

**« ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΕΣ ΑΝΑΓΚΕΣ ΚΑΙ ΑΝΑΓΚΕΣ
ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ / ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ
ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ »**

ΕΚΘΕΣΗ - ΜΕΛΕΤΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

I. ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Τα δεδομένα σχετικά με την κατανομή των επιχειρήσεων ανά κωδικό δραστηριοποίησης, ανά γεωγραφική περιοχή και ανά μέγεθος επιχείρησης αντλήθηκαν από τα διαθέσιμα στοιχεία της ΕΣΥΕ με έτος αναφοράς το 2005. Στην ταξινόμηση των κλάδων οικονομικής δραστηριότητας το εμπόριο αναφέρεται σε τρεις μεγάλες ομάδες οι οποίες καλύπτονται από τους κωδικούς 50,51 και 52 σε επίπεδο διψήφιου κωδικού. Η ανάλυση καταλήγει σε επίπεδο τετραψήφιου κωδικού ανά κατηγορία επιχειρήσεων.

Στην Στατιστική ταξινόμηση των Κλάδων οικονομικής δραστηριότητας-1991 (ΣΤΑΚΟΔ-91) και στις μεγάλες ομάδες των διψήφιων κωδικών, 50, 51 και 52, όπως περιγράφεται παρακάτω, υπάγονται το Χονδρικό και Λιανικό εμπόριο, επισκευή οχημάτων, μοτοσικλετών και ειδών προσωπικής χρήσης. Αναλυτικά, η κατηγοριοποίηση έχει ως εξής :

- Στον κωδικό 50 υπάγονται το «*Εμπόριο, συντήρηση και επισκευή οχημάτων και μοτοσικλετών και λιανική πώληση καυσίμων οχημάτων*». Σε αυτόν το κωδικό υπάγονται 5 περιπτώσεις.
- Στον κωδικό 51 υπάγεται το «*Χονδρικό εμπόριο και το εμπόριο με προμήθεια, εκτός από το εμπόριο αυτοκινήτων οχημάτων και μοτοσικλετών*». Σε αυτόν το κωδικό υπάγονται 43 περιπτώσεις.

- Στον κωδικό 52 υπάγεται το «*Λιανικό εμπόριο (εκτός από το εμπόριο αυτοκινήτων οχημάτων) και η επισκευή ειδών οικιακής και προσωπικής χρήσης*». Σε αυτόν το κωδικό υπάγονται 39 περιπτώσεις.

Από το σύνολο κατηγοριών οι οποίες συμπεριλαμβάνονται στους ως άνω κωδικούς για την πραγματοποίηση της ποσοτικής έρευνα επιλέχθηκαν οι κατηγορίες των επιχειρήσεων που αναφέρονται παρακάτω ανά τριψήφιο κωδικό:

Κωδικός 51. Χονδρικό εμπόριο τροφίμων, ποτών και καπνού (513), Χονδρικό εμπόριο ειδών οικιακής χρήσης (514), Χονδρικό εμπόριο μη αγροτικών ενδιάμεσων προϊόντων(515), Χονδρικό εμπόριο μηχανημάτων, μηχανολογικού εξοπλισμού και συναφών ειδών (516).

Κωδικός 52. Λιανικό εμπόριο σε μη ειδικευμένα καταστήματα (521), Λιανικό εμπόριο κρέατος και προϊόντων κρέατος (522), Λιανικό εμπόριο ιατροφαρμακευτικών ειδών, καλλυντικών και ειδών τουαλέτας (523), Λιανικό εμπόριο καινούριων ειδών σε ειδικευμένα καταστήματα (524), Άλλο λιανικό εμπόριο καινούριων ειδών σε ειδικευμένα καταστήματα (525).

Στην γεωγραφική κατανομή, σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΣΥΕ, οι επιχειρήσεις που υπάγονται στον κωδικό 50 εμφανίζουν ποσοστό **11,4%**, οι επιχειρήσεις που υπάγονται στον κωδικό 51 εμφανίζουν ποσοστό **26,2%** και τέλος οι επιχειρήσεις που υπάγονται στον κωδικό 52 εμφανίζουν ποσοστό **62,4%**. Με βάση τα στοιχεία αυτά μπορούμε να προσδιορίσουμε την κατανομή των επιχειρήσεων ανά κωδικό, ανά υποπερίπτωση κωδικού και ανά γεωγραφική περιφέρεια. Για παράδειγμα, στην περίπτωση 521 του κωδικού 51 στον οποίο υπάγεται το «*Λιανικό εμπόριο σε μη ειδικευμένα καταστήματα*» δραστηριοποιούνται 25.990 επιχειρήσεις (ποσοστό 8,3% επί του συνόλου των επιχειρήσεων). Στην Ανατολική Μακεδονία & Θράκη δραστηριοποιείται το 7% των επιχειρήσεων εμπορίου, στην Κεντρική Μακεδονία το 18% κτλ.

Με βάση τα ως άνω σε συνδυασμό με τα στοιχεία για την κατανομή των επιχειρήσεων σε πανελλαδικό επίπεδο ανά μέγεθος (αριθμό ατόμων που απασχολεί) συστήθηκε το δειγματοληπτικό πλαίσιο και ακολουθήθηκε η μέθοδος της στρωματοποιημένης δειγματοληψίας. Τα στρώματα αποτέλεσαν οι διοικητικές περιφέρειες της χώρας με τις νήσους Αιγαίου και Ιονίου, το μέγεθος της επιχείρησης όπως αυτό ορίζεται από τον αριθμό των ατόμων που απασχολεί η επιχείρηση, ο κλάδος της οικονομικής δραστηριότητας στον οποίο δραστηριοποιείται η επιχείρηση. Δειγματοληπτικό πλαίσιο αποτέλεσαν οι επιχειρήσεις που υπάγονται στους κωδικούς 51 και 52 όπως αυτοί ορίζονται από την Στατιστική Ταξινόμηση των Κλάδων Οικονομικής Δραστηριότητας (ΣΤΑΚΟΔ) της ΕΣΥΕ. Με αυτή τη δειγματοληπτική μέθοδο εξασφαλίστηκε η τυχαιότητα και αντιπροσωπευτικότητα του δείγματος ως προς τα βασικά χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων χονδρικού και λιανικού εμπορίου.

Γ.Γ. Ε.Σ.Υ.Ε.											23/10/2007
Π Ι Ν Α Κ Α Σ 2 : Συνοπτικά στοιχεία των βασικών μεταβλητών των επιχειρήσεων εμπορίου κατά τάξη μεγέθους απασχόλησης και κατά τμήμα οικονομικής δραστηριότητας											Έτος : 2005
Σε χιλιάδες ευρώ											
Κωδικός τμήματος Τάξης μεγέθους απασχόλησης	Αριθμός επιχειρήσεων	Μέση ετήσια απασχόληση		Κόστος εργασίας		Ακαθάριστη προστίθμενη αξία	Ακαθάριστη αξία παραγωγής	Κύκλος εργασιών (χωρίς ΦΠΑ)	Ακαθάριστο περιθώριο κέρδους	Συνολικές δαπάνες για αγορά αγαθών και υπηρεσιών	Επενδύσεις
		Σύνολο	Από αυτή : Μισθωτοί και Ημερομίσθιοι	Σύνολο	Από αυτό : Αμοιβές απασχολούμενων						
Σύνολο	312.936	941.233	513.028	9.252.554	7.398.845	19.264.463	37.180.068	145.095.592	35.546.398	120.973.180	4.103.523
50	35.595	103.851	55.107	1.028.641	823.878	2.016.000	3.974.543	21.524.555	3.645.054	20.145.702	627.476
1 άτομο	13.808	13.841	139	2.581	2.376	51.955	232.486	1.552.581	225.248	1.472.206	18.725
2-9 άτομα	20.581	58.881	24.062	357.836	283.764	809.688	1.349.951	8.079.919	1.297.908	7.448.978	99.688
10-19 άτομα	778	10.074	9.382	164.628	130.235	334.170	492.741	2.188.449	460.825	1.920.518	168.170
20-49 άτομα	287	8.598	8.469	184.771	148.750	254.545	555.838	3.116.546	508.997	2.939.958	116.203
50-249 άτομα	137	11.324	11.322	284.406	230.779	498.302	1.192.849	5.636.365	1.033.153	5.429.140	203.887
250 και άνω άτομα	4	1.133	1.133	34.420	27.974	67.340	150.677	950.714	118.923	934.904	23.005
51	82.014	331.690	219.957	4.439.980	3.573.515	9.657.776	20.221.032	75.158.264	19.430.776	66.833.335	1.805.196
1 άτομο	31.448	31.342	1.919	35.515	28.670	580.515	1.302.431	765.268	3.441.684	3.093.529	28.400
2-9 άτομα	44.684	147.772	70.843	1.108.600	885.860	3.180.809	5.658.932	23.117.983	5.583.400	20.216.778	431.392
10-19 άτομα	4.149	55.766	50.913	904.793	721.088	1.705.018	3.135.780	11.229.869	3.041.784	9.744.519	307.461
20-49 άτομα	1.153	32.826	32.319	727.822	580.515	1.302.431	2.995.300	10.326.286	2.889.558	9.518.622	277.607
50-249 άτομα	534	43.101	43.079	1.050.069	852.921	1.906.105	4.992.937	17.481.511	4.737.993	15.814.784	391.296
250 και άνω άτομα	46	20.883	20.883	613.182	504.441	1.213.293	2.672.815	9.380.930	2.470.381	8.445.103	369.021
52	195.327	505.692	238.564	3.783.932	3.001.452	7.500.687	12.994.093	49.012.774	12.470.568	42.994.152	1.670.850
1 άτομο	99.512	99.497	2.724	58.482	48.188	624.323	1.356.131	7.053.422	1.352.312	6.615.288	13.020
2-9 άτομα	92.535	238.238	71.945	970.430	769.099	2.450.719	4.292.002	17.917.988	4.237.861	16.053.626	165.002
10-19 άτομα	2.126	28.205	24.613	383.490	302.058	639.760	1.170.282	3.424.789	1.144.040	2.890.441	138.015
20-49 άτομα	863	24.807	24.157	400.147	320.191	575.304	1.040.949	3.106.444	1.019.254	2.563.217	99.203
50-249 άτομα	221	25.448	25.428	423.909	337.233	823.183	1.283.895	3.230.664	1.241.708	2.504.316	311.647
250 και άνω άτομα	71	89.697	89.697	1.547.474	1.224.684	2.477.386	3.850.234	14.279.465	3.475.394	12.366.963	943.964

Πίνακας 10 : Κατανομή των επιχειρήσεων εμπορίου κατά ομάδα οικονομικής δραστηριότητας (Nace rev. 1.1) και Υ.Π.Α.

Έτος : 2005

Κωδικός ομάδας / ΥΠΑ	Σύνολο επιχειρήσεων	Ανατολική Μακεδονία και Θράκη	Κεντρική Μακεδονία	Δυτική Μακεδονία	Θεσσαλία	Ήπειρος	Ιόνια Νησιά	Δυτική Ελλάδα	Στερεά Ελλάδα	Πελοπόννησος	Αττική	Βόρειο Αιγαίο	Νότιο Αιγαίο	Κρήτη
Σύνολο	312.936	16.421	57.918	8.535	19.989	9.298	7.779	17.348	13.273	15.661	113.056	5.177	11.531	16.951
50	35.595	2.091	6.796	996	2.669	1.174	774	2.092	1.826	2.073	11.543	649	914	1.998
501	3.559	190	656	92	269	94	45	194	143	173	1.458	42	52	151
502	15.713	908	2.929	468	1.091	558	380	895	828	968	4.970	326	441	949
503	7.265	389	1.601	187	548	231	116	405	311	322	2.603	91	141	321
504	2.747	149	331	36	149	85	70	147	93	129	1.248	66	102	142
505	6.311	455	1.278	213	613	207	163	451	450	481	1.264	125	177	435
51	82.014	3.338	16.610	1.836	4.400	1.936	1.357	3.757	2.810	3.388	35.963	959	1.978	3.680
511	14.098	413	2.797	183	816	315	203	699	351	372	6.693	257	336	663
512	3.162	173	650	130	333	161	40	241	231	262	613	60	75	190
513	15.234	759	2.799	253	901	404	403	1.044	706	1.163	5.133	257	575	839
514	19.693	557	3.957	615	640	243	213	584	336	343	11.121	113	352	619
515	17.534	997	3.949	445	1.144	599	338	812	928	816	6.131	191	357	827
518	9.678	379	2.047	176	485	169	118	349	237	368	4.632	76	205	437
519	2.615	59	411	34	83	44	41	27	22	64	1.639	6	79	104
52	195.327	10.992	34.512	5.703	12.919	6.188	5.649	11.499	8.637	10.199	65.550	3.569	8.639	11.273
521	25.990	1.829	4.684	893	2.047	1.103	1.196	2.131	1.516	1.624	5.012	582	1.302	2.072
522	30.036	1.918	5.720	992	2.001	984	596	1.931	1.465	1.421	10.160	687	829	1.331
523	9.588	440	1.825	225	576	264	137	552	402	440	3.887	107	272	462
524	98.503	4.972	16.187	2.660	5.795	2.946	2.885	4.861	3.954	5.043	37.054	1.800	4.846	5.502
525	481	12	74	10	21	6	11	24	7	17	262	6	17	14
526	22.495	1.365	4.627	721	1.878	619	606	1.575	905	1.341	6.029	247	1.092	1.490
527	8.234	457	1.396	201	600	267	217	424	388	314	3.146	139	282	402

Με βάση τα ως άνω η κατανομή του δείγματος των εμπορικών επιχειρήσεων διαμορφώθηκε ως εξής:

	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ
Χονδρικό εμπόριο τροφίμων, ποτών και καπνού	5
Χονδρικό εμπόριο ειδών οικιακής χρήσης	66
Χονδρικό εμπόριο μη αγροτικών ενδιάμεσων προϊόντων, απορριμμάτων και υπολειμμάτων	22
Χονδρικό εμπόριο μηχανημάτων, μηχανολογικού εξοπλισμού και συναφών ειδών	10
Λοιπό χονδρικό εμπόριο	6
Λιανικό εμπόριο σε μη ειδικευμένα καταστήματα	36
Λιανικό εμπόριο τροφίμων, ποτών και καπνού σε ειδικευμένα καταστήματα	46
Λιανικό εμπόριο ιατροφαρμακευτικών ειδών, καλλυντικών και ειδών τουαλέτας	27
Λιανικό εμπόριο καινούριων ειδών σε ειδικευμένα καταστήματα	142
Άλλο λιανικό εμπόριο καινούριων ειδών σε ειδικευμένα καταστήματα	36
ΔΓ/ΔΑ	4
ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	400

Στο τέλος της μελέτης επισυνάπτεται Παράρτημα με το δειγματοληπτικό σχέδιο της έρευνας.

II. ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ

Ακολουθώντας την αναλογικότητα που εφαρμόστηκε στη δειγματοληψία των εμπορικών επιχειρήσεων, έγινε και η επιλογή του δείγματος των εργαζομένων στο εσωτερικό των επιχειρήσεων. Με τη μέθοδο της τυχαίας δειγματοληψίας, ανάλογα με τον αριθμό των εργαζομένων κάθε εμπορικής επιχείρησης, επελέγησαν 1-3 άτομα ανά επιχείρηση. Συνολικά, ο αριθμός των εργαζομένων που απάντησαν το ερωτηματολόγιο ανήλθε στα 520 άτομα.

Με βάση τα ως άνω η κατανομή του δείγματος των εργαζομένων διαμορφώθηκε ως εξής:

ΕΙΔΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ (%)
Χονδρικό Εμπόριο	22,9
Λιανικό Εμπόριο	77,1

ΜΕΓΕΘΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ (%)
1-4	29
5-9	20
10-20	18
21-30	10
31-40	2
41-50	2
51-100	5
101+	7
ΔΓ/ΔΑ	7

III. ΒΑΣΙΚΑ ΕΥΡΗΜΑΤΑ

A. ΕΡΕΥΝΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Πεδίο της έρευνας των επιχειρήσεων του δείγματος είναι το λιανικό εμπόριο για το 72% των επιχειρήσεων και το χονδρικό εμπόριο για το 27% των επιχειρήσεων. Από αυτές το 83% είναι ιδιόκτητες, έναντι 16% όσων δεν είναι ιδιόκτητες. Επιπλέον, το 71% είναι αυτόνομες, το 23% αποτελούν μέλη αλυσίδας καταστημάτων, το 3% ανήκουν σε δίκτυο καταστημάτων franchise και το 1% είναι πολυκαταστήματα.

Όσον αφορά τους υπευθύνους των επιχειρήσεων που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο, το 66% είναι ιδιοκτήτες, το 5% γενικοί διευθυντές και το 20% διευθυντές υποκαταστήματος. Πρόκειται κυρίως για άνδρες (62%), απόφοιτους Λυκείου (34%), ηλικίας 35-44 ετών (33%).

A.1 Απασχόληση και υλικοτεχνική υποδομή

Ο Μέσος Όρος του αριθμού ατόμων που απασχολούνται στις επιχειρήσεις του δείγματος είναι 12 άτομα, ενώ ο μέσος όρος τετραγωνικών μέτρων των κτιρίων που στεγάζουν τις επιχειρήσεις ανέρχεται στα 320,94m².

Όσον αφορά την υλικοτεχνική υποδομή των επιχειρήσεων:

- Το 73% διαθέτουν ηλεκτρονικό υπολογιστή,
- Το 64% διαθέτουν σύνδεση στο ίντερνετ,
- Το 62% διαθέτουν εξοπλισμό διαχείρισης πιστωτικών καρτών,
- Το 51% διαθέτουν λογισμικό διαχείρισης της αποθήκης, ενώ
- Το 43% διαθέτουν δίκτυο ηλεκτρονικών υπολογιστών.

A.2 Συμμετοχή των εμπορικών επιχειρήσεων σε προγράμματα κατάρτισης

Η συμμετοχή των επιχειρήσεων σε προγράμματα κατάρτισης είναι μάλλον χαμηλή. Μόλις το 32% των επιχειρήσεων έχουν συμμετάσχει σε κάποιο πρόγραμμα κατάρτισης και μόνο το 18% έχει συμμετάσχει σε περισσότερα από ένα προγράμματα. Μεγαλύτερη συμμετοχή σε προγράμματα κατάρτισης παρουσιάζεται στο λιανικό εμπόριο (33%, έναντι 28% στο χονδρικό).

Από τις επιχειρήσεις οι οποίες είχαν στο παρελθόν συμμετοχή σε πρόγραμμα κατάρτισης, το 35% συμμετείχαν σε πρόγραμμα που αφορούσε τις πωλήσεις, προκειμένου να βελτιώσουν τις τεχνικές τους στον εν λόγω τομέα, το 25% προσανατολίστηκαν σε πρόγραμμα κατάρτισης πάνω στη χρήση Η/Υ, ενώ το 21% επέλεξαν τη συμμετοχή σε πρόγραμμα που αφορούσε τη διοίκηση (management).

Σύμφωνα με τους υπευθύνους των επιχειρήσεων, φορείς υλοποίησης των παραπάνω προγραμμάτων ήταν κατά κύριο λόγο η εταιρεία στην οποία εργάζονταν (21%), ο Εμπορικός Σύλλογος (13%) ή κάποια ιδιωτική επιχείρηση (9%).

A.3 Ικανοποίηση από τη συμμετοχή στα προγράμματα κατάρτισης

Η χαμηλή σχετικά συμμετοχή των επιχειρήσεων στα προγράμματα κατάρτισης δεν φαίνεται να συνδέεται με την ποιότητα των προγραμμάτων, καθώς όπως προέκυψε από τα αποτελέσματα της έρευνας, η ικανοποίηση από τα προγράμματα, όσον αφορά τις επί μέρους πτυχές τους, βρίσκεται σε ιδιαίτερα υψηλά επίπεδα.

Πιο συγκεκριμένα, από το περιεχόμενο της κατάρτισης των προγραμμάτων πολύ ή αρκετά ικανοποιημένοι δηλώνουν το 90% των ερωτώμενων. Στα ίδια επίπεδα κινείται και το ποσοστό των ικανοποιημένων από το ωράριο των προγραμμάτων (87%), καθώς και από το χώρο διεξαγωγής τους (88%). Σε ελαφρώς χαμηλότερα επίπεδα κινείται η ικανοποίηση των ερωτώμενων από την τεχνική υποστήριξη, σε ό,τι αφορά στον υλικοτεχνικό εξοπλισμό των αναγκών εκπαίδευσης που πραγματοποιήθηκε (81%), αλλά και από τη διάρκεια των προγραμμάτων (82%), ενώ στο 93% φτάνει η ικανοποίηση από τους εκπαιδευτές και τις εκπαιδευτριες των προγραμμάτων κατάρτισης.

A.4 Οι ανάγκες των επιχειρήσεων για κατάρτιση

Οι ανάγκες των επιχειρήσεων για κατάρτιση δεν εντοπίζονται σε έναν και μόνο τομέα. Με προτεραιότητα στα θέματα management (40%), οι επιχειρήσεις εντοπίζουν επίσης την ανάγκη τους για κατάρτιση:

- σε θέματα προσωπικού (39%),
- σε θέματα πωλήσεων – marketing (38%), αλλά και
- σε χρηματοπιστωτικά – χρηματοοικονομικά θέματα (35%).

Χαμηλότερο ενδιαφέρον εκδηλώνεται για προγράμματα κατάρτισης σε θέματα ποιότητας (22%), ενώ αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι τα θέματα πληροφορικής – τηλεματικής έρχονται τελευταία στις ανάγκες των επιχειρηματιών για προγράμματα κατάρτισης (16%).

Αποδεικνύεται, λοιπόν, ότι οι Ελληνικές επιχειρήσεις δεν βασίζουν την ανάπτυξη και εξέλιξή τους στις νέες τεχνολογίες (π.χ. ηλεκτρονικό εμπόριο – e-shopping, κ.λπ), αφού δεν αποτελεί γι' αυτούς/ές προτεραιότητα η κατάρτισή τους σε σχετικά θέματα.

Πιο συγκεκριμένα, για κάθε μία από τις παραπάνω κατηγορίες θεμάτων στα οποία εντοπίζουν οι επιχειρηματίες τις ανάγκες τους για κατάρτιση, ισχύουν τα εξής:

1. Στα θέματα management, μεγαλύτερη ανάγκη για κατάρτιση υπάρχει στους τομείς:
 - της οργάνωσης,
 - της διοίκησης προσωπικού,
 - της επικοινωνίας και των δημοσίων σχέσεων, αλλά και
 - του επιχειρηματικού σχεδίου (Project Management).
2. Στα θέματα προσωπικού, μεγαλύτερη ανάγκη εντοπίζεται στους τομείς:
 - της εκπαίδευσης (οργάνωσης) και
 - στην επιλογή και αξιολόγηση του προσωπικού.
3. Στα χρηματοπιστωτικά – χρηματοοικονομικά θέματα, ανάγκη για κατάρτιση υπάρχει στους τομείς:
 - των αποθεμάτων – ελέγχου,
 - της τιμολόγησης – κοστολόγησης,
 - του ταμειακού προγραμματισμού και
 - του προϋπολογισμού και management.
4. Στα θέματα πωλήσεων – marketing, ανάγκη για κατάρτιση υπάρχει στους τομείς:
 - της διαφήμισης και της διαχείρισης σχεδίου διαφήμισης,
 - στο marketing plan και
 - στον τομέα marketing και ανάπτυξης νέων προϊόντων και υπηρεσιών.
5. Στα θέματα ποιότητας, μεγαλύτερη ανάγκη εντοπίζεται:
 - στον τομέα διασφάλισης ποιότητας κατά ISO και τέλος,
6. Στα θέματα πληροφορικής – τηλεματικής, μεγαλύτερη ανάγκη εντοπίζεται:
 - στους εξοπλισμούς με Η/Υ,
 - στο ηλεκτρονικό εμπόριο και
 - στο internet.

Όσον αφορά δε τις νέες δεξιότητες, η εισαγωγή νέας τεχνολογίας και οργάνωσης δεν σημαίνει απαραίτητως και την πρόσληψη νέου εξειδικευμένου προσωπικού. Αντιθέτως, μεγάλο μέρος των επιχειρήσεων στηρίζεται στην εκπαίδευση του υπάρχοντος προσωπικού (41%), ενώ το 35% προωθεί την εκμάθηση δίπλα σε έμπειρους εργαζόμενους.

Μόνο για το 23% των επιχειρήσεων, η εισαγωγή νέας τεχνολογίας και οργάνωσης αντιμετωπίζεται με προσλήψεις εξειδικευμένου προσωπικού, δυσχεραίνοντας έτσι την απορρόφηση ατόμων εξειδικευμένων σε νέα γνωστικά αντικείμενα στη συγκεκριμένη αγορά εργασίας.

A.5 Πρόγραμμα Δια Βίου Εκπαίδευσης «ΕΡΜΕΙΟΝ»

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, σημαντικό έλλειμμα ενημέρωσης διαπιστώνεται όσον αφορά το Πρόγραμμα Δια Βίου Εκπαίδευσης «ΕΡΜΕΙΟΝ». Το πρόγραμμα παρουσίασε πολύ χαμηλά ποσοστά αναγνωρισιμότητας, καθώς μόλις το 5% των επιχειρήσεων (χονδρικής και λιανικής) είχαν υπόψη τους το πρόγραμμα, το οποίο πληροφορήθηκαν κατά κύριο λόγο από τον εμπορικό σύλλογο (33%), και από τα μέσα ενημέρωσης (εφημερίδες 28% - ραδιόφωνο / τηλεόραση 22%).

Επιπλέον, ακόμα και στους επιχειρηματίες που είναι γνώστες του προγράμματος, αρκετοί δεν εξέφρασαν γνώμη για το πρόγραμμα (39%), ενώ τα ποσοστά αναγνωρισιμότητας των επιμέρους προγραμμάτων του «ΕΡΜΕΙΟΝ» δεν ξεπέρασαν το 6%.

Τα προγράμματα, πάντως, στα οποία καταγράφηκε μεγαλύτερο ενδιαφέρον για κατάρτιση ήταν το «πώς να δημιουργήσετε μια Επιτυχημένη Εμπορική Επιχείρηση» (40%) και το «Επιτυχημένες πωλήσεις στις Εμπορικές Επιχειρήσεις» (38%).

A.6 Κίνητρα για τη συμμετοχή των εμπορικών επιχειρήσεων σε προγράμματα κατάρτισης

Όπως διαπιστώνεται από τα ευρήματα της έρευνας, οι Έλληνες/ίδες επιχειρηματίες είναι μάλλον επιφυλακτικοί ως προς τη συμμετοχή τους σε προγράμματα εκπαίδευσης και κατάρτισης και χρειάζονται ισχυρά κίνητρα προκειμένου να προωθήσουν τη συμμετοχή τους σε σχετικά προγράμματα, και μόνο αν τους εξασφαλίζουν σαφή και διακριτά οφέλη.

Πιο συγκεκριμένα, σχεδόν στο 75% των επιχειρήσεων απάντησαν ότι είναι οικονομικά τα κίνητρα που χρειάζονται προκειμένου να συμμετάσχουν σε σχετικά προγράμματα, ενώ η συμμετοχή του 27% των επιχειρηματιών θα ενθαρρυνόταν (και) από το εάν το πρόγραμμα τους εξασφάλιζε κρατικές και ευρωπαϊκές ενισχύσεις.

Επιπλέον, ένα 32% των επιχειρηματιών επεσήμανε την προϋπόθεση της πλήρους ενημέρωσης τους σε σχέση με τα οφέλη που θα έχουν από την κατάρτιση και εκπαίδευση των εργαζομένων, προκειμένου να προχωρήσουν στη συμμετοχή σε ανάλογο πρόγραμμα.

Τέλος, ένα 26% θα προχωρούσε σε προγράμματα κατάρτισης (και) σε περίπτωση που η πολιτεία το επέβαλλε νομοθετικά.

A. 7 Κατάρτιση και επιμόρφωση στο προσωπικό της εμπορικής επιχείρησης

Μόνο τρεις στις δέκα επιχειρήσεις (32%) έχουν πραγματοποιήσει στο παρελθόν κατάρτιση / επιμόρφωση στο προσωπικό τους. Μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρήσεων που έχουν καταρτίσει τουλάχιστον μία φορά το προσωπικό τους εμφανίζεται στο λιανικό εμπόριο (36% έναντι 22% στο χονδρικό). Στο 39% των περιπτώσεων, ο φορέας πραγματοποίησης του προγράμματος ήταν η ίδια η εταιρεία.

Το θέμα της κατάρτισης ήταν για το 39% των επιχειρήσεων οι τεχνικές πωλήσεων, ενώ στο 14% ήταν η χρήση Η/Υ. Ο Μέσος Όρος των ατόμων που καταρτίστηκαν διαμορφώθηκε στα 10,47 άτομα (4,3 άτομα στο χονδρικό και 10,82 άτομα στο λιανικό εμπόριο), ενώ ο Μέσος Όρος των ωρών που χρειάστηκαν για την ολοκλήρωση του επιμορφωτικού προγράμματος ανήλθε στις 35,86 ώρες.

Αξίζει να σημειωθεί ότι η πλειοψηφία των προγραμμάτων κατάρτισης / επιμόρφωσης του προσωπικού των επιχειρήσεων (54%) πραγματοποιήθηκαν τα τελευταία δύο χρόνια. Αυτό σημαίνει ότι η επιδίωξη της κατάρτισης και επιμόρφωσης του προσωπικού, η οποία βασίζεται στη ιδέα της Δια Βίου Εκπαίδευσης, συνιστά μια εντελώς νέα τάση στις ελληνικές εμπορικές επιχειρήσεις.

Αν και σε μεγάλο ποσοστό των προγραμμάτων δεν παρουσιάστηκαν προβλήματα (88%), στο 12% των περιπτώσεων προέκυψαν δυσκολίες που αφορούσαν κυρίως στην έλλειψη χρόνου / κενών στον παραγωγικό χρόνο (67%). Επιπλέον, στο 27% παρατηρήθηκε αδιαφορία από το προσωπικό της επιχείρησης.

Συνεπώς, εκτός από τους επιχειρηματίες, και οι εργαζόμενοι χρειάζονται ισχυρά κίνητρα για τη συμμετοχή τους σε σχετικά προγράμματα.

B. ΕΡΕΥΝΑ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ

B.1 Η κατανομή του δείγματος

Από τους εργαζόμενους που ανταποκρίθηκαν στην έρευνα, το 77,1% εργάζονται σε επιχείρηση λιανικού εμπορίου, ενώ το 22,9% σε επιχείρηση χονδρικού εμπορίου. Απάντησαν κυρίως γυναίκες (65%), 25-34 ετών (42%), απόφοιτοι μέσης εκπαίδευσης (73%) και η πλειονότητά τους (57%) εργάζονται στον τομέα της παροχής υπηρεσιών (πωλητές), αλλά και ως υπάλληλοι γραφείου (23%).

Το 93% των εργαζομένων είναι Έλληνες/ίδες, ενώ μόλις 7% προέρχονται από άλλες χώρες. Το 54% χρησιμοποιούν υπολογιστή και το 41% χρησιμοποιούν Ίντερνετ στην εργασία τους, ενώ 8 στους 10 μιλούν τουλάχιστον μία ξένη γλώσσα, κυρίως αγγλικά (62%).

Το 29% απασχολούνται σε επιχείρηση με 1-4 άτομα, το 20% σε επιχείρηση που απασχολεί 5-9 άτομα, το 18% σε επιχείρηση που απασχολεί 10-20 άτομα, το 10% σε επιχείρηση που απασχολεί 21-30 άτομα, ενώ σε επιχειρήσεις με προσωπικό 31 άτομα και άνω η ανταπόκριση ήταν αρκετά μικρότερη.

Το 87% είναι μόνιμοι μισθωτοί υπάλληλοι στην επιχείρηση που εργάζονται, το 9% εποχιακοί και το 3% εργάζονται με περιορισμένο ωράριο. Η συντριπτική πλειονότητα των εργαζομένων (93%) είναι ασφαλισμένοι στο ΙΚΑ, ενώ ένα 4% δουλεύουν ανασφάλιστοι.

B.2 Αναγκαιότητα κατάρτισης των εργαζομένων στον εμπορικό τομέα

Όπως προκύπτει από τα ευρήματα της έρευνας, η κατάρτιση και επιμόρφωση αποτελεί ζητούμενο των εργαζομένων στον εμπορικό τομέα. Εννέα στους δέκα εργαζόμενους, και στο χονδρικό και στο λιανικό εμπόριο, κρίνουν αναγκαίες την κατάρτιση και την επιμόρφωση κυρίως για την αύξηση της παραγωγικότητας (35%), αλλά και τη βελτίωση του μορφωτικού επιπέδου των εργαζομένων (34%).

Ένα 16% θεωρούν ότι η επιμόρφωση / κατάρτιση των εργαζόμενων στον εμπορικό τομέα βοηθά στη βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων και των υπηρεσιών, ενώ το 9% θεωρούν ότι με αυτόν τον τρόπο ενισχύεται η εικόνα της επιχείρησης στην τοπική κοινωνία.

Από τα παραπάνω συμπεραίνεται ότι πέρα από τα πρακτικά – άμεσα αποτελέσματα της κατάρτισης των εργαζομένων (αύξηση της παραγωγικότητας, η οποία συνεπάγεται κέρδος για την επιχείρηση), οι εργαζόμενοι δίνουν έμφαση και στην προσωπική τους εξέλιξη μέσω της εργασίας τους, επενδύοντας στα προγράμματα κατάρτισης για τη βελτίωση του μορφωτικού τους επιπέδου.

B.3 Συμμετοχή εργαζομένων σε προγράμματα κατάρτισης

Μόνο το 36% των εργαζομένων έχουν συμμετάσχει σε κάποιο πρόγραμμα κατάρτισης στο παρελθόν. Μεγαλύτερη συμμετοχή εργαζομένων σε προγράμματα κατάρτισης καταγράφηκε στο λιανικό εμπόριο (38%) έναντι του χονδρικού εμπορίου (29%). Η βαθμολογία που δίνουν οι εργαζόμενοι στα προγράμματα κατάρτισης που έχουν συμμετάσχει είναι υψηλή, με το Μέσο Όρο να διαμορφώνεται στο 8,02 με άριστα το 10.

B.4 Οι ανάγκες των εργαζομένων για κατάρτιση

Οι ανάγκες των εργαζομένων για κατάρτιση στις εμπορικές επιχειρήσεις εμφανίζονται κάπως διαφοροποιημένες σε σύγκριση με αυτές των επιχειρηματιών. Ενώ στους επιχειρηματίες, οι προτιμήσεις είναι μοιρασμένες και στα περισσότερα θέματα δεν εμφανίζουν σημαντικές διαφοροποιήσεις, στους εργαζόμενους κυριαρχούν τα θέματα πωλήσεων και marketing (54%) όσον αφορά τις βασικές ανάγκες τους για κατάρτιση.

Τα υπόλοιπα θέματα αναφέρονται σε αρκετά μικρότερο βαθμό:

- ❖ τα θέματα προσωπικού σε ποσοστό 30%,
- ❖ τα θέματα management 28%,
- ❖ τα θέματα ποιότητας 20%,
- ❖ τα θέματα πληροφορικής – τηλεματικής 19% και τέλος,
- ❖ τα χρηματοπιστωτικά – χρηματοοικονομικά θέματα σε ποσοστό 13%.

B.5 Κίνητρα για τη συμμετοχή των εμπορικών επιχειρήσεων σε προγράμματα κατάρτισης

Η αναγκαιότητα ύπαρξης ισχυρών κινήτρων για την ενθάρρυνση των εμπορικών επιχειρήσεων, ώστε να συμμετάσχουν σε προγράμματα εκπαίδευσης και κατάρτισης του προσωπικού τους, η οποία αναδείχθηκε στην έρευνα των επιχειρήσεων (βλ. Α.6), προκύπτει ως συμπέρασμα και από την έρευνα των εργαζομένων.

Μόνο το 34% των εργαζομένων πιστεύουν ότι υπάρχουν ικανά κίνητρα για τις εμπορικές επιχειρήσεις προκειμένου να προωθήσουν προγράμματα κατάρτισης. Το 26% απαντούν δεν υπάρχουν τέτοια κίνητρα, το 25% ότι εξαρτάται ενώ το 15% δεν εκφράζουν γνώμη.

Στους εργαζόμενους στο χονδρικό εμπόριο, μόνο το 25% υποστηρίζουν ότι υπάρχουν ικανά κίνητρα για να συμμετάσχουν οι επιχειρήσεις σε επιμορφωτικά προγράμματα. Αντίθετα, στο λιανικό εμπόριο η ίδια άποψη στηρίζεται από σχεδόν 4 στους 10 εργαζόμενους (38%). Αυτός είναι και ένας από τους βασικούς λόγους που η συμμετοχή σε προγράμματα κατάρτισης είναι μεγαλύτερη στις επιχειρήσεις λιανικής απ' ότι σε αυτές της χονδρικής.

Ειδικά σε ό,τι αφορά τον προσδιορισμό των κινήτρων που θα ωθούσαν τις επιχειρήσεις να συμμετάσχουν σε προγράμματα κατάρτισης / επιμόρφωσης, οι αναφορές των εργαζομένων συμπίπτουν με αυτές των επιχειρηματιών και μάλιστα με την ίδια ιεράρχηση: σε πρώτο πλάνο τα οικονομικά κίνητρα (66%), ακολουθεί η πλήρης ενημέρωση για τα οφέλη που θα έχουν από την κατάρτιση και εκπαίδευση των εργαζομένων (28%) και στη συνέχεια ακολουθεί η ύπαρξη προγραμμάτων που να εξασφαλίζουν κρατικές και ευρωπαϊκές ενισχύσεις (20%).

B.6 Αντικίνητρα για τη συμμετοχή των εργαζομένων σε προγράμματα κατάρτισης

Το ζήτημα του ωραρίου εργασίας του προσωπικού των εμπορικών επιχειρήσεων αποτελεί τροχοπέδη για τη συμμετοχή τους σε προγράμματα κατάρτισης και επιμόρφωσης.

Το 67% των εργαζομένων ανέφεραν το ωράριο ως το βασικό θέμα που τους αποθαρρύνει από τη συμμετοχή τους στα εν λόγω προγράμματα, κάτι το οποίο έχει αποδειχθεί και στην πράξη: όπως είδαμε παραπάνω (βλ.Α.8), στο 67% των επιχειρήσεων απαντήθηκε ότι στα προγράμματα κατάρτισης που συμμετείχε το προσωπικό τους προέκυψαν δυσκολίες που αφορούσαν κυρίως στην έλλειψη χρόνου / κενών στον παραγωγικό χρόνο.

Άλλο ένα σημαντικό αντικίνητρο για τη συμμετοχή των εργαζομένων σε επιμορφωτικά προγράμματα αποτελούν οι αμοιβές και γενικότερα τα οικονομικά ζητήματα (48%).

Συνεπώς, τα οικονομικά οφέλη αναδεικνύονται σε μείζονα προϋπόθεση για την εξασφάλιση της ανταπόκρισης εργαζομένων και επιχειρηματιών σε προγράμματα κατάρτισης.

B.7 Περιεχόμενο εργασίας των εργαζομένων στις εμπορικές επιχειρήσεις

Η ελληνική εμπορική επιχείρηση, όπως κατέδειξε και η έρευνα στις επιχειρήσεις (βλ.Α.5), δεν προωθεί την εξειδίκευση στους κόλπους της: ένας στους τέσσερις εργαζόμενους δεν έχουν συγκεκριμένη και οριοθετημένη εργασία, αντιθέτως ασχολούνται με πολλές και διαφορετικές εργασίες στην καθημερινότητά τους.



Λυκαβηττού 17
106 72 ΑΘΗΝΑ
T: 210-36 13 903
F: 210-36 23 902
E: info@vprc.gr
W: www.vprc.gr

Επιπλέον, η ανάγκη των εργαζομένων για ισχυρά οικονομικά κίνητρα προκειμένου να συμμετάσχουν σε προγράμματα κατάρτισης προκύπτει και από το γεγονός ότι, από το 19% των εργαζομένων που δήλωσαν ότι προτίθενται να αλλάξουν στο μέλλον εργασία ή αντικείμενο εργασίας, το 46% αποσκοπούν στην εύρεση εργασίας που θα τους εξασφαλίσει βελτίωση των αποδοχών τους.

Αξίζει να σημειωθεί ότι το 20% των εργαζομένων που προτίθενται να αλλάξουν εργασία, το κάνουν προκειμένου να βρουν δουλειά στο αντικείμενο σπουδών τους. Και αυτό το στοιχείο ενδεικτικό της απουσίας εξειδίκευσης στις εμπορικές επιχειρήσεις, αφού μεγάλο ποσοστό απασχολούμενων στην αγορά εργασίας του εμπορικού τομέα έχουν σπουδάσει αντικείμενο διαφορετικό απ' αυτό που τυπικά απαιτείται.

Γ. ΣΥΝΟΨΗ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Εξετάζοντας τα αποτελέσματα της έρευνας, διαπιστώνεται ότι, στη μεγάλη πλειονότητά τους, οι επιχειρηματίες και οι εργαζόμενοι που έχουν συμμετάσχει στο παρελθόν σε προγράμματα κατάρτισης έχουν αποκομίσει ιδιαίτερα θετικές εντυπώσεις από αυτά, γεγονός που καθιστά τις εμπορικές επιχειρήσεις ένα “γόνιμο έδαφος” για την εφαρμογή επιμορφωτικών προγραμμάτων προσανατολισμένων στη Δια Βίου Εκπαίδευση.

Η έρευνα στους επιχειρηματίες και τους εργαζομένους των εμπορικών επιχειρήσεων χονδρικής και λιανικής ανέδειξε σημαντικά ζητήματα που μπορούν να καθορίσουν σε μεγάλο βαθμό το περιεχόμενο αλλά και τους τρόπους προώθησης των προγραμμάτων αυτών:

⇒ ***Ενημέρωση – Πληροφόρηση για τα προγράμματα κατάρτισης.***

Το ζήτημα της ενημέρωσης των επιχειρήσεων για τα προγράμματα κατάρτισης που διεξάγονται είναι κομβικό για την προσέλκυση ενδιαφέροντος συμμετοχής από την πλευρά επιχειρηματιών και εργαζομένων.

Η χαμηλή αναγνωρισιμότητα του προγράμματος «ΕΡΜΕΙΩΝ» αναδεικνύει το πρόβλημα της ελλιπούς πληροφόρησης των επιχειρήσεων για τα τρέχοντα προγράμματα, τη στιγμή που ένα από τα βασικά κίνητρα για τη συμμετοχή τους αποτελεί η λεπτομερής γνώση του περιεχομένου των προγραμμάτων κατάρτισης καθώς επίσης και των οφελών που μπορούν να αποκομίσουν από αυτά.

⇒ ***Κίνητρα και οφέλη από τη συμμετοχή στα προγράμματα κατάρτισης.***

Ιδιαίτερη έμφαση πρέπει να δοθεί στα κίνητρα για τη συμμετοχή επιχειρηματιών και εργαζομένων στα προγράμματα κατάρτισης. Τα οφέλη από τη συμμετοχή στα προγράμματα πρέπει να είναι σαφή, διακριτά και άμεσα.

Συνεπώς, στο σχεδιασμό ενός επιμορφωτικού προγράμματος πρέπει οπωσδήποτε να λαμβάνεται υπόψη σε πρώτη φάση η οικονομική ανταμοιβή των συμμετεχόντων, η οποία αποτελεί βασική προϋπόθεση για τη συμμετοχή και των εργαζομένων και των επιχειρήσεων του εμπορικού τομέα.

Επιπλέον, το περιεχόμενο των προγραμμάτων κατάρτισης δεν θα πρέπει να στοχεύει μόνο στην πλήρωση πρακτικών αναγκών της επιχείρησης, αλλά να ικανοποιεί και ευρύτερες ανάγκες των εργαζομένων για δια βίου εκπαίδευση, καλύπτοντας εκπαιδευτικά αντικείμενα δυνατά να “κεντρίσουν” όχι μόνο το επαγγελματικό, αλλά και το προσωπικό ενδιαφέρον των εργαζομένων.

⇒ ***Συνθήκες διεξαγωγής των προγραμμάτων κατάρτισης.***

Η διευκόλυνση της συμμετοχής του προσωπικού των εμπορικών επιχειρήσεων θα πρέπει να κατέχει σημαντική θέση στο σχεδιασμό μελλοντικών προγραμμάτων κατάρτισης. Αυτό συνεπάγεται κυρίως τη διεξαγωγή των προγραμμάτων σε μέρες και ώρες που να εξυπηρετούν ταυτόχρονα και το προσωπικό και την επιχείρηση.

Η διατήρηση της ομαλής λειτουργίας της επιχείρησης την περίοδο διεξαγωγής των προγραμμάτων, σε συνδυασμό με το σεβασμό απέναντι στον παραγωγικό αλλά και τον ελεύθερο χρόνο των εργαζομένων πρέπει να αποτελεί τον στόχο κάθε επιμορφωτικού προγράμματος.

⇒ ***Θεματικές ενότητες των προγραμμάτων κατάρτισης.***

Επιχειρηματίες και εργαζόμενοι δεν εμφανίζουν σημαντικές διαφοροποιήσεις ως προς τα εκπαιδευτικά αντικείμενα στα οποία και εντοπίζουν μεγαλύτερη ανάγκη για κατάρτιση.

Οι απαντήσεις των επιχειρηματιών εμφανίζουν μεγαλύτερη διασπορά, ζητώντας την κάλυψη αρκετών βασικών θεμάτων που σχετίζονται με την εμπορική επιχείρηση, με προτεραιότητα το management.

Ωστόσο και στους επιχειρηματίες, αλλά κυρίως στους εργαζόμενους εκφράζεται έντονη η ανάγκη για προγράμματα που προσανατολίζονται σε θέματα πωλήσεων και marketing.

Λαμβάνοντας υπόψη το γεγονός ότι σημαντικό ποσοστό των επιχειρήσεων έχουν συμμετάσχει στο παρελθόν σε προγράμματα κατάρτισης με αντικείμενο τη βελτίωση των τεχνικών πωλήσεων, αλλά και ευρύτερα δεδομένα, όπως η κρίση στην αγορά λόγω της μειωμένης αγοραστικής δύναμης των πολιτών, κρίνεται ότι, σε μελλοντικά προγράμματα, θα πρέπει να δοθεί έμφαση στα θέματα που αφορούν τεχνικές πωλήσεων και marketing για την προσέλκυση και διατήρηση του αγοραστικού κοινού των επιχειρήσεων.

⇒ ***Το ζήτημα της εξειδίκευσης στις εμπορικές επιχειρήσεις.***

Η απουσία εξειδίκευσης στο προσωπικό των εμπορικών επιχειρήσεων καθιστά απαραίτητη την εισαγωγή εξειδικευμένων θεμάτων στα προγράμματα επιμόρφωσης και κατάρτισης των εργαζομένων των εμπορικών επιχειρήσεων.

Όπως προκύπτει από τα ευρήματα της έρευνας, οι επιχειρηματίες δεν βασίζονται σε εξειδικευμένο προσωπικό για την προσαρμογή της επιχείρησής τους σε νέα οργανωτικά ή τεχνολογικά δεδομένα, με αποτέλεσμα το προσωπικό να επιφορτίζεται με επιπλέον ευθύνες και μη οριοθετημένα καθήκοντα, χωρίς προηγούμενη εκπαίδευση για την εκτέλεσή τους.

Η πρόθεση σημαντικού ποσοστού εργαζομένων να εγκαταλείψουν την εργασία τους για να απασχοληθούν με διαφορετικό αντικείμενο με κύριο στόχο τη βελτίωση των αποδοχών τους ή την ενασχόληση με το αντικείμενο των σπουδών τους, είναι ενδεικτικό μιας αγοράς εργασίας σχετικά ρευστής, στην οποία η εναλλαγή ατόμων στο προσωπικό μιας επιχείρησης δυσχεραίνει την επίτευξη συνέχειας και συστηματικότητας στην κατάρτιση των εργαζομένων.