συμμετοχή σε τέτοιες δραστηριότητες.

Οι ομάδες εστίασης σε όλες τις χώρες, διέκριναν την «έλλειψη κινήτρων των εργαζομένων», τη «διαθεσιμότητα εργαζομένων» καθώς και τους «περιορισμούς του προϋπολογισμού» ως τις κύριες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕς. Οι ερωτηθέντες από την Ελλάδα και την Κύπρο τόνισαν επίσης την έλλειψη συνεργασίας μεταξύ των ΜΜΕ και άλλων ενδιαφερομένων (δημόσιοι φορείς, πάροχοι εκπαίδευσης ΚΕΚ/ Ενηλίκων) και την έλλειψη διάδοσης πληροφοριών, γεγονός που συχνά οδηγεί σε χαμένες ευκαιρίες επαγγελματικής εξέλιξης που προσφέρονται από αυτούς σε υπαλλήλους ΜΜΕ, συμπεριλαμβανομένης της οργανωμένης κατάρτισης, της διαθέσιμης χρηματοδότησης κλπ.

Συνολικά, αυτές οι προκλήσεις δεν αποτελούν έκπληξη, δεδομένου ότι οι ΜΜΕς έχουν συνήθως περιορισμένους πόρους - προϋπολογισμό, χρόνο, εργατικό δυναμικό κλπ.

Σχήμα 22. Κύριες προκλήσεις για την εφαρμογή επαγγελματικού προσανατολισμού και εκπαίδευσης στις εργασιακές ευκαιρίες

2.4. Το μέλλον του επαγγελματικού προσανατολισμού και της εκπαίδευσης στο χώρο εργασίας στις ΜΜΕς

Τα αποτελέσματα σε αυτήν την ενότητα εξετάζουν τις απαντήσεις που δόθηκαν από όλες τις ΜΜΕς (συνολικά 57) που συμμετείχαν στην έρευνα, συμπεριλαμβανομένων και εκείνων που δεν προσφέρουν αυτήν τη στιγμή ευκαιρίες επαγγελματικής εξέλιξης.

Όπως μπορεί να παρατηρηθεί στο Σχήμα 24., το 38% των ερωτηθέντων θεωρεί ότι ο «συνδυασμός όλων» θα συνεχίσει να είναι η πιο κοινή προσφερόμενη επιλογή , το 32% θεωρεί ότι η «κατάρτιση στο χώρο εργασίας» θα συνεχίσει να είναι η πιο σχετική προσφορά κατάρτισης και το 24% αναφέρει ότι η «διαδικτυακή εκπαίδευση» θα είναι στρατηγική επίσης. Στην πραγματικότητα, αναλύοντας το Σχήμα 24, καθίσταται σαφές ότι η «διαδικτυακή εκπαίδευση» θα σημειώσει την πιο σημαντική αύξηση. Σε αυτό το επίπεδο, οι συμμετέχοντες στην ομάδα εστίασης/ συνεντεύξεις, ανέφεραν ότι ο COVID-19, επέτρεψε σε εταιρείες και παρόχους εκπαίδευσης ΚΕΚ/ Ενηλίκων να επενδύσουν και να διευρύνουν την προσφορά κατάρτισης που παρέχουν στο Διαδίκτυο. Σύμφωνα με τους συμμετέχοντες, αυτό μπορεί να συμβάλει σε μια σημαντική επένδυση των ΜΜΕ στην παροχή διαδικτυακής κατάρτισης, μειώνοντας το υψηλό κόστος που αναφέρεται στις έρευνες.

Κατά την ανάλυση των αποτελεσμάτων, σύμφωνα με τους τύπους οργανισμών και με τους εκπροσώπους των επιχειρήσεων, η «διαδικτυακή εκπαίδευση» είναι αυτή που πιθανότατα θα

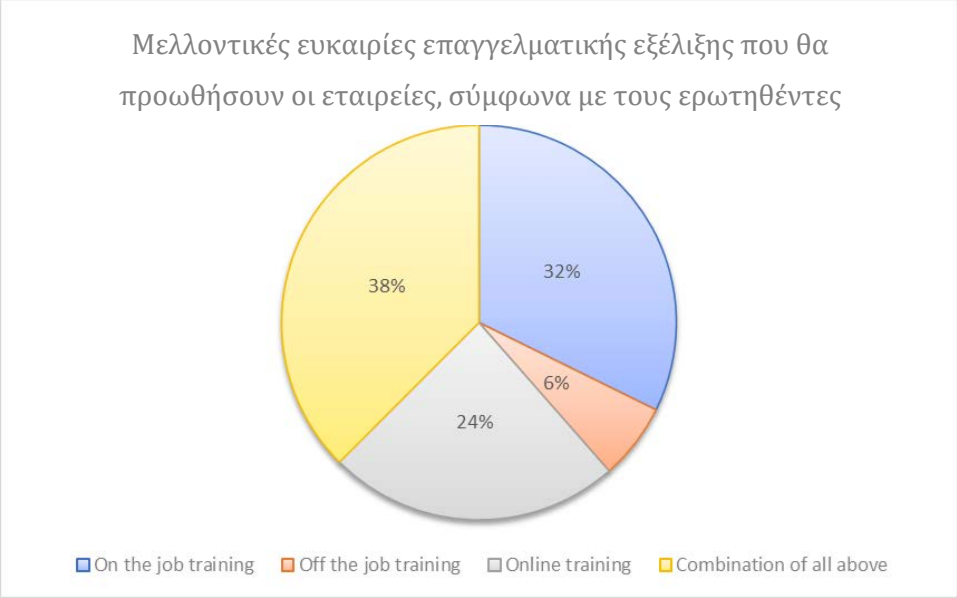
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

αυξηθεί. Ο «συνδυασμός όλων» και η «κατάρτιση στο χώρο εργασίας» θα παραμείνουν στρατηγικά και σημαντικά, αλλά η συνάφειά τους θα μειωθεί σε σύγκριση με την πραγματικότητα του σήμερα. Σύμφωνα με τους εκπροσώπους των ΜΜΕ από την Κύπρο και την Πορτογαλία, ο «συνδυασμός όλων» και η «κατάρτιση στο χώρο εργασίας» θα συνεχίσουν να ισχύουν, ενώ στην Ελλάδα, οι εκπρόσωποι των ΜΜΕ πιστεύουν ότι, στο μέλλον, η πλειοψηφία των ΜΜΕ θα επικεντρωθεί στη «διαδικτυακή εκπαίδευση» σε μεγαλύτερη κλίμακα.

Η κατάσταση με τους παρόχους υπηρεσιών είναι παρόμοια. Οι περισσότεροι πιστεύουν ότι θα συνεχίσουν να προσφέρουν «συνδυασμό όλων» και «κατάρτιση στο χώρο εργασίας», αλλά η «διαδικτυακή εκπαίδευση» θα αυξηθεί σημαντικά. Στην περίπτωση της Ελλάδας, οι πάροχοι υπηρεσιών αναφέρουν ότι η «διαδικτυακή εκπαίδευση» θα είναι η πιο σχετική εκπαιδευτική προσφορά σε εταιρείες. Είναι σημαντικό να τονιστεί ότι από τις ομάδες εστίασης/ συνεντεύξεις, γίνεται σαφές ότι η κατάσταση με τον COVID-19 έχει επηρεάσει σημαντικά αυτήν την απόφαση, μετατρέποντας την εξ αποστάσεως εκπαίδευση σε μια βιώσιμη λύση για ένα απρόβλεπτο μέλλον.

Γράφημα 23. Μελλοντικές ευκαιρίες επαγγελματικής εξέλιξης που προσφέρονται από εταιρείες και παρόχους υπηρεσιών



Επίσης, όσον αφορά τις τάσεις και τα θέματα που αφορούν τους τομείς κατάρτισης στους οποίους οι ΜΜΕς θα προσφέρουν ευκαιρίες ανάπτυξης, φαίνεται ότι η «Εξυπηρέτηση πελατών και οι πωλήσεις / διαπραγματεύσεις» θα εξακολουθήσει να είναι ένας από τους κύριους τομείς ανάπτυξης στις τρεις χώρες. Κατά τη σύγκριση των αποτελεσμάτων μεταξύ των χωρών, προκύπτουν ορισμένες διαφορές μεταξύ των χωρών:

Στην Πορτογαλία, ο κύριος τομέας ανάπτυξης πρόκειται να παραμείνει η «Ηγεσία και Διοίκηση», ακολουθούμενος από τον τομέα «Ομαδικότητα και συνεργασία», ο οποίος δε θεωρείται επί του

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

παρόντος βασικός τομέας. Σύμφωνα με τους συμμετέχοντες που παρακολούθησαν την πορτογαλική ομάδα εστίασης, η ανάγκη (διατήρησης) επενδύσεων στους τομείς «Ηγεσία και Διοίκηση» και «Ομαδικότητα και συνεργασία» μπορεί να εξηγηθεί από ορισμένους κοινωνικούς και οικονομικούς παράγοντες, όπως: α. την ύπαρξη πολλαπλών γενεών στο χώρο εργασίας· β. την ανάγκη διάρθρωσης εργαλείων για τη στήριξη των ηγετών στη διοίκηση και την παρακολούθηση ομάδων εργασίας, από απόσταση.

Στην περίπτωση της Ελλάδας και λαμβάνοντας υπόψη ότι οι ΜΜΕς σχεδιάζουν να παρέχουν περισσότερες ψηφιακές/ διαδικτυακές ευκαιρίες, ο κύριος τομέας στον οποίο οι ΜΜΕ θα προσφέρουν ευκαιρίες επαγγελματικής εξέλιξης και εκπαίδευσης στον εργασιακό χώρο θα είναι ο τομέας «Τεχνολογία και ψηφιακές γνώσεις» και όχι ο τομέας «Χρηματοοικονομική διαχείριση / χρηματοοικονομικές γνώσεις ». Ένας άλλος νέος τομέας που οι ΜΜΕς σχεδιάζουν να αναπτύξουν σχετίζεται με τις δεξιότητες των εργαζομένων στον τομέα «Ηγεσία και Διοίκηση». Τομείς όπως «Δημιουργικότητα και καινοτομία» και «Επίλυση προβλημάτων και λήψη αποφάσεων» θα παραμείνουν σημαντικοί για τις ΜΜΕς.

Στην Κύπρο, η πλειονότητα των βασικών τομέων θα παραμείνει η ίδια - «Τεχνολογία και ψηφιακές δεξιότητες» και «Αυτοδιαχείριση και αυτο-αποτελεσματικότητα». Νέοι τομείς που οι ΜΜΕς σχεδιάζουν να αναπτύξουν τις δεξιότητες των εργαζομένων τους είναι οι «Δημιουργικότητα και καινοτομία», «Επικοινωνία / δημόσια ομιλία και παρουσίαση» καθώς και «Επίλυση προβλημάτων και λήψη αποφάσεων».

Λαμβάνοντας υπόψη τους παρόχους υπηρεσιών σε όλες τις χώρες που διεξήχθη η έρευνα, για άλλη μια φορά η προσφορά που θα παρέχουν αυτοί οι οργανισμοί, ευθυγραμμίζεται με τις ανάγκες και τις τάσεις που εντοπίζουν οι ΜΜΕς και ο τομέας στον οποίο αυτοί οι οργανισμοί θα παρέχουν κατάρτιση είναι στην «Τεχνολογία και γνώση δεδομένων». Οι ειδικοί από όλες τις χώρες θεωρούν ότι ο τομέας «Τεχνολογία και γνώση δεδομένων» πρόκειται να είναι ένας από τους κύριους τομείς ανάπτυξης, στο μέλλον, είτε σχετίζεται με τη γενική καινοτομία ή τις διαδικτυακές πωλήσεις, το ψηφιακό μάρκετινγκ και την ψηφιακή εξυπηρέτηση πελατών. Οι ερωτηθέντες ανέφεραν, επίσης, τη σημασία των τομέων «Ηγεσία και Διοίκηση», «Προσαρμογή και ελαστικότητα» καθώς «Ισορροπία προσωπικής και επαγγελματικής ζωής», τομείς που, κατά τη γνώμη τους, θα δοθεί μεγαλύτερη σημασία στο μέλλον.

Πίνακας 3. Μελλοντικοί τομείς ευκαιριών ανάπτυξης προσωπικού στις ΜΜΕς

Χώρα	Κύριοι τομείς ανάπτυξης προσωπικού	Συνεντεύξεις (Ομάδες εστίασης)
Πορτογαλία	**"Εξυπηρέτηση πελατών και πωλήσεις/ διαπραγματεύσεις"** "Ηγεσία και Διοίκηση"	"Ψηφιακές δεξιότητες και γνώσεις" (ψηφιακό μάρκετινγκ, ηλεκτρονικό

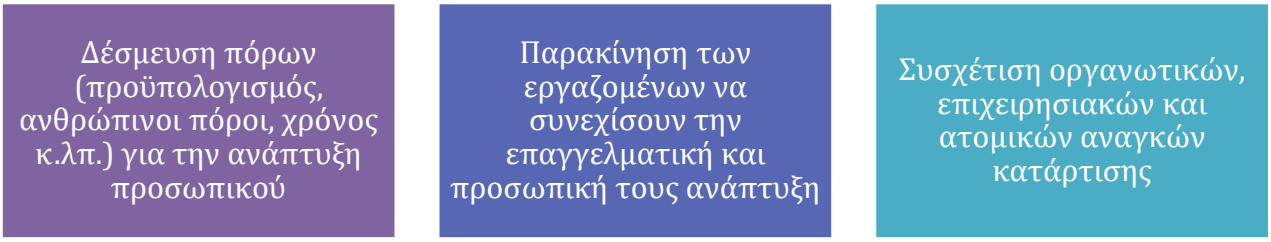
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

Χώρα	Κύριοι τομείς ανάπτυξης προσωπικού	Συνεντεύξεις (Ομάδες εστίασης)
	"Ομαδικότητα και συνεργασία"	εμπόριο, κοινωνικά μέσα δικτύωσης, κ.λ.π.) "Ηγεσία και Διοίκηση"
Ελλάδα	**"Εξυπηρέτηση πελατών και πωλήσεις/ διαπραγματεύσεις"** "Τεχνολογία και ψηφιακές δεξιότητες" "Ηγεσία και Διοίκηση" "Δημιουργικότητα και καινοτομία" "Επίλυση προβλημάτων και λήψη αποφάσεων"	"Επίλυση συγκρούσεων" "Ελαστικότητα" "Εργασιακό ήθος" "Ισορροπία προσωπικής και επαγγελματικής ζωής"
Κύπρος	**"Εξυπηρέτηση πελατών και πωλήσεις/ διαπραγματεύσεις"** "Τεχνολογία και γνώση δεδομένων" "Αυτοδιαχείριση και αυτο-αποτελεσματικότητα" "Δημιουργικότητα και καινοτομία" "Επικοινωνία/ δημόσια ομιλία και παρουσίαση" "Επίλυση προβλημάτων και λήψη αποφάσεων"	"Ψηφιακές δεξιότητες και γνώσεις" "Ηγεσία και Διοίκηση" "Ισορροπία προσωπικής και επαγγελματικής ζωής"

Οι ΜΜΕς των τριών χωρών πιστεύουν ότι θα εξακολουθούν να αντιμετωπίζουν ορισμένες από τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν τώρα, δηλαδή:

Σχήμα 24. Πραγματικές και μελλοντικές προκλήσεις που πρέπει να αντιμετωπίσουν οι ΜΜΕς:



Αν και σε αντίθεση με τις ΜΜΕς στην Πορτογαλία και την Ελλάδα, οι ΜΜΕς της Κύπρου εξακολουθούν να μην πιστεύουν ότι το κίνητρο των εργαζομένων θα είναι από τις κύριες προκλήσεις, συμφωνούν ότι η «συσχέτιση των αναγκών κατάρτισης» θα είναι μια πρόκληση στο μέλλον. Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων πιστεύει επίσης ότι «το να καταστήσουν την εκπαίδευση μια από τις θεμελιώδεις αξίες της εταιρείας» θα αποτελέσει εμπόδιο.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

Οι ΜΜΕς από την Κύπρο και την Πορτογαλία φαίνεται να είναι πιο προσανατολισμένες στο να αναπτύσσουν και να εφαρμόζουν τέτοιου είδους δραστηριότητες οι εργαζόμενοί τους στο μέλλον και πιστεύουν ότι η «Εκπαίδευση του προσωπικού τους για την προετοιμασία, την εφαρμογή και το συντονισμό των στρατηγικών και των δράσεων ανάπτυξης του προσωπικού» θα είναι μια από τις προκλήσεις. Οι ΜΜΕς στην Κύπρο πιστεύουν επίσης ότι «η δημιουργία έγκυρου, αξιόπιστου και λειτουργικού συστήματος αξιολόγησης για αποτελεσματικές δραστηριότητες ανάπτυξης προσωπικού» θα μπορούσε να αποτελέσει εμπόδιο στο μέλλον.

Οι πάροχοι υπηρεσιών σε όλες τις χώρες που συμμετείχαν στην έρευνα συμφώνησαν με την άποψη των εκπροσώπων των ΜΜΕ. Ορισμένοι από τους παρόχους υπηρεσιών πιστεύουν επίσης ότι η εξεύρεση κατάλληλου παρόχου κατάρτισης ή ενός προγράμματος κατάρτισης μπορεί επίσης να είναι μια πρόκληση.

Κατά τη διάρκεια των ομάδων εστίασης και/ ή των συνεντεύξεων, οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες συμφώνησαν ότι το μέλλον των ΜΜΕ είναι αβέβαιο και οι εταιρείες θα δώσουν μεγαλύτερη έμφαση στον «τρόπο επιβίωσης» λόγω του αντίκτυπου του COVID 19. Έλληνες εμπειρογνώμονες τόνισαν ότι παρόλα αυτά, οι ΜΜΕς θα πρέπει να παρέχουν ευκαιρίες ανάπτυξης καριέρας, δεδομένου ότι η νοοτροπία της νέας γενιάς διαμορφώνεται έχοντας κατά νου ότι η δια βίου μάθηση είναι απαραίτητη και θα το περιμένουν από τους εργοδότες τους. Ειδικοί από όλες τις χώρες συμφώνησαν ότι «η καθιέρωση της εκπαίδευσης ως βασική αξία» θα αποτελέσει μια πρόκληση στο μέλλον τόσο για τους εργοδότες όσο και για τους εργαζομένους. Πιστεύουν ότι οι ΜΜΕ θα επενδύσουν περισσότερο σε «συνδυασμένη /μικτή κατάρτιση» ή σε διαδικτυακή εκπαίδευση και θα επικεντρωθούν στην εκπαίδευση που αντιστοιχεί στις ανάγκες των αγορών καθώς και θα φέρουν την αξία τόσο στους εργοδότες όσο και στους εργαζομένους.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

Σχήμα 26. Κύριες μελλοντικές προκλήσεις για τις ευκαιρίες επαγγελματικού προσανατολισμού και της εκπαίδευσης στο χώρο εργασίας

Ζητήθηκε ακόμη από τις ΜΜΕς όλων των χωρών που ερωτήθηκαν να σκεφτούν τι θα μπορούσε να τους βοηθήσει να ξεπεράσουν τις επικείμενες προκλήσεις και να συνεχίσουν να προσφέρουν ευκαιρίες ανάπτυξης προσωπικού στο μέλλον.

Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων συμφώνησε στις εξής προκλήσεις: «Σαφής στρατηγική /πολιτική ανάπτυξης προσωπικού», «Σαφή και αποτελεσματικά εργαλεία για την αξιολόγηση των δεξιοτήτων των εργαζομένων και της κατάρτισης» και «Καλύτερα προγράμματα/ συστήματα για την αξιολόγηση των πλεονεκτημάτων των προγραμμάτων ανάπτυξης του προσωπικού (όπως αυξημένη παραγωγικότητα κλπ.)» . Εκπρόσωποι από την Πορτογαλία και την Ελλάδα πιστεύουν επίσης στα «μεγαλύτερα κίνητρα των εργαζομένων».

Θα ήταν απαραίτητο το εύλογο κόστος των προγραμμάτων κατάρτισης (διαθέσιμα εκτός της εταιρείας) και η διαθεσιμότητα προσαρμοσμένων/εξατομικευμένων προγραμμάτων (διαθέσιμα εκτός της εταιρείας) για την αντιμετώπιση των προκλήσεων.

Η πλειοψηφία των παρόχων υπηρεσιών συμφωνεί επίσης με την άποψη των εκπροσώπων των ΜΜΕ. Οι πάροχοι υπηρεσιών στην Πορτογαλία και την Κύπρο πιστεύουν, επίσης, ότι απαιτείται η «έγκριση της ανώτατης διοίκησης της εταιρείας», ενώ οι πάροχοι υπηρεσιών στην Ελλάδα προσθέτουν ότι τα «κυβερνητικά κίνητρα/ εξωτερική χρηματοδότηση» θα βοηθήσουν στην αντιμετώπιση των προκλήσεων.

Οι εκπρόσωποι από τις τρεις χώρες συμφώνησαν ότι για να ξεπεραστούν οι μελλοντικές προκλήσεις, υπάρχει ανάγκη αλλαγής στη νοοτροπία των εργοδοτών/ εργαζομένων και του «μεγαλύτερου κινήτρου των εργαζομένων», ιδίως με την προσέλκυση διευθυντικών στελεχών που πρέπει να εκπαιδευτούν πρώτα για να επιτύχουν το «φαινόμενο καταρράκτη» - οι διευθυντές εκτιμούν και κατανοούν την ανάγκη για συνεχή βελτίωση, ανάπτυξη και διάδοση των γνώσεων τους στους υπαλλήλους, καθώς και οργάνωση άλλων ευκαιριών επαγγελματικής εξέλιξης προς τους υπαλλήλους τους.

Οι ειδικοί συμφωνούν επίσης ότι η ψηφιοποίηση των επιχειρήσεων καθώς και η βελτίωση των ψηφιακών δεξιοτήτων των εργαζομένων είναι ζωτικής σημασίας για τις ΜΜΕς, ώστε να είναι σε

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

θέση να καταπολεμήσουν τις επιπτώσεις του COVID-19 καθώς και οποιαδήποτε άλλη μελλοντική κατάσταση ανωτέρας βίας.

Οι Έλληνες εμπειρογνώμονες ανέφεραν επίσης ότι οι εταιρείες θα μπορούσαν να επωφεληθούν από τις επιχορηγήσεις της ΕΕ και από τη νομισματική βοήθεια.

Σχήμα 25. Απαραίτητοι βασικοί παράγοντες που θα βοηθήσουν τις ΜΜΕς να αντιμετωπίσουν επερχόμενες μελλοντικές προκλήσεις

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

3. Συμπεράσματα

- Περίπου το 80% των ΜΜΕ που ερωτήθηκαν παρέχουν στους εργαζομένους τους επαγγελματική εξέλιξη και καθοδήγηση.

- Προς το παρόν, οι περισσότερες από τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις και οι πάροχοι υπηρεσιών προτιμούν την «κατάρτιση στο χώρο εργασίας» ή το «συνδυασμό όλων». Ωστόσο, λόγω της κατάστασης με τον COVID 19, οι εταιρείες άρχισαν επίσης να ανακαλύπτουν τις ευκαιρίες που προσφέρονται μέσω διαδικτύου. Οι ερωτηθείσες ΜΜΕς και οι πάροχοι υπηρεσιών πιστεύουν ότι μελλοντικά θα συνεχίσουν να προσφέρουν ευκαιρίες εκπαίδευσης με «συνδυασμό όλων» και «κατάρτιση στο χώρο εργασίας» στους υπαλλήλους τους, αλλά η «διαδικτυακή εκπαίδευση» θα αυξηθεί επίσης.

- Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων που ερωτήθηκαν (62%) προσφέρουν ευκαιρίες επαγγελματικής εξέλιξης στους υπαλλήλους τους 1-3 φορές το χρόνο, ακολουθούμενες από 3-5 φορές το χρόνο (22%). Παραδόξως, το 14% των επιχειρήσεων που ανταποκρίθηκαν, προσφέρουν τέτοιες ευκαιρίες περισσότερο από 10 φορές το χρόνο. 2% των επιχειρήσεων προσφέρουν τέτοιες ευκαιρίες 6-10 φορές το χρόνο.

- Σε όλες τις χώρες, οι ΜΜΕς που ερωτήθηκαν προτιμούν τις δραστηριότητες επαγγελματικής εξέλιξης μικρότερης διάρκειας, κατά προτίμηση 1-3 ή 4-7 ημέρες.

- Στην Πορτογαλία, η κύρια ομάδα στόχος για δραστηριότητες επαγγελματικής εξέλιξης στις ΜΜΕς είναι η ανώτερη διοίκηση, ενώ για τους παρόχους υπηρεσιών η κύρια ομάδα στόχος είναι οι γενικοί υπάλληλοι. Στην Ελλάδα και την Κύπρο, τόσο οι ΜΜΕς όσο και οι πάροχοι υπηρεσιών στοχεύουν τις ευκαιρίες αυτές σε υπαλλήλους, γενικούς διευθυντές και εποπτικές αρχές. Ωστόσο, πολλές ΜΜΕς στοχεύουν, κυρίως, σε ανώτερα στελέχη, ενώ στην Κύπρο μόνο λίγες ΜΜΕς και πάροχοι υπηρεσιών προσφέρουν τέτοιες ευκαιρίες στην ανώτερη διοίκηση.

- Σε όλες τις χώρες, η ανώτερη διοίκηση είναι κυρίως υπεύθυνη για τον καθορισμό της συχνότητας και των θεμάτων της επαγγελματικής εξέλιξης και της εκπαίδευσης στο χώρο εργασίας, ακολουθούμενη από το τμήμα Ανθρώπινου Δυναμικού.

- Οι αποφάσεις σχετικά με τη συχνότητα και τα θέματα επαγγελματικής ανάπτυξης και εκμάθησης στο χώρο εργασίας σε όλες τις χώρες που ερευνήθηκαν λαμβάνονται κυρίως εξετάζοντας την ανάλυση των αναγκών των εργαζομένων και την οργανωτική ανάλυση. Οι ερωτηθέντες στην Ελλάδα και την Κύπρο έδωσαν επίσης μεγάλη έμφαση στην κατάσταση της αγοράς και στις νέες διαθέσιμες τεχνολογίες.

- Οι κύριοι τομείς, στους οποίους προσφέρουν οι ΜΜΕς συνήθως τέτοιες ευκαιρίες, είναι διαφορετικοί σε κάθε χώρα. Ο μόνος κοινός τομέας που οι εταιρείες προσφέρουν τέτοιες ευκαιρίες σε όλες τις χώρες είναι ο τομέας «Εξυπηρέτηση πελατών και πωλήσεις/ διαπραγματεύσεις».

- Στην Πορτογαλία, ο κύριος τομέας στον οποίο προσφέρονται τέτοιες ευκαιρίες είναι η «Ηγεσία και Διοίκηση», ακολουθούμενη από τη «Διαχείριση στρες / προσαρμογής /ελαστικότητας». Στην Ελλάδα, οι κύριοι τομείς των ΜΜΕ για τους οποίους παρέχονται

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

ευκαιρίες επαγγελματικής εξέλιξης και εκπαίδευσης στην εργασία είναι η «Χρηματοοικονομική διαχείριση / Χρηματοοικονομικές γνώσεις», η «Επικοινωνία /Δημόσιες ομιλίες και παρουσιάσεις», η «Δημιουργικότητα και καινοτομία», η «Επίλυση προβλημάτων και λήψη αποφάσεων». Στην Κύπρο, άλλοι κύριοι τομείς είναι η «Ομαδικότητα και συνεργασία», η «Τεχνολογία και ψηφιακές γνώσεις» και η «Αυτοδιαχείριση και αυτο-αποτελεσματικότητα».

- Οι συμμετέχοντες στην ομάδα εστίασης στην Πορτογαλία συμφωνούν, σε μεγαλύτερο βαθμό, με τα αποτελέσματα της έρευνας. Ωστόσο, ορισμένοι ειδικοί πιστεύουν ότι η «Τεχνολογία και οι ψηφιακές δεξιότητες» πρέπει επίσης να τεθούν ως ένας από τους κύριους τομείς, λαμβάνοντας υπόψη τον ψηφιακό μετασχηματισμό που συμβαίνει τα τελευταία χρόνια. Στην Ελλάδα, οι ειδικοί από την ομάδα εστίασης, πιστεύουν ότι οι εταιρείες προσφέρουν περισσότερη κατάρτιση σχετικά με τις σκληρές δεξιότητες από τις μαλακές δεξιότητες, ενώ οι πάροχοι εκπαίδευσης ενηλίκων καλύπτουν την ανάγκη για κατάρτιση οριζόντιων δεξιοτήτων. Στην Κύπρο, οι ειδικοί συμφωνούν με τα αποτελέσματα της έρευνας, ωστόσο, πιστεύουν ότι πρέπει να δοθεί πολύ περισσότερη προσοχή στην ανάπτυξη δεξιοτήτων για «Ηγεσία και Διοίκηση».

- Οι ερωτηθέντες από όλες τις χώρες που συμμετείχαν στην έρευνα είχαν κοινή άποψη όσον αφορά τις κύριες κινητήριες δυνάμεις/ οφέλη της επαγγελματικής εξέλιξης και της εκπαίδευσης στις ευκαιρίες εργασίας. Συμφώνησαν ότι τα πιο εμφανή και σημαντικά οφέλη είναι: 1) Βελτιωμένη ποιότητα (υπηρεσία, προϊόν κ.λπ.), 2) Αυξημένη παραγωγικότητα και αποδοτικότητα των εργαζομένων, 3) Αυξημένο κίνητρο των εργαζομένων, ικανοποίηση από την εργασία, 4) Αυξημένη ικανότητα των εργαζομένων να καινοτομούν, 5) Βελτιωμένη μεταφορά γνώσης.

- Οι κύριες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕς ενώ προσπαθούν να αναπτύξουν και να εφαρμόσουν δραστηριότητες επαγγελματικού προσανατολισμού και εκπαίδευσης σύμφωνα με τους ερωτηθέντες είναι 1) Διαθεσιμότητα των εργαζομένων - οι εργαζόμενοι είναι πολύ απασχολημένοι για να αναλάβουν αναπτυξιακές δραστηριότητες λόγω του λιτού εργατικού δυναμικού και του μεγάλου φόρτου εργασίας, 2) Περιορισμοί προϋπολογισμού - αρκετά δαπανηρή, 3) Οι εξωτερικοί πάροχοι είναι πολύ ακριβοί. Οι ΜΜΕς στην Πορτογαλία και την Ελλάδα πιστεύουν επίσης ότι 4) «η έλλειψη κινήτρων για τους εργαζομένους» και 5) «οι δυσκολίες διαχείρισης των διαφορετικών μαθησιακών αναγκών των εργαζομένων» είναι μια πρόκληση.

- Οι ειδικοί από την Ελλάδα και την Κύπρο τόνισαν επίσης την έλλειψη συνεργασίας μεταξύ των ΜΜΕ και άλλων ενδιαφερομένων (δημόσιοι φορείς, ΚΕΚ και πάροχοι εκπαίδευσης ενηλίκων) ως μία από τις κύριες προκλήσεις.

- Οι τομείς στους οποίους οι ΜΜΕς θα προσφέρουν ευκαιρίες ανάπτυξης στο μέλλον δεν πρόκειται να αλλάξουν δραματικά. Σύμφωνα με τους ερωτηθέντες της έρευνας, η «Εξυπηρέτηση πελατών και οι πωλήσεις / διαπραγματεύσεις» εξακολουθεί να αποτελεί έναν από τους κύριους τομείς ανάπτυξης στις τρεις χώρες. Ωστόσο, οι ερωτηθέντες και οι ειδικοί συμφωνούν ότι η «Τεχνολογία και οι ψηφιακές δεξιότητες» θα αποκτήσει μεγαλύτερη σημασία, λαμβάνοντας υπόψη τα θέματα που έχει επισημάνει η πανδημία. Άλλοι τομείς είναι: «Ηγεσία και Διοίκηση», «Δημιουργικότητα και καινοτομία» και «Επίλυση προβλημάτων και λήψη αποφάσεων».

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

- Εμπειρογνώμονες από την Ελλάδα και την Κύπρο τόνισαν επίσης τον τομέα «Ισορροπία προσωπικής και επαγγελματικής ζωής» που, κατά τη γνώμη τους, θα είναι σημαντικός στο μέλλον και δεν αναφέρθηκε ως επιλογή στην έρευνα.

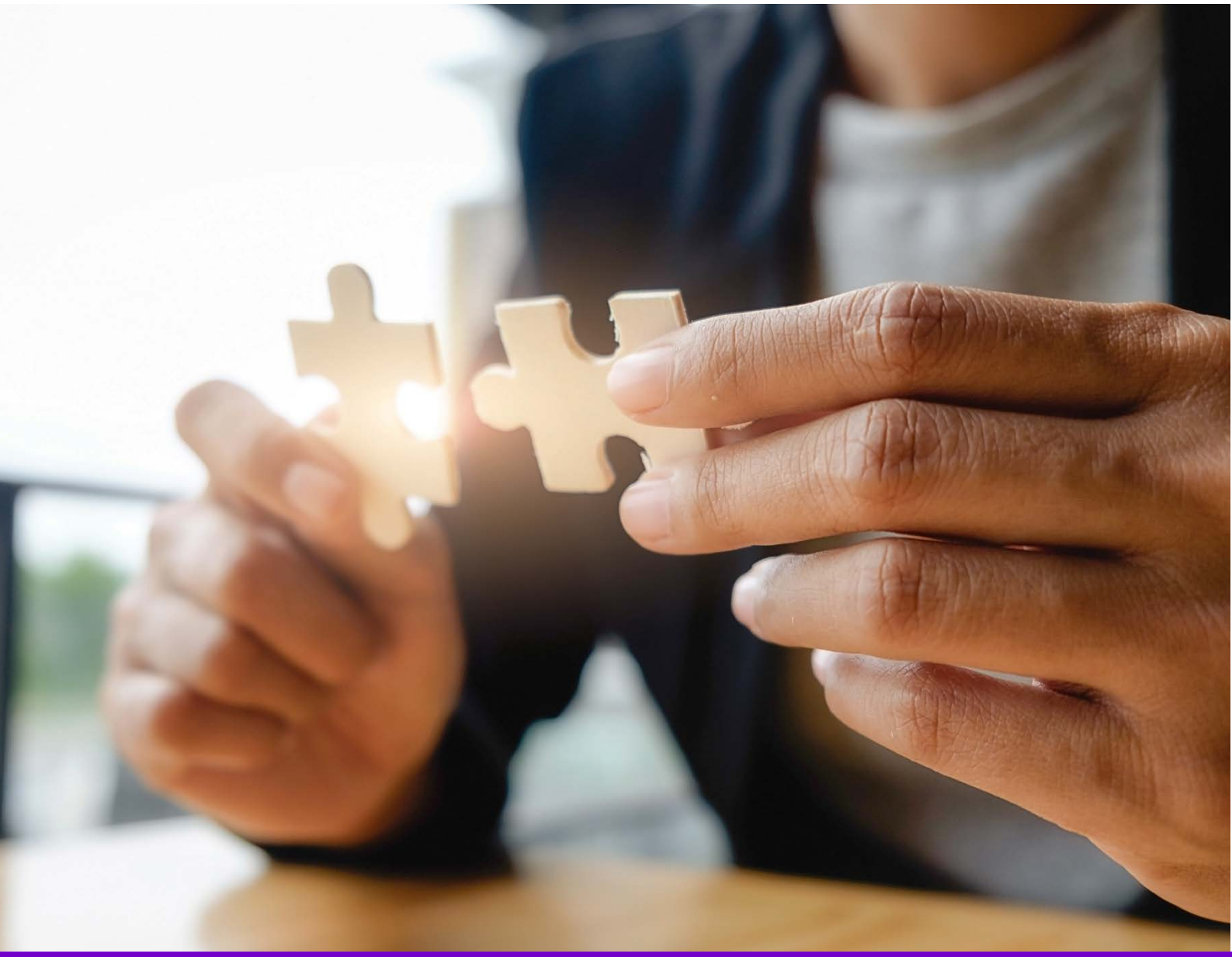
- Οι ΜΜΕς από τις τρεις χώρες πιστεύουν ότι στο μέλλον θα εξακολουθήσουν να αντιμετωπίζουν ορισμένες από τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν τώρα, δηλαδή 1) «Δέσμευση πόρων (προϋπολογισμός, ανθρώπινοι πόροι, χρόνος κλπ.) στην ανάπτυξη προσωπικού», 2) «Παρακίνηση των εργαζομένων να συνεχίσουν την επαγγελματική και προσωπική τους ανάπτυξη» και 3) «Συσχέτιση των οργανωτικών, επιχειρησιακών και ατομικών εκπαιδευτικών αναγκών». Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων πιστεύει επίσης ότι 4) «το να καταστεί η εκπαίδευση ως μια από τις θεμελιώδεις αξίες της εταιρείας» θα αποτελέσει εμπόδιο.

- Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων συμφώνησε ότι 1) η «Σαφής στρατηγική /πολιτική ανάπτυξης προσωπικού», 2) τα «Σαφή και αποτελεσματικά εργαλεία για την αξιολόγηση των δεξιοτήτων των εργαζομένων και της κατάρτισης» και 3) τα «Καλύτερα προγράμματα / συστήματα για την αξιολόγηση των πλεονεκτημάτων των προγραμμάτων ανάπτυξης του προσωπικού (όπως η αυξημένη παραγωγικότητα, κ.λπ.) θα μπορούσαν να βοηθήσουν τις ΜΜΕ να ξεπεράσουν τις επικείμενες προκλήσεις και να συνεχίσουν να προσφέρουν ευκαιρίες ανάπτυξης του προσωπικού στο μέλλον. Ειδικοί και επαγγελματίες από την Πορτογαλία και την Ελλάδα πιστεύουν επίσης ότι «τα μεγαλύτερα κίνητρα των εργαζομένων», το «λογικό κόστος των προγραμμάτων κατάρτισης (διατίθενται εκτός της εταιρείας)» και η «διαθεσιμότητα εξατομικευμένων προγραμμάτων (διαθέσιμα εκτός της εταιρείας)» θα χρειάζονταν για να ξεπεραστούν οι προκλήσεις.

- Οι ερωτηθέντες από την Ελλάδα πρόσθεσαν ότι τα «κυβερνητικά κίνητρα / εξωτερική χρηματοδότηση» θα βοηθούσαν επίσης στην αντιμετώπιση των προκλήσεων.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)



Συστάσεις

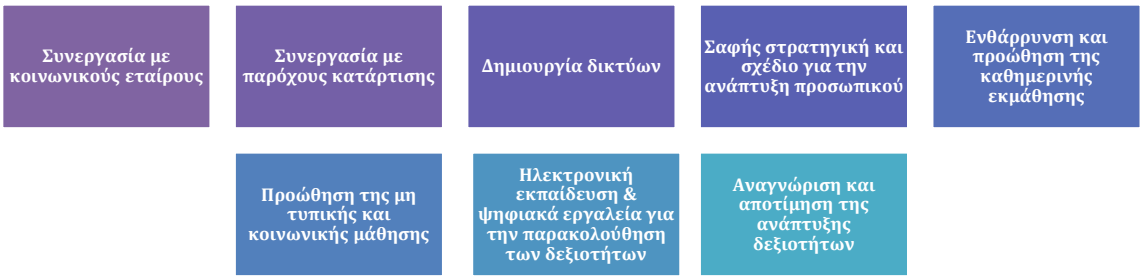
Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Growing

1. Για τους Εργοδότες

Για τη βελτίωση του επαγγελματικού προσανατολισμού και της εκπαίδευσης στο χώρο εργασίας, ενώ παράλληλα αντιμετωπίζονται οι υπάρχουσες προκλήσεις, οι ΜΜΕς πρέπει να σχεδιάσουν μια στρατηγική προσέγγιση που θα θέσει την εκπαίδευση στο επίκεντρο των καθημερινών δραστηριοτήτων της εταιρείας και θα την κάνει θεμελιώδη αξία. Οι κύριες συστάσεις για να βοηθήσουν τις ΜΜΕ να οικοδομήσουν/ βελτιώσουν τη στρατηγική τους προσέγγιση στην εκπαίδευση στο χώρο εργασίας είναι:

Σχήμα 26. Κύριες συστάσεις για την καθοδήγηση των ΜΜΕ στον καθορισμό στρατηγικής για την εκπαίδευση στο χώρο εργασίας



Κάθε μία από αυτές τις συστάσεις περιγράφεται λεπτομερέστερα στους παρακάτω πίνακες.

Σχήμα 27. Σύντομη περιγραφή των συστάσεων για τη στήριξη των ΜΜΕ ώστε να καθορίσουν και να εφαρμόσουν τη στρατηγική τους σχετικά με την εκπαίδευση στο χώρο εργασίας

1) Συνεργασία με κοινωνικούς εταίρους (συνδικάτα, οργανώσεις εργοδοτών, κυβερνητικοί φορείς κλπ.)
Οι κοινωνικοί εταίροι μπορούν να προσφέρουν πληροφορίες και πόρους για την ανάπτυξη δεξιοτήτων και να βοηθήσουν στη μείωση του διοικητικού φόρτου. Οι ΜΜΕς μπορούν να συνεργαστούν με αυτούς τους οργανισμούς και να ζητήσουν την υποστήριξή τους και να οργανώσουν δραστηριότητες για την ανάπτυξη δεξιοτήτων των εργαζομένων. Για παράδειγμα, τα συνδικάτα προσφέρουν συνήθως μαθήματα στους υπαλλήλους, παρέχουν ευκαιρίες δικτύωσης και πληροφορίες σχετικά με τις τάσεις σε τομείς και τη βιομηχανία. Οι οργανώσεις των εργοδοτών μπορούν επίσης να παρέχουν κατάρτιση, να κανονίζουν διάφορες διοικητικές πτυχές, να παρέχουν πληροφορίες σχετικά με διαθέσιμες ευκαιρίες κλπ.
2) Συνεργασία με παρόχους εκπαίδευσης και κατάρτισης ενηλίκων
Απαιτείται στενή συνεργασία με δημόσιους και ιδιωτικούς παρόχους εκπαίδευσης και κατάρτισης για την ανάπτυξη εξατομικευμένων μαθημάτων για τις ΜΜΕς. Τα εξατομικευμένα μαθήματα, τις περισσότερες φορές, έχουν υψηλότερα ποσοστά επιτυχίας από τα προκαθορισμένα μαθήματα. Οι ΜΜΕς πρέπει να διατηρούν επαφή με τους τοπικούς τους παρόχους και να συνεργάζονται μαζί τους για την αναγνώριση των δεξιοτήτων που πρέπει να αναπτυχθούν και τον καλύτερο τρόπο για να το κάνουν.
3) Δημιουργία Δικτύων με άλλες εταιρείες
Η δικτύωση με άλλες εταιρείες παρόμοιου μεγέθους ή με εταιρείες του ίδιου τομέα μπορεί να βοηθήσει να ξεπεραστούν τα υφιστάμενα εμπόδια στην παροχή κατάρτισης δεξιοτήτων. Για παράδειγμα, εταιρείες που έχουν

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

παρόμοιες ανάγκες ανάπτυξης δεξιοτήτων και κατάρτισης μπορούν να συνεργαστούν ζητώντας από τους παρόχους εκπαίδευσης και κατάρτισης να προετοιμάσουν ένα εξατομικευμένο μάθημα για αυτούς, μειώνοντας έτσι το κόστος του. Οι εταιρείες και οι εργαζόμενοί τους, επίσης, σε περίπτωση που δεν είναι άμεσοι ανταγωνιστές, μπορούν να επωφεληθούν από επισκέψεις ανταλλαγής εργασίας.
Επιπλέον, η συμμετοχή σε επιχειρηματικά δίκτυα και εκδηλώσεις δικτύωσης μπορεί να ενισχύσει τη συνεργασία και τις νέες ευκαιρίες συνεργασίας, ωφελώντας τις επιχειρήσεις γενικά.

4) Σαφής στρατηγική ανάπτυξης προσωπικού και Σχέδιο ανάπτυξης εργαζομένων

Η σαφής στρατηγική ανάπτυξης του προσωπικού είναι ένα βασικό βήμα για την ανάπτυξη/ βελτίωση του επαγγελματικού προσανατολισμού και της εκπαίδευσης στο χώρο εργασίας. Η στρατηγική πρέπει να καθορίζει με σαφήνεια τις δεξιότητες που ήδη διαθέτουν οι εργαζόμενοι και τις δεξιότητες που πρέπει να αναπτυχθούν (ανάλυση του χάσματος δεξιοτήτων), σε ποιες δεξιότητες πρέπει να δοθεί προτεραιότητα κλπ. καθώς και ποιες ενέργειες ή μέτρα πρέπει να ληφθούν για την επίτευξη αυτών των δεξιοτήτων /στόχων . Η στρατηγική ανάπτυξης του προσωπικού πρέπει επίσης να περιλαμβάνει εργαλεία και συστήματα παρακολούθησης και αξιολόγησης της ποιότητας για να διασφαλιστεί ότι η εκπαίδευση στο χώρο εργασίας παραμένει σχετική και αποτελεσματική. Το πιο σημαντικό, η στρατηγική ανάπτυξης θα πρέπει να είναι ευέλικτη και όχι πολύ τυποποιημένη, ώστε να μην προσθέσει επιπλέον διοικητικό φόρτο στην εταιρεία. Εκτός από την υιοθέτηση μιας σαφούς στρατηγικής ανάπτυξης του προσωπικού, οι ΜΜΕς θα πρέπει επίσης να σκεφτούν να δημιουργήσουν ένα σχέδιο ανάπτυξης εργαζομένων. Σε ορισμένες χώρες, π.χ. στην Πορτογαλία, οι εργοδότες έχουν την υποχρέωση να παρέχουν σχέδια ανάπτυξης δεξιοτήτων ή κατάρτισης, βάσει νόμου. Ουσιαστικά, το πρόγραμμα ανάπτυξης εργαζομένων είναι ένα έγγραφο που περιέχει συγκεκριμένους στόχους και ένα σχέδιο δράσης για την ανάπτυξη δεξιοτήτων των εργαζομένων που χρησιμοποιείται τόσο από τον εργαζόμενο όσο και από τον εργοδότη. Ένα πρόγραμμα ανάπτυξης εργαζομένων μπορεί να βοηθήσει τους υπαλλήλους να μάθουν, να αναπτυχθούν και να διαπρέψουν και, γενικά, μπορεί να βοηθήσει στη βελτίωση της παραμονής των εργαζομένων. Έχοντας διευθετήσει σχέδια ανάπτυξης για τους υπαλλήλους, οι ΜΜΕς μπορούν να αντιμετωπίσουν το μελλοντικό σχεδιασμό καθώς και την ανάπτυξη επιχειρηματικής στρατηγικής.

5) Ενθάρρυνση και προώθηση της εκπαίδευσης σε καθημερινές επιχειρηματικές δραστηριότητες

Για να είναι επιτυχημένες, οι περισσότερες ΜΜΕς πρέπει να μπορούν να προσαρμόζονται γρήγορα και να βρίσκουν νέους τρόπους ανάπτυξης της επιχείρησης. Με αυτόν τον τρόπο, νέες ευκαιρίες μάθησης μπορούν να προκύψουν από νέα έργα ή υπηρεσίες που προσφέρονται από την εταιρεία, για παράδειγμα μέσω της σύνδεσης της εκπαίδευσης με ένα νέο έργο της εταιρείας. Η ενσωμάτωση των στόχων ανάπτυξης δεξιοτήτων των εργαζομένων σε αυτές τις δραστηριότητες μπορεί να τους επιτρέψει να επιτύχουν τους αναπτυξιακούς στόχους χωρίς διακοπή ή με ελάχιστη διακοπή στις καθημερινές δραστηριότητες και να αυξήσει το χρόνο εργασίας.

6) Προώθηση της μη τυπικής και κοινωνικής μάθησης

Εκτός από την τυπική μάθηση, οι ΜΜΕς και οι εργαζόμενοί τους μπορούν επίσης να επωφεληθούν από τη μη τυπική και κοινωνική μάθηση στο χώρο εργασίας, χωρίς να απαιτούνται πολλοί πόροι (άδεια από την εργασία, προϋπολογισμός για εκπαίδευση, ταξίδια, διαμονή κλπ.). Όπως η τυπική μάθηση, η μη τυπική μάθηση μπορεί επίσης να είναι πολύ δομημένη ή ημι-δομημένη με συγκεκριμένους σκοπούς και στόχους. Η μη τυπική μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να εισαγάγει νέους εργαζομένους στην κουλτούρα της εταιρείας, να αναπτύξει τις τεχνικές και διαπροσωπικές δεξιότητες των υπαρχόντων εργαζομένων και να οξύνει τις δεξιότητες των

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

διευθυντών και των εποπτών. Αυτός ο τύπος μάθησης εκτιμάται επειδή είναι συνήθως άμεσα σχετικός και θα μπορούσε να εφαρμοστεί στην πράξη. Το παράδειγμα της μη τυπικής μάθησης - εσωτερική εκπαίδευση. Κοινωνική μάθηση σημαίνει μάθηση από άλλους ανθρώπους, σε αυτήν την περίπτωση, συναδέλφους, επόπτες, διευθυντές κ.λπ. παρατηρώντας τους, θέτοντας ερωτήσεις, μοιράζοντας πηγές γνώσης κλπ. Η κοινωνική μάθηση μπορεί επίσης να γίνει εκτός της εταιρείας χρησιμοποιώντας ψηφιακά εργαλεία - συμμετέχοντας σε συζητήσεις σε φόρουμ, ιστολόγια, βίντεο μαθήματα, κλπ. Αυτός ο τύπος μάθησης γίνεται σε συγκεκριμένη ώρα, επιτρέποντας στους υπαλλήλους να λάβουν πληροφορίες ακριβώς όταν τις χρειάζονται και να τις εφαρμόσουν γρήγορα για να ολοκληρώσουν την εργασία ή να επιτύχουν έναν στόχο. Η κοινωνική μάθηση όχι μόνο υποστηρίζει τη συνεχή μάθηση, αλλά επίσης ενισχύει την οργανωτική κουλτούρα, ενισχύει τη συνεργασία στο χώρο εργασίας και αυξάνει την παραγωγικότητα. Μερικά από τα παραδείγματα της κοινωνικής μάθησης μπορεί να είναι η συμβουλευτική, η καθοδήγηση, και η διαδικτυακή εκπαίδευση. Ωστόσο, είναι σημαντικό να κατανοήσουμε ότι τόσο η μη τυπική όσο και η κοινωνική μάθηση δεν χρησιμοποιούνται για την αντικατάσταση των τυπικών μαθησιακών δραστηριοτήτων (π.χ. κατάρτιση) αλλά μάλλον για αλληλεπικάλυψη, επιτρέποντας τη μεταφορά γνώσεων με τρόπο που η τυπική μάθηση δεν μπορεί. Επίσης, σε αντίθεση με την τυπική μάθηση, οι ικανότητες και τα προσόντα που αποκτήθηκαν κατά τη διάρκεια της μη τυπικής μάθησης και της κοινωνικής μάθησης τις περισσότερες φορές δεν αναγνωρίζονται επίσημα. Ιδανικά, οι ΜΜΕς πρέπει να στοχεύουν στον συνδυασμό τυπικών, μη τυπικών και κοινωνικών μεθόδων εκπαίδευσης και στρατηγικών, με αποτέλεσμα μια πιο συνεκτική και ολιστική προσέγγιση στην ανάπτυξη δεξιοτήτων των εργαζομένων. Ωστόσο, κάθε εταιρεία πρέπει να εξετάζει το πλαίσιο των δραστηριοτήτων της και τη φύση των δεξιοτήτων που εμπλέκονται για να επιλέξει τον καλύτερο συνδυασμό. Εκτός από την τυπική μάθηση, οι ΜΜΕς και οι εργαζόμενοι μπορούν να επωφεληθούν από τη μη τυπική και κοινωνική μάθηση.

7) Διαδικτυακή εκπαίδευση και ψηφιακά εργαλεία για την παρακολούθηση της διαδικασίας ανάπτυξης δεξιοτήτων

Η διαδικτυακή εκπαίδευση παρέχει στις ΜΜΕς πολλές περισσότερες επιλογές, ειδικά όταν πρόκειται για συγκεκριμένη εκπαίδευση όπου οι ομιλητές/ εκπαιδευτές δεν είναι διαθέσιμοι σε τοπικό επίπεδο, καθώς εξοικονομεί πόρους και επιτρέπει να ξεπεραστούν οι γεωγραφικοί περιορισμοί. Προσφέρει, επίσης, ευελιξία στους υπαλλήλους σχετικά με την ώρα, καθώς μπορούν να μάθουν στο διαδίκτυο οποιαδήποτε ώρα τους εξυπηρετεί, είτε κατά τη διάρκεια είτε εκτός του ωραρίου εργασίας. Επιπλέον, η διαδικτυακή εκπαίδευση μπορεί να είναι ένας πιο αποτελεσματικός τρόπος εκμάθησης καθώς εξυπηρετεί διαφορετικούς τρόπους μάθησης, επιτρέποντας στους υπαλλήλους να μαθαίνουν με τον δικό τους ρυθμό. Ωστόσο, εάν η εταιρεία δεν αισθάνεται έτοιμη για διαδικτυακή εκπαίδευση λόγω περιορισμένων πόρων, έλλειψης γνώσεων ή ψηφιακών δεξιοτήτων των εργαζομένων, η συνδυαστική/μικτή μάθηση μπορεί να είναι μια εξαιρετική επιλογή. Η συνδυαστική μάθηση συνδυάζει διδασκαλία δια ζώσης και διάφορες μορφές διαδικτυακής εκπαίδευσης για βιώσιμες και εξατομικευμένες ευκαιρίες μάθησης. Υπάρχουν διάφορα ψηφιακά εργαλεία και λογισμικό που οι εταιρείες μπορούν να χρησιμοποιήσουν για να παρακολουθήσουν τη διαδικασία ανάπτυξης δεξιοτήτων. Τέτοια εργαλεία μπορούν να κυμαίνονται από απλά διαδικτυακά φύλλα έως πιο προηγμένα διαδικτυακά εργαλεία και να περιλαμβάνουν τις τρέχουσες δεξιότητες και δεξιότητες που η εταιρεία και οι εργαζόμενοι πρέπει να αναπτύξουν περαιτέρω για την επίτευξη των στόχων. Τα εργαλεία μπορούν να προσαρμοστούν στα ειδικά χαρακτηριστικά της εταιρείας και να συλλέξουν τα δεδομένα τόσο από τον εργαζόμενο όσο και από τον εργοδότη. Το κύριο πλεονέκτημα της χρήσης τέτοιων ψηφιακών εργαλείων είναι ότι καθιστούν εμφανή τη

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

συνάφεια και την αποτελεσματικότητα της ανάπτυξης δεξιοτήτων και ικανοτήτων τόσο στις ΜΜΕς όσο και στους εργαζομένους. Ωστόσο, είναι σημαντικό να θυμάται κάποιος ότι όσο πιο περίπλοκο είναι το εργαλείο/ λογισμικό, τόσο πιο ακριβό μπορεί να είναι.

8) Αναγνώριση και αποτίμηση της ανάπτυξης δεξιοτήτων εντός της εταιρείας

Η μάθηση στο χώρο εργασίας είναι επωφελής τόσο για τους εργοδότες όσο και για τους εργαζομένους. Καθώς οι άνθρωποι τείνουν να ξοδεύουν μεγάλο μέρος του χρόνου τους στην εργασία, ο χώρος εργασίας μετατρέπεται σε ένα κρίσιμο μαθησιακό περιβάλλον όπου οι ενήλικες μπορούν να αναπτύξουν, όχι μόνο δεξιότητες που σχετίζονται με την εργασία, αλλά και βασικές και εγκάρσιες ικανότητες που μπορούν να χρησιμοποιήσουν στην επαγγελματική και προσωπική τους ζωή. Οι εξειδικευμένοι και εκπαιδευμένοι εργαζόμενοι είναι ένας πολύτιμος παράγοντας για τη διατήρηση της ανταγωνιστικότητας, της παραγωγικότητας και της αύξησης της παραμονής του προσωπικού. Για να αναπτύξουν και να προωθήσουν ένα θετικό και υποστηρικτικό περιβάλλον εργασίας καθώς και να κάνουν τους εργαζομένους τους να αισθάνονται πολύτιμοι, οι ΜΜΕς πρέπει να ευθυγραμμίσουν τις ανάγκες των εργαζομένων με τις συνολικές ανάγκες της εταιρείας. Για να διασφαλιστεί ένα θετικό μαθησιακό περιβάλλον όπου οι εργαζόμενοι έχουν κίνητρα να μάθουν και να αναπτύξουν τις ικανότητές τους, η αναγνώριση διαδραματίζει σημαντικό ρόλο. Ακόμα κι αν οι εργαζόμενοι αναπτύσσουν νέες δεξιότητες και ικανότητες μέσω μη τυπικής, άτυπης και κοινωνικής μάθησης, όπου συνήθως δεν δίνονται επίσημα πιστοποιητικά ή τίτλοι, είναι σημαντικό να τους αναγνωριστεί, να γίνει η πρόοδος τους ορατή και οι εργαζόμενοι να ανταμείβονται για την εργασία τους. Δεν υπάρχει στρατηγική ενός μεγέθους για όλες τις εκτιμήσεις και την αναγνώριση των δεξιοτήτων που αποκτήθηκαν, κάθε εταιρεία συνήθως αναπτύσσει τη δική της στρατηγική. Για παράδειγμα, η στρατηγική μπορεί να περιλαμβάνει την ανάπτυξη δεξιοτήτων ως κριτήρια για την εξέλιξη της σταδιοδρομίας, την αύξηση των αμοιβών, τις ανταμοιβές χωρίς μετρητά, την καλύτερη πρόσβαση σε περισσότερες ευκαιρίες μάθησης εκτός της εταιρείας κλπ. Λαμβάνοντας υπόψη την επίσημη αναγνώριση, υπάρχουν νομικά πλαίσια, δημόσια προγράμματα και ορισμένες ιδιωτικές πρωτοβουλίες, συνήθως σε εθνικό επίπεδο, για επικύρωση ή διαπίστευση μη τυπικής, άτυπης και κοινωνικής μάθησης, όπου οι εταιρείες μπορούν να ενημερωθούν σχετικά.

2. Για ενδιάμεσους οργανισμούς

Στο πλαίσιο αυτής της εργασίας, οι ενδιάμεσοι οργανισμοί περιγράφονται ως οργανισμοί που συνεργάζονται με τις ΜΜΕς, υποστηρίζοντάς τις στην παροχή ευκαιριών ανάπτυξης για τους υπαλλήλους τους, όπως μαθήματα κατάρτισης καθώς και συμβουλευτική, διαχείριση ανθρώπινων πόρων κλπ. Τέτοιοι οργανισμοί μπορούν να είναι δημόσιοι και ιδιωτικοί πάροχοι εκπαίδευσης και κατάρτισης, συνδικάτα, οργανώσεις εργοδοτών, εμπορικά επιμελητήρια και άλλες επαγγελματικές οργανώσεις.

Οι ενδιάμεσοι οργανισμοί θεωρούνται συχνά ως βασικοί παράγοντες στην κατανόηση των αναγκών των ΜΜΕ και την απαλλαγή τους από διοικητικά βάρη που σχετίζονται με την ανάπτυξη δεξιοτήτων των εργαζομένων. Για παράδειγμα, μέσω της συνεργασίας, οι πάροχοι εκπαίδευσης και κατάρτισης ειδικά, μπορούν να υποστηρίξουν τις ανάγκες των ΜΜΕ παρέχοντας ευκαιρίες ανάπτυξης που αντιστοιχούν σε περιορισμούς που υπάρχουν στις ΜΜΕς και σε συγκεκριμένες δεξιότητες και

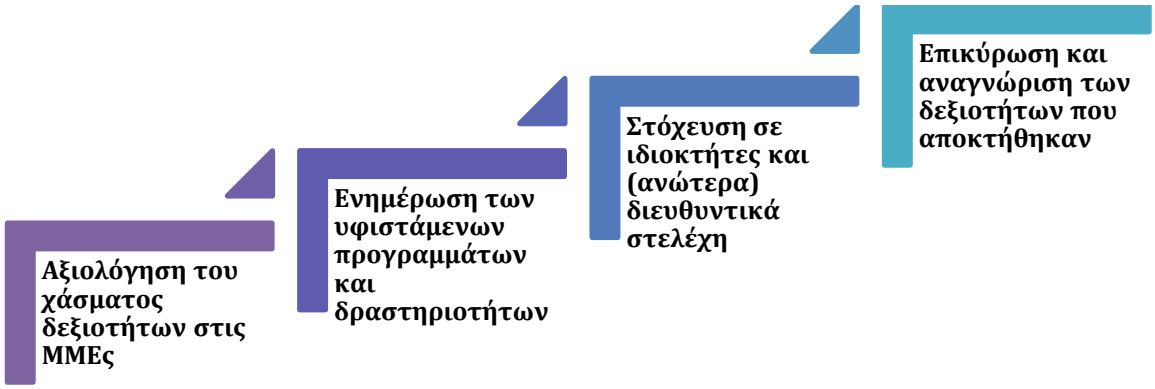
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

ικανότητες που στερούνται. Επιπλέον, οι ενδιάμεσοι οργανισμοί συχνά συμμετέχουν στο διάλογο με τις δημόσιες αρχές και στην εφαρμογή των πολιτικών. [23]

Παρακάτω ακολουθούν συστάσεις, με τις οποίες οι ενδιάμεσοι οργανισμοί μπορούν να εξετάσουν το ενδεχόμενο αύξησης της απόδοσής τους και να επιτύχουν καλύτερα αποτελέσματα στη στήριξη των ΜΜΕ στο ταξίδι τους για αύξηση/ βελτίωση των επαγγελματικών και προσωπικών ευκαιριών ανάπτυξης των εργαζομένων τους.

Σχήμα 28. Συστάσεις σε ενδιάμεσους οργανισμούς για τη στήριξη των ΜΜΕ που παρέχουν ευκαιρίες επαγγελματικής εξέλιξης



[23] Ευρωπαϊκή Επιτροπή - Γενική Διεύθυνση Απασχόλησης, Κοινωνικών Υποθέσεων και Ενσωμάτωσης «Αναβάθμιση και επαναπροσδιορισμός σε πολύ μικρές και μικρές επιχειρήσεις», 2020. Διαθέσιμο διαδικτυακά εδώ.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

Σχήμα 29. Σύντομη περιγραφή των συστάσεων σε ενδιάμεσους οργανισμούς που στηρίζουν τις ΜΜΕς στην παροχή ευκαιριών επαγγελματικής εξέλιξης στους εργαζομένους

1) Αξιολόγηση του χάσματος δεξιοτήτων στις ΜΜΕς
Οι ενδιάμεσοι οργανισμοί πρέπει να είναι σε τακτική επικοινωνία με τις ΜΜΕς έτσι ώστε να κατανοήσουν και να αξιολογήσουν τα υπάρχοντα χάσματα δεξιοτήτων. Αυτό είναι ένα πρώτο βήμα που πρέπει να γίνει, επιτρέποντας σε αυτούς τους οργανισμούς να σχεδιάσουν και να προσφέρουν προγράμματα εκπαίδευσης και κατάρτισης ή δράσεις που ταιριάζουν στις συγκεκριμένες ανάγκες των ΜΜΕ, καθιστώντας τα έτσι πιο ελκυστικά και αξιόλογα. Εκτός από αυτό, η δημιουργία τακτικής επικοινωνίας μπορεί να συμβάλει στη διαφήμιση και τη διάδοση πληροφοριών σχετικά με τις υπάρχουσες ευκαιρίες και δράσεις ανάπτυξης δεξιοτήτων, τις οποίες οι υπεύθυνοι των ΜΜΕ ίσως δυσκολεύονται να βρουν λόγω περιορισμένων ή υπερβολικών διαθέσιμων πληροφοριών.
1) Ενημέρωση των υφιστάμενων προγραμμάτων και δραστηριοτήτων
Οι οργανισμοί πρέπει να αναγνωρίζουν τις αλλαγές που συμβαίνουν στις ΜΜΕς και γενικά στην κοινωνία. Τα μακροχρόνια καθιερωμένα προγράμματα και οι δραστηριότητες, καθώς και ο τρόπος υλοποίησής τους, ενδέχεται να μην ανταποκρίνονται απαραίτητα στις ανάγκες της νέας γενιάς εργατικού δυναμικού, στα διαφορετικά χαρακτηριστικά των οργανισμών και στις μεταβαλλόμενες οικονομικές συνθήκες. Για παράδειγμα, σε μια συνεργασία με ΜΜΕς για τυπική ή μη τυπική εκπαίδευση και κατάρτιση, οι πάροχοι εκπαίδευσης και κατάρτισης μπορούν να αναπτύξουν μαθήματα που δημιουργούν συνέργειες με την άτυπη και κοινωνική μάθηση στην εργασία, καθιστώντας τα συναφή με τις καθημερινές ασχολίες των εργαζομένων, οδηγώντας συχνά σε σπουδαιότερα αποτελέσματα. Εξετάζοντας την τρέχουσα κατάσταση που προκαλείται από την πανδημία και το απρόβλεπτο μέλλον, οι ενδιάμεσοι οργανισμοί θα πρέπει επίσης, εάν δεν το έχουν κάνει ακόμη, να εξετάσουν το ενδεχόμενο να προσφέρουν ποιοτικές ψηφιακές ευκαιρίες μάθησης τόσο για την κάλυψη των ειδικών δεξιοτήτων που απαιτούνται από τις ΜΜΕς όσο και για τις βασικές ψηφιακές δεξιότητες. Επιπλέον, παράλληλα με τα διαδικτυακά μαθήματα, οι πάροχοι εκπαίδευσης και κατάρτισης θα μπορούσαν να προσφέρουν διαδικτυακά εργαλεία αξιολόγησης δεξιοτήτων, πριν και μετά το μάθημα, επιτρέποντας στους υπαλλήλους και τους εργοδότες να δουν την πραγματική πρόοδο παρακολουθώντας την ανάπτυξη δεξιοτήτων. Οι ψηφιακοί πόροι μάθησης που παράγονται από τους παρόχους εκπαίδευσης και κατάρτισης μπορεί συχνά να έχουν χαμηλότερο κόστος και να προσφέρουν μεγαλύτερη ποικιλία προγραμμάτων από ό,τι τα μαθήματα διά ζώσης. Ακόμη, η διαδικτυακή μάθηση επιτρέπει την ευελιξία των εργαζομένων όσον αφορά το χρόνο, το χώρο και τον ρυθμό μάθησης, ενώ ταυτόχρονα αντιμετωπίζει επίσης τους οικονομικούς και χρονικούς περιορισμούς των ΜΜΕ.
1) Στόχευση σε ιδιοκτήτες και (ανώτερα) διευθυντικά στελέχη
Λαμβάνοντας υπόψη τα αποτελέσματα της έρευνας και τις ομάδες εμπειρογνωμόνων, οι ιδιοκτήτες και τα (ανώτερα) διευθυντικά στελέχη είναι οι κύριες ομάδες που τις περισσότερες φορές λαμβάνουν αποφάσεις σχετικά με την ανάπτυξη των εργαζομένων στις ΜΜΕς. Δυστυχώς, για διάφορους λόγους, που προέρχονται από την ιδιαιτερότητα του κλάδου ή της επιχείρησης καθώς και από την έλλειψη ευκαιριών, διαθέσιμων πληροφοριών και πόρων, σε πολλές εταιρείες η κατάρτιση και άλλες ευκαιρίες ανάπτυξης δε θεωρούνται σημαντικές από τους ιδιοκτήτες ή τους διαχειριστές καθώς και από τους εργαζόμενους. Για να προωθηθεί η εκπαίδευση στο χώρο εργασίας και οι ευκαιρίες ανάπτυξης, πρέπει πρώτα να αλλάξει η νοοτροπία των εργοδοτών /εργαζομένων. Μόνο οι ιδιοκτήτες και οι διευθυντές που κατανοούν και εκτιμούν τα οφέλη της

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

συνεχούς ανάπτυξης, έχοντας τη σωστή γνώση μπορούν να οργανώσουν σταθερές ευκαιρίες ανάπτυξης δεξιοτήτων για τους εργαζομένους τους. Έτσι, οι ενδιάμεσοι οργανισμοί, ιδίως οι πάροχοι κατάρτισης και εκπαίδευσης, και οι οργανώσεις εργοδοτών πρέπει να στοχεύουν την κατάρτιση πρώτα στους ιδιοκτήτες και τους διευθυντές, καθώς και στα τμήματα ανθρώπινου δυναμικού, όπου υπάρχουν. Η εκπαίδευση θα πρέπει να ευαισθητοποιήσει σχετικά με τη δια βίου μάθηση, να αναπτύξει δεξιότητες που απαιτούνται για το σχεδιασμό και την υλοποίηση της εκμάθησης σε ευκαιρίες εργασίας και δράσεις, καθώς και να αξιολογεί και να παρακολουθεί τις δεξιότητες. Επιπλέον, η εκπαίδευση πρέπει επίσης να διδάσκει τις δεξιότητες που απαιτούνται για να καθοδηγήσει και να συμβουλεύσει τους εργαζόμενους. Η παροχή τέτοιας εκπαίδευσης στους εργοδότες και η βοήθεια να σκέφτονται στρατηγικά είναι απαραίτητη για να επιβεβαιωθεί το γεγονός ότι γνωρίζουν τα οφέλη και τη σημασία της ανάπτυξης δεξιοτήτων στην εργασία και αυτή η ευαισθητοποίηση θα οδηγήσει σε συγκεκριμένες ενέργειες.

1) Επικύρωση και αναγνώριση των δεξιοτήτων που αποκτήθηκαν

Η επικύρωση και η αναγνώριση των δεξιοτήτων είναι πολύ σημαντικές, ειδικά όταν πρόκειται για μη τυπική, άτυπη ή κοινωνική μάθηση. Οι ενδιάμεσοι οργανισμοί μπορούν να βοηθήσουν τις ΜΜΕς να παρακολουθούν την ανάπτυξη δεξιοτήτων των υπαλλήλων τους - ποιες δεξιότητες διαθέτουν ήδη, ποιες δεξιότητες χρειάζονται να αναπτύξουν και πώς προχωρά η ανάπτυξη. Οι ενδιάμεσοι οργανισμοί που παρέχουν εκπαίδευση ή κατάρτιση σε ΜΜΕς όπως πάροχοι εκπαίδευσης και κατάρτισης, συνδικάτα, οργανώσεις εργοδοτών κλπ. μπορούν να εκδώσουν πιστοποιητικά ή άλλα έγγραφα που να δηλώνουν τις δεξιότητες που προσδιορίστηκαν και εξετάστηκαν. Αυτά τα έγγραφα ενδέχεται να μην είναι απαραίτητα επίσημα αναγνωρισμένα σε εθνικό πλαίσιο. Οι ενδιάμεσοι οργανισμοί μπορούν επίσης να προσφέρουν υποστήριξη και να καθοδηγήσουν τις ΜΜΕς σχετικά με την εφαρμογή των υφιστάμενων εθνικών νομικών πλαισίων, δημόσιων συστημάτων που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τον επίσημο προσδιορισμό, την εξέταση και την αναγνώριση δεξιοτήτων (τυπική, μη τυπική, άτυπη και κοινωνική μάθηση).

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

3. Για τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής σε περιφερειακό και εθνικό επίπεδο

Υπάρχουν διάφορες πολιτικές προσεγγίσεις, προγράμματα και μέτρα σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο, που έχουν σχεδιαστεί για να υποστηρίζουν τις ΜΜΕς στην ανάπτυξη του εργατικού δυναμικού τους. Παρ' όλα αυτά, οι ΜΜΕς εξακολουθούν να αντιμετωπίζουν σοβαρές προκλήσεις και δεν έχουν απαραίτητα εύκολη πρόσβαση σε όλη τη διαθέσιμη στήριξη. Παρακάτω υπάρχει μια λίστα με συστάσεις για τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής σε περιφερειακό και εθνικό επίπεδο, σχεδιασμένες με την έρευνα καλών παραδειγμάτων από υφιστάμενες πολιτικές.

Σχήμα 30. Συστάσεις προς τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής για τη στήριξη των επιχειρήσεων στην παροχή ευκαιριών επαγγελματικής εξέλιξης των εργαζομένων τους

Οι συστάσεις που παρουσιάζονται παραπάνω περιγράφονται εν συντομία στους ακόλουθους πίνακες:

Πίνακας 4 – Σύντομη περιγραφή των συστάσεων που απευθύνονται στους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής για τη στήριξη της διάρθρωσης των επιχειρήσεων και την παροχή ευκαιριών επαγγελματικής εξέλιξης των εργαζομένων τους

1) Ευαισθητοποίηση και αύξηση πληροφόρησης σχετικά με τα υφιστάμενα πλαίσια, τις πολιτικές και τα μέτρα
Οι ΜΜΕς, ειδικά οι πολύ μικρές και οι μικρές εταιρείες, έχουν συνήθως περιορισμένους χρονικούς πόρους με αποτέλεσμα οι διαχειριστές να μην έχουν πολύ χρόνο να αναζητήσουν πληροφορίες σχετικά με τις υπάρχουσες πολιτικές και μέτρα που θα μπορούσαν να στηρίξουν την εταιρεία στην ανάπτυξη δεξιοτήτων εργατικού δυναμικού. Οι διαθέσιμες πληροφορίες συχνά παρουσιάζονται με ασαφή τρόπο όσον αφορά την ορολογία που χρησιμοποιείται ή σε υπερβολική ποσότητα. Πρέπει να αναπτυχθούν συστήματα και ενέργειες όπως αποκλειστικές ενιαίες διαδικτυακές θυρίδες πληροφοριών, σύντομες συναντήσεις δια ζώσης ή διαδικτυακές, καταγεγραμμένα βίντεο, συνεχής επικοινωνία μέσω email κλπ. χρησιμοποιώντας απλή ορολογία, για τη διάδοση των πληροφοριών σχετικά με τις υπάρχουσες ή νέες πολιτικές στις ΜΜΕς, βοηθώντας τους έτσι να ξεπεράσουν την έλλειψη χρόνου και τα γλωσσικά εμπόδια, καθώς και, σε ορισμένες περιπτώσεις, την έλλειψη εμπιστοσύνης για αναζήτηση πληροφοριών και συμμετοχή σε προγράμματα πολιτικής. Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι οι περισσότερες χώρες προσφέρουν διάφορα μέτρα στήριξης δημόσιας χρηματοδότησης, χρησιμοποιώντας είτε εθνικά είτε ευρωπαϊκά κονδύλια, ωστόσο δεν γνωρίζουν όλες οι ΜΜΕς για αυτά ή πώς μπορούν να έχουν πρόσβαση σε αυτά.
2) Δημιουργία συνεργασιών με βασικούς παράγοντες

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

Για να είναι αποτελεσματικές και επιτυχημένες, οι πολιτικές και τα πλαίσια πρέπει να σχεδιαστούν κατά τρόπο που να αντιμετωπίζουν τις υπάρχουσες προκλήσεις και τα εμπόδια που συναντούν οι ΜΜΕς καθώς και να στοχεύουν στις δεξιότητες που χρειάζονται ή θα χρειαστούν στο μέλλον. Ο σχεδιασμός των πολιτικών ποιότητας, η συνεργασία και η επικοινωνία μεταξύ των υπευθύνων χάραξης πολιτικής, των ΜΜΕ και των κοινωνικών εταίρων είναι ζωτικής σημασίας.

Οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής πρέπει να στοχεύουν στην ανάπτυξη συνδέσμων άμεσης επικοινωνίας και να συγκεντρώνουν τους εκπροσώπους όλων των βασικών παραγόντων, να συζητούν και να προετοιμάζουν τα πλαίσια μαζί. Ένα πρόγραμμα που εφαρμόζεται λαμβάνοντας υπόψη τις ανάγκες των βασικών συμμετεχόντων είναι καλύτερο από πολλά προγράμματα που εφαρμόζονται μόνο και μόνο επειδή υπάρχει διαθέσιμη χρηματοδότηση.

3) Διαφοροποίηση της δημόσιας στήριξης για στόχευση συγκεκριμένων αναγκών των ΜΜΕ

Είναι σημαντικό να ληφθεί υπόψη ότι οι ΜΜΕς αποτελούνται από πολύ μικρές, μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις που η καθεμία έχει διαφορετικά χαρακτηριστικά, συγκεκριμένες προκλήσεις και ανάγκες. Τα πλαίσια και οι πολιτικές θα πρέπει να το έχουν υπόψη αυτό και να διαφοροποιούν τις δράσεις όχι μόνο για να απευθύνονται σε μια ευρεία ομάδα, όπως οι ΜΜΕς, αλλά και σε πολύ μικρές και μικρές επιχειρήσεις όπως επίσης και σε μεσαίες επιχειρήσεις. Οι πολιτικές μπορούν επίσης να διαφοροποιηθούν λαμβάνοντας υπόψη τους συγκεκριμένους τομείς.

Επιπλέον, τα πλαίσια και οι πολιτικές θα πρέπει να σχεδιαστούν κατά τρόπο που να μειώνει τη γραφειοκρατία, να προάγει την άτυπη και κοινωνική μάθηση, να προσφέρει κάποιο είδος οικονομικής υποστήριξης και να βοηθά στην αξιολόγηση των δεξιοτήτων και στο σχεδιασμό.

Όσον αφορά τα διαθέσιμα στο κοινό προγράμματα κατάρτισης, θα πρέπει να είναι εξίσου προσαρμοσμένα στα ειδικά χαρακτηριστικά και τις ανάγκες των εταιρειών σε σχέση με το περιεχόμενο, τη μεθοδολογία, τη διάρκεια και τη διοικητική εργασία που απαιτείται.

4) Ανάπτυξη ή ενημέρωση των υφιστάμενων πλαισίων για επικύρωση και αναγνώριση δεξιοτήτων

Η εκπαίδευση στο χώρο εργασίας αφορά κυρίως την ανάπτυξη νέων δεξιοτήτων και ικανοτήτων μέσω διαφόρων μέσων εκμάθησης και όχι την απόκτηση συγκεκριμένων προσόντων. Ωστόσο, είναι εξίσου σημαντικό αυτές οι δεξιότητες και ικανότητες να μπορούν να αξιολογούνται συνεχώς, να επικυρώνονται και να αναγνωρίζονται σε όλα τα εθνικά πλαίσια, επιτρέποντας στους εργοδότες να παρακολουθούν την ανάπτυξη δεξιοτήτων του εργατικού τους δυναμικού και να παρακινούν τους εργαζομένους να μάθουν και να επιτυγχάνουν καλύτερα αποτελέσματα.

Οι περισσότερες χώρες έχουν ορισμένα νομικά πλαίσια και δημόσια σχέδια για την επικύρωση ή τη διαπίστευση της μάθησης στην εργασία. Ωστόσο, αυτά τα πλαίσια κυρίως λόγω της πολυπλοκότητας ή της ορολογίας τους, κλπ. συνήθως δεν χρησιμοποιούνται ευρέως από τις ΜΜΕς και τους κοινωνικούς εταίρους. Οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής θα πρέπει να ενθαρρύνουν την ανάπτυξη των πλαισίων που δεν θα υπάρχουν μόνο σε θεωρητικό επίπεδο αλλά θα είναι εύκολα προσαρμόσιμα και σε πρακτικό επίπεδο. Τέτοια πλαίσια θα πρέπει να αναπτυχθούν στην πράξη μετά από διαβούλευση με εκπροσώπους των ίδιων των ΜΜΕ, καθώς και από κοινωνικούς εταίρους όπως συνδικάτα, οργανώσεις εργοδοτών, φορείς κατάρτισης και εκπαίδευσης κλπ. Μόλις αναπτυχθεί ένα τέτοιο πλαίσιο, όλοι οι άμεσα ενδιαφερόμενοι θα πρέπει να καθοδηγηθούν για το πώς θα το εφαρμόσουν στην πράξη.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

CEDEFOP "European skills and jobs survey (ESJS)", 2014. Available online here.

Centre for European Policy Studies "Study on mapping opportunities and challenges for micro and small enterprises in offering their employees up- or re-skilling opportunities", May 2020.

DG Employment, Social Affairs and Equal Opportunities: SME Training Guide, 2008.

Eurofound "Sixth European Working Conditions Survey: 2015", available online here.

European Commission – Directorate-General for Employment, Social Affairs and Inclusion "Up- and re- skilling in micro and small companies. Good practises", 2020. Available online here.

European Commission "SBA Fact Sheet & Scoreboard: Greece", 2019.

European Commission "SBA Fact Sheet & Scoreboard: Portugal", 2019.

European Commission "SBA Fact Sheet & Scoreboard", 2019.

European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, "Código do Trabalho; Lei n.º 105/2009, de 14 Setembro", available online here.

Eurostat Glossary: Adult education survey (AES). Available online here.

Final report of the ET 2020 Working Group 2016 – 2018 on Adult Learning "Promoting adult learning in the workplace" 2018. Available online here.

OECD "Coronavirus (COVID-19): SME Policy Responses", June 2020. Available online here.

OECD "Getting Skills Right: Making adult learning work in social partnership", 2019. Available online here.

1OECD SME and Entrepreneurship Outlook 2019, p. 363, Table E - Sectors where new enterprises create jobs. Available online here.

1"The small business act for Europe", 2008. Available online here.

UEAPME "A view on the COVID impact on and support measures for SMEs", 2020. Available online here.

Valamis "11 Employee Development Methods", 2020. Available online here.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. (Project Nº.: 612865-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-PI-FORWARD)

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union