



**Creative
Survey
2015**

**Το design στην Ελλάδα
Προσφορά, ζήτηση και συνθήκες εργασίας**





Creative Survey 2015

Το design στην Ελλάδα Προσφορά, ζήτηση και συνθήκες εργασίας

www.creativesurvey.gr

Σεπτέμβριος 2015

Υπό την αιγίδα της

**Γενικής Διεύθυνσης Σύγχρονου Πολιτισμού
Υπουργείο Πολιτισμού, Παιδείας και Θρησκευμάτων**

ISBN:978-960-93-7404-0

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>.

Αυδίκος Βασίλης, Καλογερέσης Αθανάσιος, Δημητριάδης Κων/νος και Πενλίδης Κων/νος (2015)

Το Design στην Ελλάδα: Προσφορά, ζήτηση και συνθήκες εργασίας. Αθήνα

Περιεχόμενα

CREATIVE SURVEY 2015

005	Εισαγωγικό Σημείωμα
007	Executive Summary
010	Δημογραφικά Χαρακτηριστικά
015	Γεωγραφία
020	Επαγγελματική κατάσταση και τομέας απασχόλησης
024	Ανάλυση Εισοδημάτων
036	Συνθήκες Εργασίας
042	Τρίτοι Τόποι
047	Χαρακτηριστικά Εταιριών
054	Δίκτυα και συνεργασίες
059	Ενημέρωση, εκπαίδευση, συνέδρια
066	Ικανοποίηση, προβλήματα
073	Μεθοδολογία της έρευνας
075	Σχόλια σχετικά με την έρευνα
089	Credits

01

Εισαγωγικό Σημείωμα

CREATIVE SURVEY 2015

005

Εισαγωγικό Σημείωμα



Κωνσταντίνος Πενλίδης

Συνιδρυτής του Creative Survey, digital designer, και συνδιοργανωτής του Digitized Digital Design Conference.

 niceandneat.gr



Κωνσταντίνος Δημητριάδης

Digital UI/UX. Συνιδρυτής του Creative Survey & UX Magazine. Δημιουργός των Listiki, Joblet & ProjectNeo.

 ohmylovely.com

Το Creative Survey έρχεται να καλύψει το κενό της αξιόπιστης καταγραφής του χώρου του Ελληνικού Design. Μετά από την πρώτη διερευνητική μας προσπάθεια το 2008, αποφασίσαμε να επαναλάβουμε την έρευνα. Αυτή τη φορά όμως, εν όψει και όλων των εξελίξεων οι οποίες έχουν επηρεάσει γενικότερα το επιχειρηματικό τοπίο τα τελευταία 5 χρόνια. Μια τέτοια έρευνα εθνικού βεληνεκούς, δίνει την βάση για λεπτομερή παρατήρηση, την αξιολόγηση και την λήψη αποφάσεων για τον κλάδο του design. Τα δημογραφικά, επιχειρηματικά και οικονομικά στοιχεία που προκύπτουν είναι διαθέσιμα σε όλους, με διαφάνεια.

Ένα από τα σημαντικότερα αποτελέσματα που προκύπτουν είναι η σημαντική ένδειξη εξωστρέφειας του Ελληνικού design. Αυξανόμενο ποσοστό εταιριών και αυτοαπασχολούμενων πλέον κοιτάζουν προς ξένες χώρες για νέα projects, κάτι πολύ αισιόδοξο. Παρατηρούμε επίσης αρκετά νέα δεδομένα στην αγορά, όπως την άνθιση των ψηφιακών μέσω και τα μεγαλύτερα ατομικά εισοδήματα για τους digital designers. Αντίθετα όμως, η πλειοψηφία των σχεδιαστών επικεντρώνεται ακόμα στην παραδοσιακή γραφιστική.

Ταυτόχρονα, εμφανίζονται νέα μοντέλα εργασίας, όπως η συμμετοχή σε start-ups, οι κολλεκτίβες design η εργασία σε συνεργατικούς χώρους, τα οποία βοηθούν περαιτέρω τη δικτύωση. Παρ'όλα αυτά, βλέπουμε ανισότητες στα μέσα ατομικά εισοδήματα ανά φύλο, με τους άνδρες να εμφανίζονται πιο ευνοημένοι. Το Creative Survey του 2015 καλωσορίζει την συμμετοχή δυο νέων επιστημονικών συνεργατών. Η ομάδα διευρύνεται και αυτό αποτελεί μια αρχή για μια τακτικότερα επαναλαμβανόμενη προσπάθεια καταγραφής και σύγκρισης.

Απο σχεδιαστές, για σχεδιαστές.

006

**Βασίλης Αυδίκος**

Λέκτορας του τμήματος Οικονομικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης του Παντείου Πανεπιστημίου

 creativegreece.net

**Αθανάσιος Καλογερέσης**

Επίκουρος Καθηγητής του τμήματος Μηχανικών Χωροταξίας και Ανάπτυξης της Πολυτεχνικής Σχολής του ΑΠΘ

Με χαρά αποδεχθήκαμε την πρόσκληση για τον σχεδιασμό και την επιμέλεια του Creative Survey 2015. Ήταν μια πρόκληση, αφενός γιατί στατιστικά στοιχεία για την αγορά του design υπάρχουν ελάχιστα στην Ελλάδα, αφετέρου γιατί το εγχείρημα είχε διάφορες τεχνικές και ουσιαστικές δυσκολίες. Παρόλα αυτά, ένας μεγάλος αριθμός σχεδιαστών απάντησε στο μακροσκελές ερωτηματολόγιο, κάνοντας το Creative Survey 2015 μια από τις μεγαλύτερες και πιο αξιόπιστες έρευνες για τον κλάδο του design, που έχει επιχειρηθεί ποτέ σε κράτος-μέλος της ΕΕ-28.

Το αποτέλεσμα είναι η ανά χείρας έκθεση, η οποία περιέχει πολλές πληροφορίες για την αγορά και τις εργασιακές συνθήκες των σχεδιαστών στην Ελλάδα. Όπως στα περισσότερα δημιουργικά επαγγέλματα, έτσι και εδώ εντύπωση προκαλούν οι επισφαλείς συνθήκες εργασίας του κλάδου και οι έντονες εισοδηματικές ανισότητες, ενώ ακόμη μεγαλύτερη εντύπωση μας προκάλεσαν τα ευρήματα για την μεγάλη τάση εξωστρέφειας του ελληνικού design.

Σε μία περίοδο που η Ελλάδα αναζητά τους αυριανούς 'πρωταθλητές της' πιστεύουμε ότι το Creative Survey 2015 μπορεί να δώσει το έναυσμα στους Έλληνες σχεδιαστές να στρέψουν τα φώτα της Πολιτείας πάνω στο ελληνικό design και να λάβουν την θέση που τους αξίζει στις διαδικασίες δημιουργίας πολιτικών που θα αντιστρέψουν τα προβλήματα των εργασιακών συνθηκών και θα δώσουν την δυνατότητα στην περαιτέρω ανάπτυξη ενός πολύ δυναμικού και εξωστρεφούς κλάδου της ελληνικής οικονομίας.

02

Executive Summary

CREATIVE SURVEY 2015

Executive Summary

Βασικά Αποτελέσματα

1. Το εργατικό δυναμικό της βιομηχανίας του ελληνικού σχεδίου είναι νεαρής ηλικίας και με πολύ καλή επιστημονική κατάρτιση-εξειδίκευση.

2. Τα 2/3 των Ελλήνων σχεδιαστών διαμένει και εργάζεται στην Αττική ενώ η περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας συγκεντρώνει το 15,7% των Ελλήνων σχεδιαστών.

3. Στον δήμο της Αθήνας διαμένουν 26,6% και εργάζονται 32,2% των σχεδιαστών της Περιφέρειας Αττικής, ενώ οι υπόλοιποι σχεδιαστές δείχνουν μια προτίμηση για την κατοικία στους δήμους των βορείων προαστίων, αφού τα βόρεια προάστια συγκεντρώνουν παραδοσιακά τις μεγάλες εταιρίες επικοινωνίας και διαφημιστικές, που λειτουργούν με το design στις ίδιες αλυσίδες παραγωγής.

4. Το 45% των Ελλήνων σχεδιαστών μοιράζει τον χρόνο εργασίας μεταξύ ενός τυπικού εργασιακού χώρου και του σπιτιού, 21% προτιμούν να εργάζονται αποκλειστικά σε τυπικό εργασιακό χώρο, 20% αποκλειστικά στο σπίτι, ενώ 14% προτιμούν τους λεγόμενους τρίτους τόπους (θερμοκοιτίδες νεοφυών επιχειρήσεων, co-working spaces, εργασιακές κολεκτίβες), με μερική παράλληλη εργασία από το σπίτι.

5. Το 38% των Ελλήνων σχεδιαστών είναι αυτοαπασχολούμενοι / freelancers, 38,7% είναι μισθωτοί πλήρους ή μερικής απασχόλησης, 12,1% είναι ιδιοκτήτες εταιριών που απασχολούν προσωπικό, ενώ 4,7% του δείγματος δήλωσαν φοιτητές. Ακόμη, 6,6% του δείγματος δηλώνουν άνεργοι, εκ των οποίων τα 2/3 είναι μακροχρόνια άνεργοι (πάνω από ένα έτος άνεργοι).

6. Η πλειονότητα των ελλήνων σχεδιαστών ασχολείται με το γραφιστικό (61,5%) και το ψηφιακό σχέδιο (21,2%), ενώ οι σχεδιαστές εσωτερικής διακόσμησης είναι το 10,8% του δείγματος και οι βιομηχανικοί σχεδιαστές το 6,5%.

7. Το μέσο ετήσιο ατομικό εισόδημα των Ελλήνων σχεδιαστών είναι 12.270€, ενώ παρουσιάζονται διάφορες εισοδηματικές ανισότητες, σύμφωνα με διάφορα χαρακτηριστικά του δείγματος. Έτσι, οι σχεδιαστές που ασχολούνται με το web-digital design έχουν μέσο ετήσιο ατομικό εισόδημα 17.465 €, ενώ οι σχεδιαστές που ασχολούνται με τους υπόλοιπους τομείς σχεδιασμού έχουν περίπου ίδιο μέσο ετήσιο ατομικό εισόδημα (γραφίστες 10.985 €, βιομηχανικοί σχεδιαστές 10.980 €, σχεδιαστές εσωτερικής διακόσμησης 10.174 €).

8. Οι κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, σχετικού με τον σχεδιασμό έχουν μέσο ετήσιο ατομικό εισόδημα 13.881 €, ενώ οι κάτοχοι πανεπιστημιακού τίτλου Bachelor από το εξωτερικό και τίτλου εκπαίδευσης από ιδιωτικές σχολές και κολλέγια στην Ελλάδα να έχουν μέσα ετήσια ατομικά εισοδήματα 12.276 € και 12.161 € αντίστοιχα.

9. Οι άνδρες σχεδιαστές έχουν μέσο ετήσιο ατομικό εισόδημα 14.860 €, ενώ οι γυναίκες 9.149 €.

009

- 10.** Οι σχεδιαστές που κατοικούν και εργάζονται στην Περιφέρεια Αττικής έχουν μέσο ετήσιο ατομικό εισόδημα 13.330 €, στην Περιφέρεια Κ. Μακεδονίας 10.820 € ενώ στις υπόλοιπες ελληνικές περιφέρειες δήλωσαν ετήσιο ατομικό εισόδημα 9.890€
- 11.** Η επιλογή εργασίας αποκλειστικά από το σπίτι, είναι συνήθως επιλογή ανάγκης και επιβίωσης για πολλούς σχεδιαστές, που είτε έχουν απολυθεί από την προηγούμενη εργασία τους, είτε δεν έχουν σταθερή ροή projects.
- 12.** Τα 2/3 των Ελλήνων σχεδιαστών εργάζονται περισσότερες από 40 ώρες την εβδομάδα.
- 13.** Το 13,7% των μισθωτών πλήρους ή μερικής απασχόλησης απασχολείται με μπλοκάκι, ενώ 15% των Ελλήνων σχεδιαστών δηλώνουν ανασφάλιστοι.
- 14.** Μόλις 16% των μισθωτών πληρώνεται την υπερωριακή απασχόληση.
- 15.** Το 60,5% των μισθωτών συνήθως εργάζεται παράτυπα, πλέον της μισθωτής εργασίας, ως freelancer, στην σκιώδη οικονομία.
- 16.** Οι δικτύώσεις που αναπτύσσει ένας έλληνας σχεδιαστής αποτελούν το κύριο εργαλείο στην αναζήτηση καινούριας εργασίας και νέων projects.
- 17.** Το 'κλίμα' που επικρατεί στο εσωτερικό του κλάδου, παρά τις δυσμενείς εξωτερικές συνθήκες, είναι πολύ καλό, ενώ ο κλάδος δείχνει να αξιοποιεί σημαντικές εξωτερικές οικονομίες δικτύσεων με την πλειοψηφία των επιχειρήσεων να συνεργάζεται, περιστασιακά ή μόνιμα, με άλλες επιχειρήσεις.
- 18.** Ο κλάδος του ελληνικού design είναι έντονα εξαγωγικός. Οι εταιρίες και οι ελεύθεροι επαγγελματίες/αυτοαπασχολούμενοι του κλάδου εμφανίζουν μια ιδιαίτερα αξιοσημείωτη εξωστρέφεια, καθώς περίπου τα ¾ των εταιριών και οι μισοί αυτοαπασχολούμενοι παρουσιάζουν έσοδα από το εξωτερικό.
- 19.** Τα 2/3 των ελλήνων σχεδιαστών παρακολουθούν τουλάχιστον ένα συνέδριο σχετικό με τον σχεδιασμό τα τελευταία τρία έτη.
- 20.** Οι περιορισμένες χρηματικές απολαβές, οι πολλές ώρες εργασίας και η εργασιακή ανασφάλεια είναι τα κυριότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι Έλληνες σχεδιαστές.

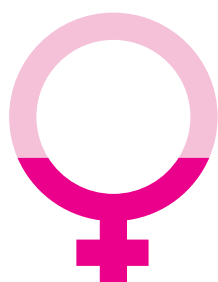
03

Δημογραφικά Χαρακτηριστικά

CREATIVE SURVEY 2015

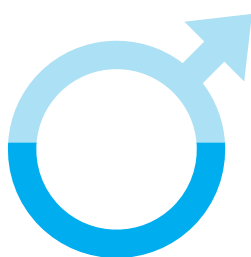
011 Δημογραφικά Χαρακτηριστικά

Φύλο



47%

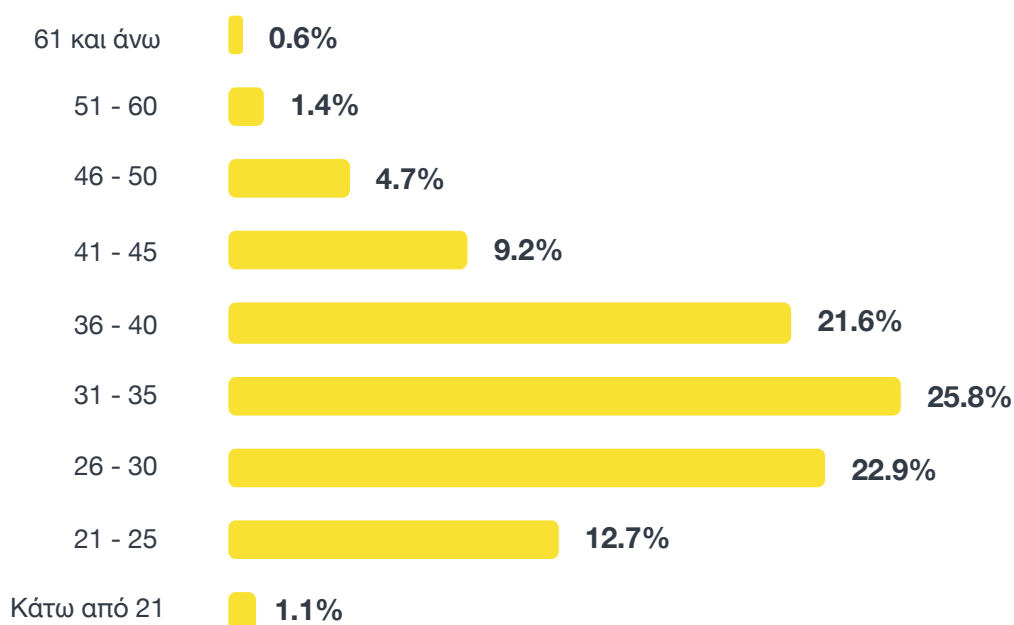
Γυναίκες



53%

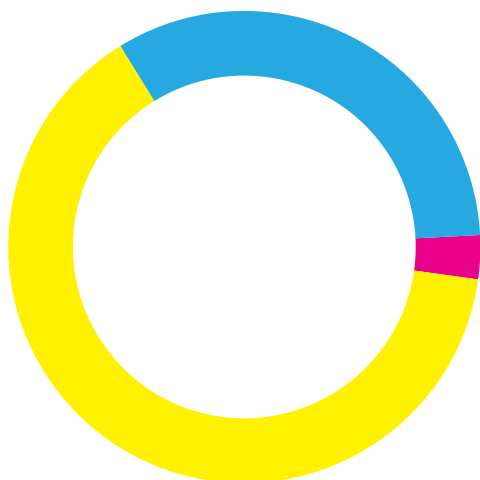
Άνδρες

Ηλικία



012

Οικογενειακή κατάσταση



64%

Άγαμος/η

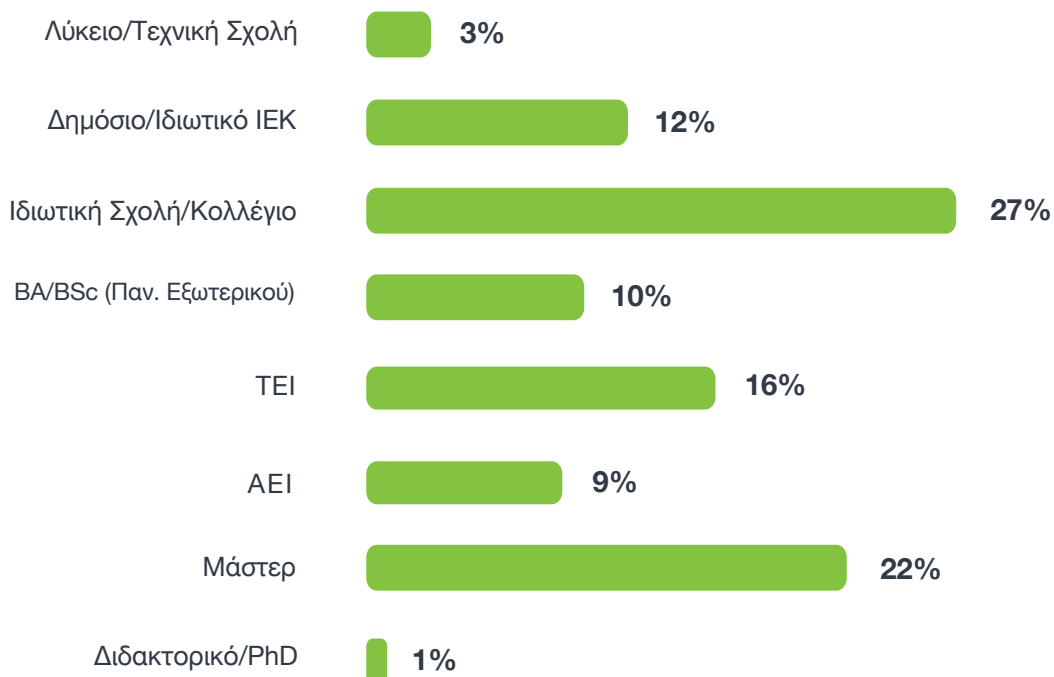
33%

Παντρεμένος/η

3%

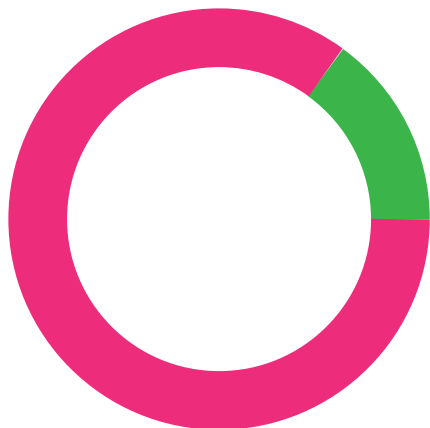
Διαζευγμένος/η

Επίπεδο εκπαίδευσης



013

Έχουν συνάφεια οι σπουδές σας με το επάγγελμα του σχεδιαστή;



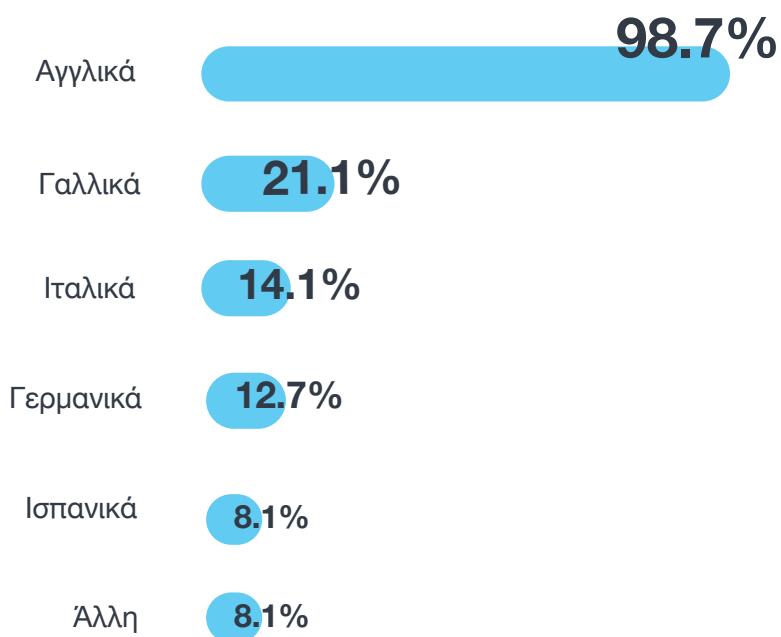
85%

Ναι

15%

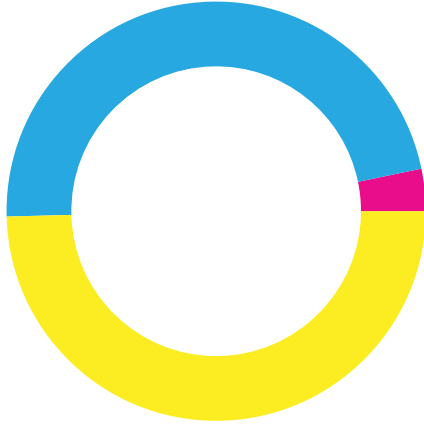
Όχι

Γνώσεις ξένων γλωσσών (πολλαπλές επιλογές)



014

Λειτουργικό σύστημα που χρησιμοποιείτε (πολλαπλές επιλογές)



61%

Windows

58%

Apple

4%

Linux Based

Σχόλια

Σύμφωνα με τα παραπάνω διαγράμματα, οι Έλληνες σχεδιαστές είναι κατά κύριο λόγο κάτω από 40 ετών και οι περισσότεροι δεν έχουν δημιουργήσει οικογένεια (64%). Ακόμη, το 97% αυτών έχουν, είτε κάποια μεταλυκειακή εκπαίδευση, όπως σε ιδιωτικές σχολές και κολλέγια (27,4%), που παραδοσιακά προσφέρουν εκπαίδευση στο χώρο του ειδικευμένου σχεδίου στην Ελλάδα, είτε στην τριτοβάθμια εκπαίδευση (34,3%), ενώ το 22% έχει παρακολουθήσει μεταπτυχιακό πρόγραμμα ειδίκευσης. Τέλος, η συντριπτική πλειοψηφία γνωρίζει την αγγλική γλώσσα, με την γαλλική να έρχεται δεύτερη. Τα παραπάνω φανερώνουν ότι το εργατικό δυναμικό της βιομηχανίας του ελληνικού σχεδίου είναι νεαρής ηλικίας και με πολύ καλή επιστημονική κατάρτιση-εξειδίκευση.

“ Το εργατικό δυναμικό του ελληνικού design είναι νεαρής ηλικίας και με πολύ καλή επιστημονική κατάρτιση.



Tweet this



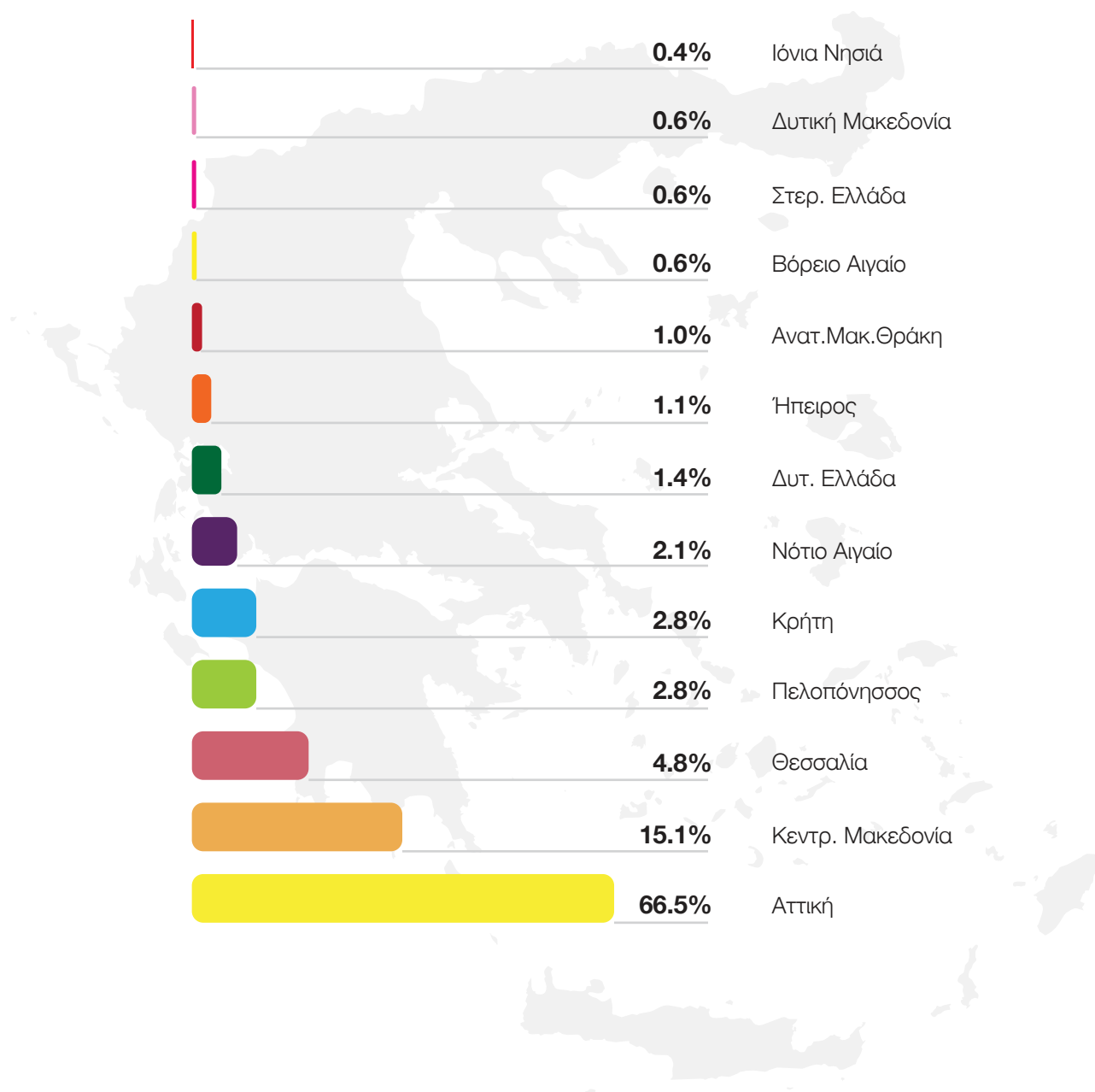
04

Γεωγραφία

CREATIVE SURVEY 2015

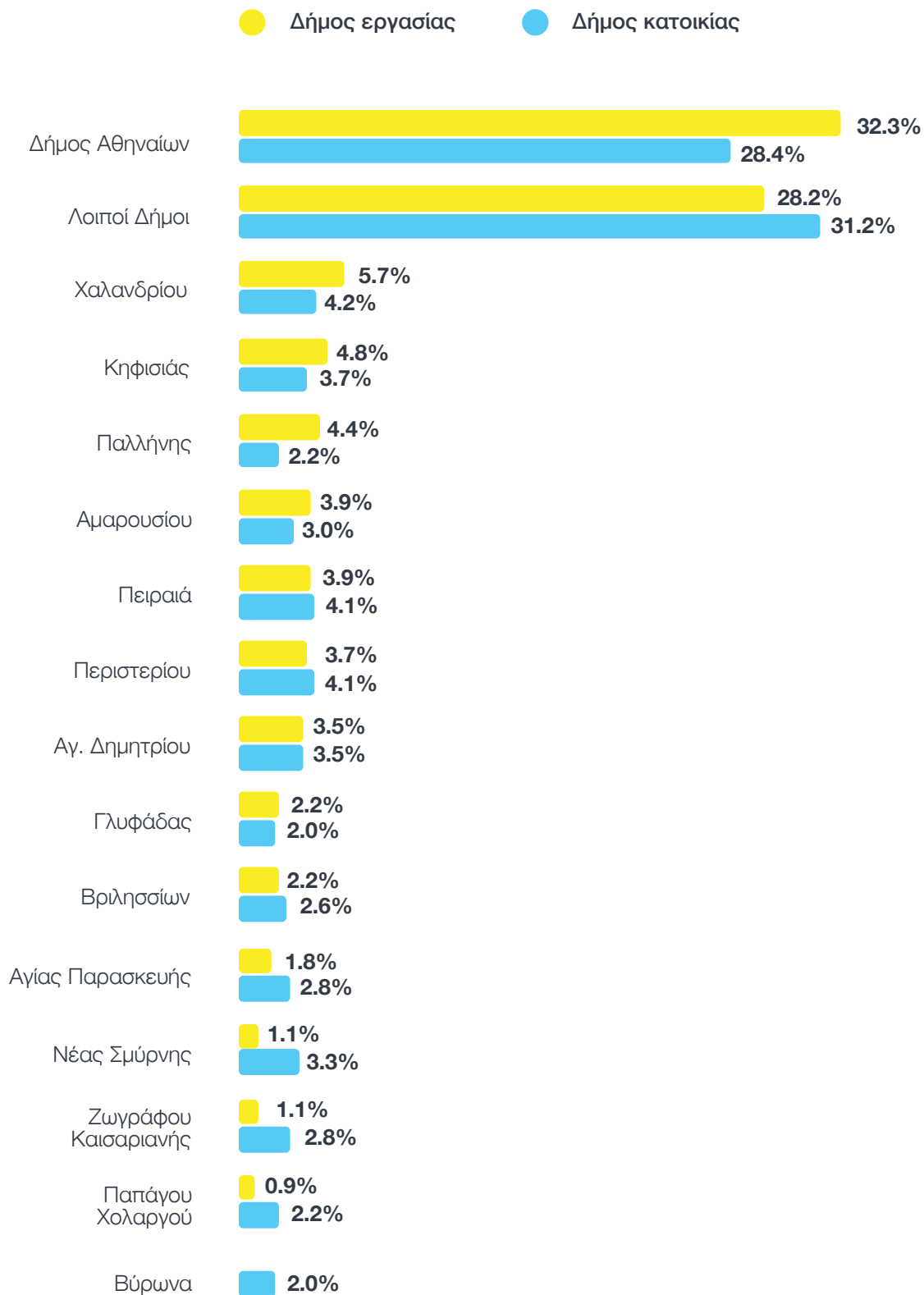
016 Γεωγραφία

Περιφέρεια κατοικίας



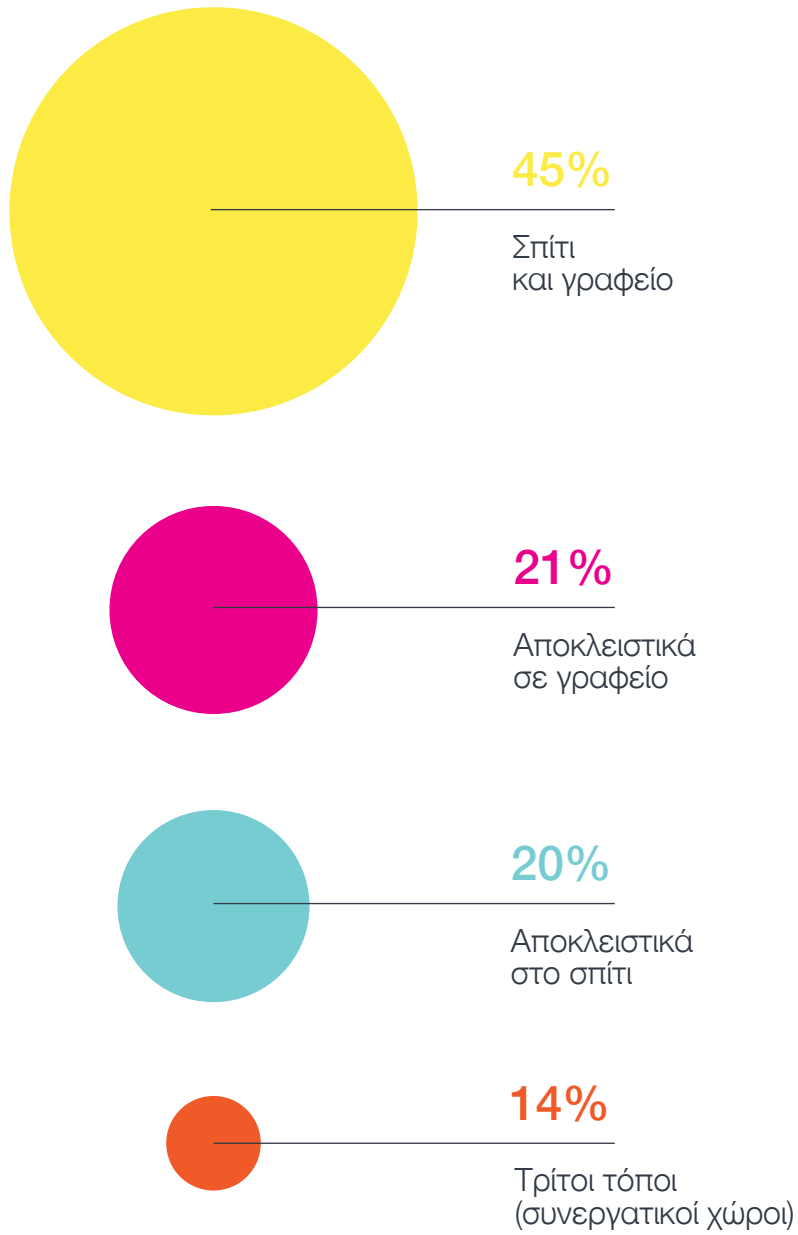
017

Δήμος κατοικίας και δήμος εργασίας (Περιφέρεια Αττικής)



018

Χώροι απασχόλησης



019

Σχόλια

Όπως ήταν αναμενόμενο, η πλειοψηφία των Ελλήνων σχεδιαστών διαμένει και εργάζεται στην Αττική (66,6%), ενώ η Περιφέρεια Κεντρικής Ελλάδας με έδρα την Θεσσαλονίκη συγκεντρώνει το 15,7% των Ελλήνων σχεδιαστών. Ειδικά στην Αττική, στον δήμο της Αθήνας διαμένουν 26,6% και εργάζονται 32,2% των σχεδιαστών της Αττικής, ενώ οι υπόλοιποι σχεδιαστές δείχνουν μια προτίμηση για την κατοικία στους δήμους των βορείων προαστίων (Χαλανδρίου, Βριλησίων, Αμαρουσίου, Κηφισιάς), έναντι αυτών των νοτίων. Το παραπάνω είναι λογικό, αφού τα βόρεια προάστια συγκεντρώνουν παραδοσιακά τις μεγάλες εταιρίες επικοινωνίας και διαφημιστικές, που λειτουργούν με το design στις ίδιες αλυσίδες παραγωγής.

Επίσης, για την Περιφέρεια Αττικής, 30% των σχεδιαστών εργάζονται στον δήμο που κατοικούν, ενώ το υπόλοιπο 70% μετακινείται διαδημοτικά από το σπίτι στην εργασία. Τέλος, η πλειονότητα (45%) των ελλήνων σχεδιαστών μοιράζει τον χρόνο εργασίας μεταξύ ενός τυπικού εργασιακού χώρου (ιδιόκτητη εταιρία/εταιρία που εργάζονται/εταιρία πελάτη) και του σπιτιού, ενώ το 14% προτιμούν τους λεγόμενους τρίτους τόπους (θερμοκοιτίδες νεοφυών επιχειρήσεων, συνεργατικοί χώροι (co-working spaces), εργασιακές κολεκτίβες), με μερική παράλληλη εργασία από το σπίτι.

“ Το 14% προτιμά τους συνεργατικούς τόπους (co-working spaces), με μερική παράλληλη εργασία από το σπίτι. ”



Tweet this



05

Επαγγελματική κατάσταση και τομέας απασχόλησης

CREATIVE SURVEY 2015

021 Επαγγελματική κατάσταση και τομέας απασχόλησης

Επαγγελματική κατάσταση

Αυτοαπασχολούμενος / freelancer

38,0%

Μισθωτός (πλήρους)

34,6%

Ιδιοκτήτης εταιρίας με προσωπικό

12,1%

Άνεργος

6,6%

Φοιτητής

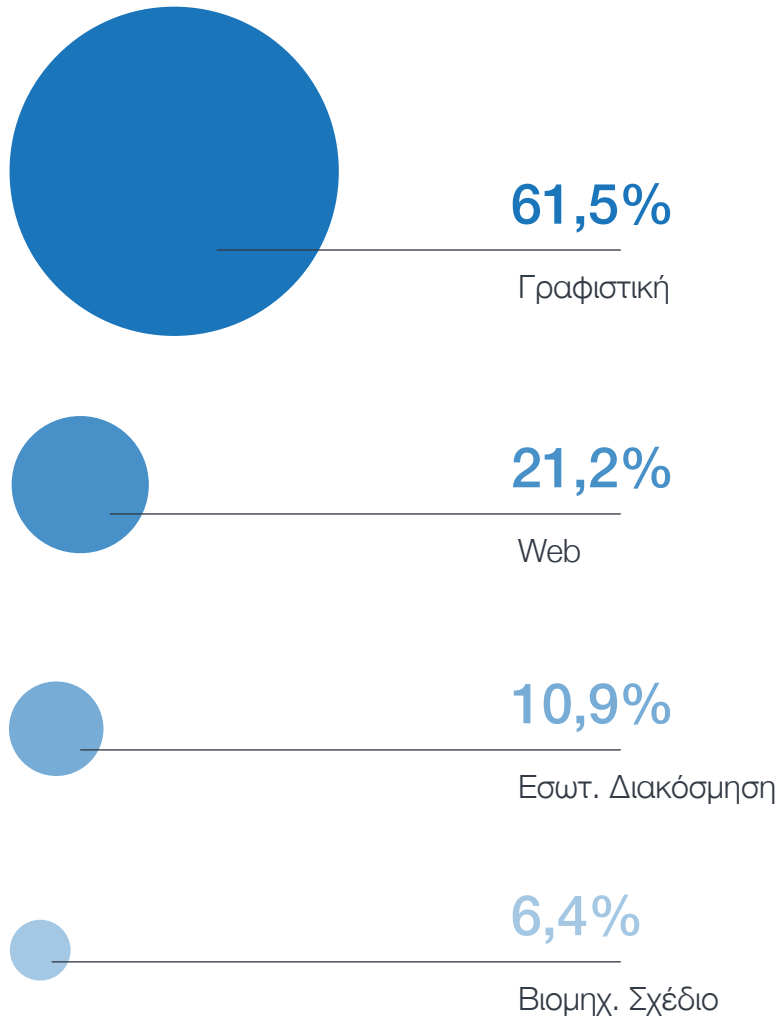
4,7%

Μισθωτός (μερικής)

4,0%

022

Τομέας απασχόλησης



023

Σχόλια

Όπως ήταν αναμενόμενο το μεγαλύτερο ποσοστό των ελλήνων σχεδιαστών είναι είτε αυτοαπασχολούμενοι/freelancers (38%), είτε μισθωτοί (38,7%, πλήρους ή μερικής απασχόλησης), ενώ 4,7% του δείγματος δηλώνουν φοιτητές. Το τελευταίο σημαίνει ότι υπάρχουν φοιτητές που κατά κύριο λόγο σπουδάζουν γραφιστική και παράλληλα με τις σπουδές τους αναλαμβάνουν μικρά σχεδιαστικά projects. Έτσι, το όριο μεταξύ του κανονικού εργασιακού βίου και της φοιτητικής ζωής αποδεικνύεται θολό, ενώ τα project που αναλαμβάνουν φοιτητές μπορούν να συμπεριληφθούν στην σκιώδη οικονομία, αφού στην πλειονότητά τους οι φοιτητές δεν είναι σε θέση να εκδίδουν τιμολόγιο, ούτε έχουν ατομικό ασφαλιστικό φορέα.

Ακόμη, 6,6% του δείγματος δηλώνουν άνεργοι, εκ των οποίων τα 2/3 είναι μακροχρόνια άνεργοι (πάνω από ένα έτος άνεργοι). Σύμφωνα με την ανάλυση, τα δημογραφικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά (ηλικία, επίπεδο εκπαίδευσης κλπ) των ανέργων σχεδιαστών δεν παρουσιάζουν κάποια σημαντική απόκλιση από τις κατανομές των υπόλοιπων μισθωτών ή αυτοαπασχολούμενων σχεδιαστών. Τέλος, οι ιδιοκτήτες εταιριών του δείγματος είναι 12,1%. Όσον αφορά τον τομέα απασχόλησης, η πλειονότητα των ελλήνων σχεδιαστών ασχολείται με το γραφιστικό (61,5%) και το web design (21,2%), ενώ οι σχεδιαστές εσωτερικής διακόσμησης είναι το 10,8% του δείγματος και οι βιομηχανικοί σχεδιαστές το 6,5%. Αξίζει να σημειωθεί ότι το 20% των σχεδιαστών εσωτερικής διακόσμησης δήλωσαν την αρχιτεκτονική ως προηγούμενο ή παράλληλο τομέα απασχόλησης.

“ Τα project που αναλαμβάνουν φοιτητές
μπορούν να συμπεριληφθούν στην
σκιώδη οικονομία. ”



Tweet this



06

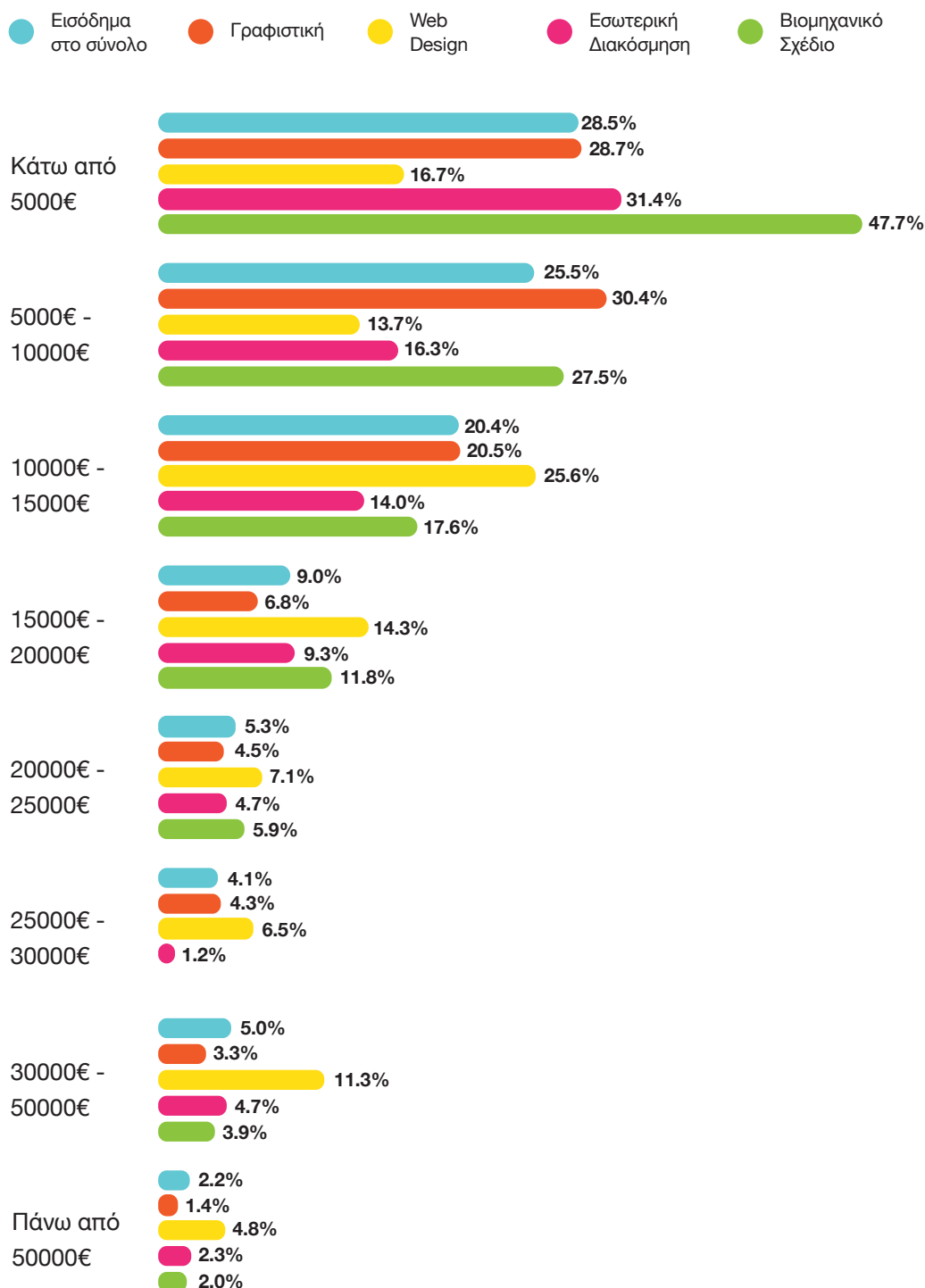
Ανάλυση Εισοδημάτων

CREATIVE SURVEY 2015

025

Ανάλυση Εισοδημάτων

Ετήσιο ατομικό εισόδημα και τομέας απασχόλησης



026

Σχόλια

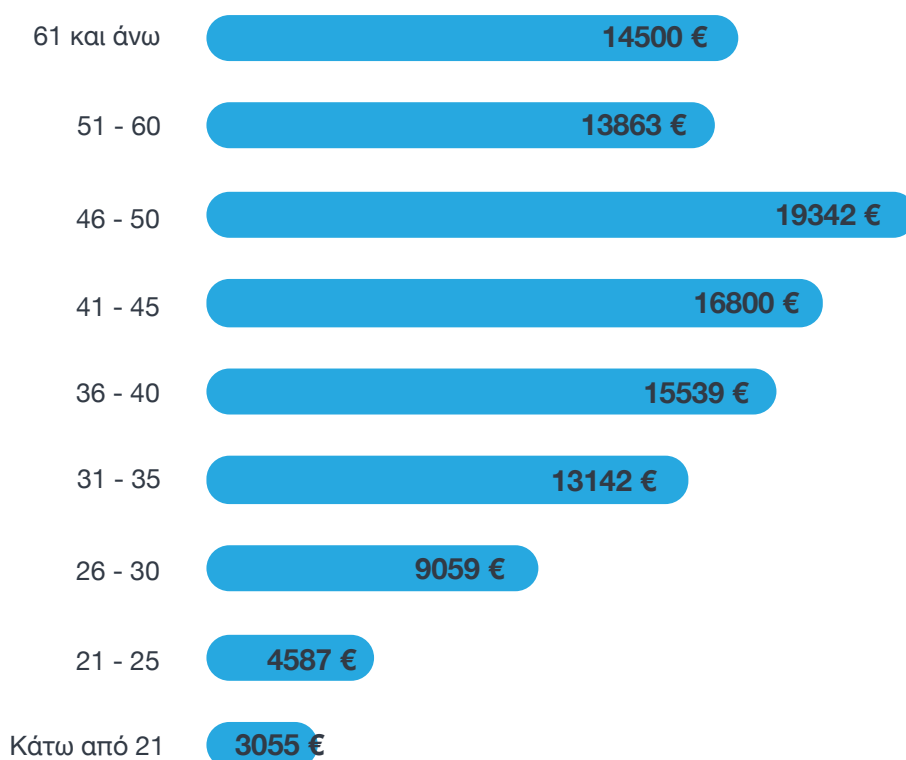
Το μέσο ετήσιο ατομικό εισόδημα των Ελλήνων σχεδιαστών είναι 12.270 € (στο σύνολο του δείγματος). Παρόλα αυτά, παρατηρούνται διάφορες άνισες κατανομές στο μέσο ετήσιο εισόδημα. Έτσι, σύμφωνα με τον τομέα απασχόλησης, οι σχεδιαστές που ασχολούνται με το web design έχουν μέσο ετήσιο ατομικό εισόδημα 17.465 €, ενώ οι σχεδιαστές που ασχολούνται με τους υπόλοιπους τομείς σχεδιασμού έχουν περίπου ίδιο μέσο ετήσιο ατομικό εισόδημα (γραφίστες 10.985 €, βιομηχανικοί σχεδιαστές 10.980 €, σχεδιαστές εσωτερικής διακόσμησης 10.174 €). Ειδικά, το 48% των σχεδιαστών εσωτερικής διακόσμησης δηλώνουν ότι έχουν ετήσιο ατομικό εισόδημα κάτω από 5.000 €, ενώ περίπου τα 2/3 των γραφιστών και των βιομηχανικών σχεδιαστών έχουν μέσο ετήσιο ατομικό εισόδημα κάτω από 10.000 €.

027

Ετήσιο ατομικό εισόδημα και επίπεδο εκπαίδευσης

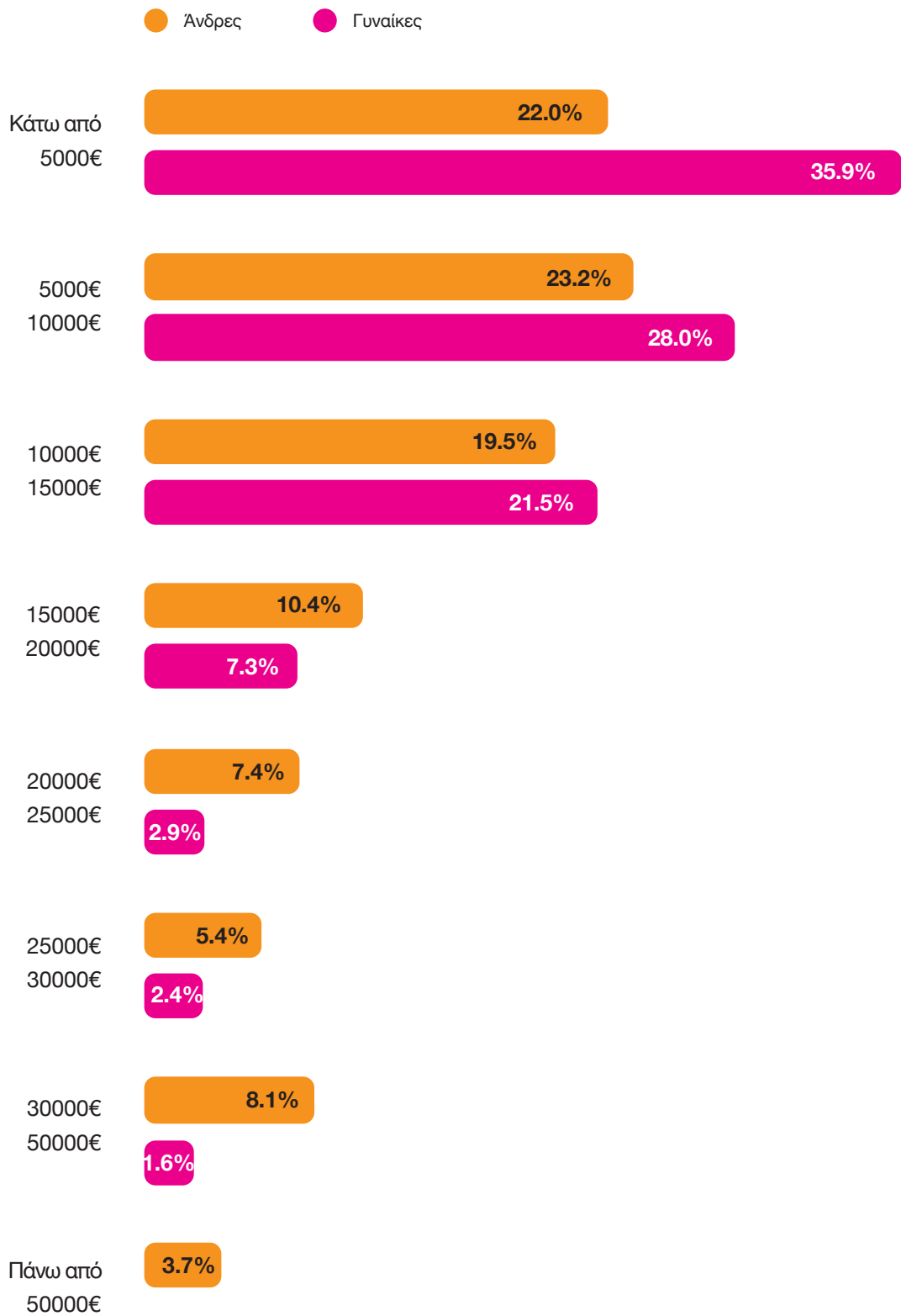


Ετήσιο ατομικό εισόδημα και ηλικιακή διάρθρωση



028

Ετήσιο ατομικό εισόδημα και φύλο



029

Σχόλια

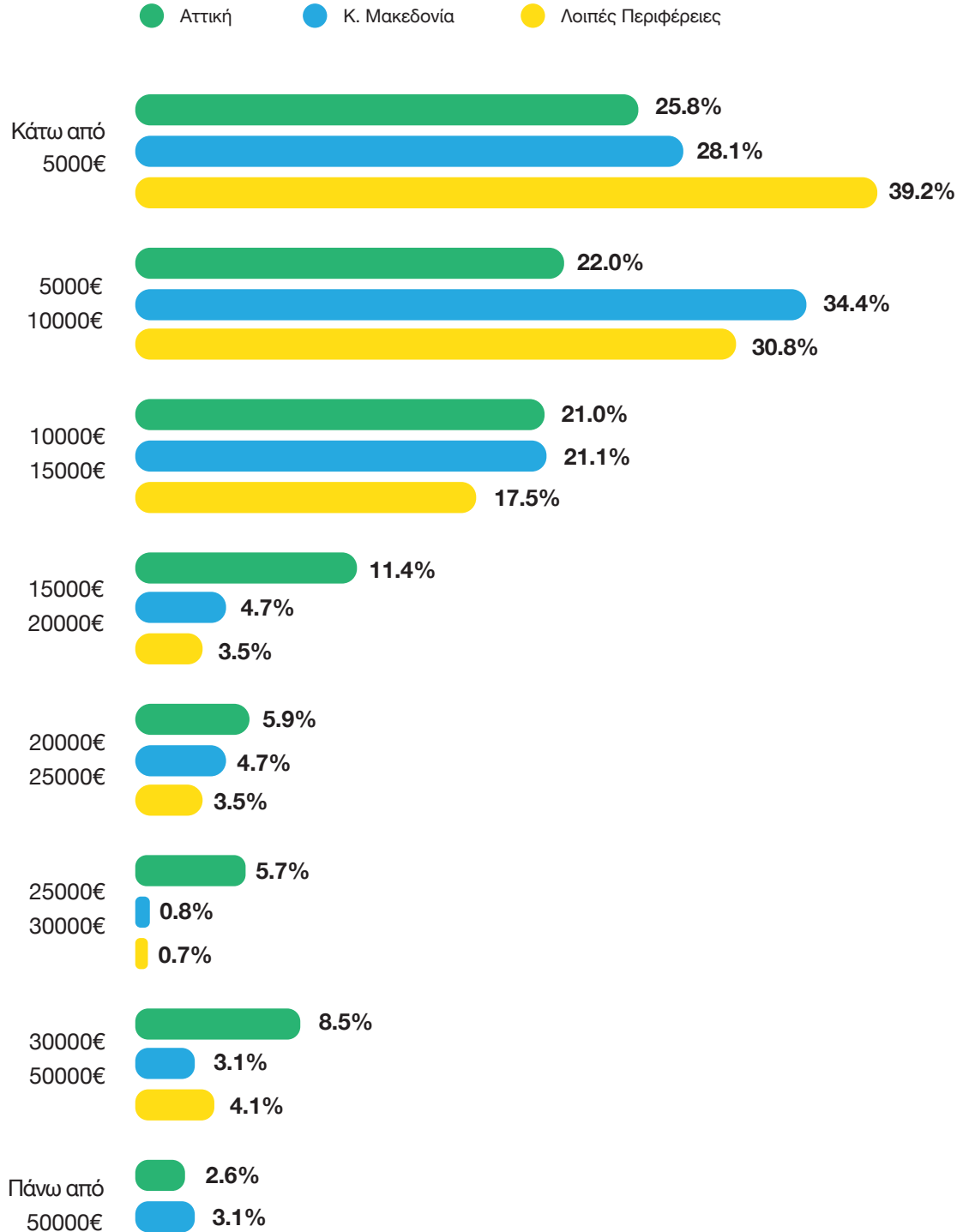
Το επίπεδο εκπαίδευσης, το φύλο και η ηλικιακή διάρθρωση του δείγματος συσχετίζονται επίσης με το μέσο εισόδημα των σχεδιαστών. Έτσι, παρατηρούμε ότι οι κάτοχοι πτυχίου μάστερ, σχετικού με τον σχεδιασμό (κύρια από πανεπιστήμια του εξωτερικού, αφού στην Ελλάδα υπάρχουν ελάχιστα αντίστοιχα προγράμματα σπουδών μεταπτυχιακής ειδίκευσης), απολαμβάνουν το μεγαλύτερο μέσο ετήσιο ατομικό εισόδημα (13.881 €), με τους κατόχους πανεπιστημιακού τίτλου Bachelor από το εξωτερικό και τίτλου εκπαίδευσης από ιδιωτικές σχολές και κολλέγια στην Ελλάδα να έχουν μέσα ετήσια ατομικά εισοδήματα 12.276 € και 12.161 € αντίστοιχα. Το παραπάνω σημαίνει ότι η πανεπιστημιακή ειδίκευση στον σχεδιασμό και η εμπειρία της διαμονής στο εξωτερικό συμβάλλουν θετικά στην αύξηση του εισοδήματος των Ελλήνων σχεδιαστών.

Η ηλικιακή διάρθρωση του δείγματος, επίσης δείχνει, ότι όσο αυξάνεται η ηλικία του σχεδιαστή/στριας, τόσο αυξάνεται και το μέσο ετήσιο ατομικό εισόδημα, μέχρι την ηλικία των 50 ετών. Ειδικά, οι ηλικίες 46-50 εμφανίζουν το υψηλότερο μέσο εισόδημα (19.342 €), ενώ οι κάτω των 25 ετών σχεδιαστές/στρίες, κύρια φοιτητές και νεοεισερχόμενοι στην αγορά εργασίας, δήλωσαν ετήσιο ατομικό εισόδημα κάτω των 5.000 €.

Όσον αφορά το φύλο, εδώ βρίσκουμε ίσως τις μεγαλύτερες εισοδηματικές ανισότητες, καθώς οι άνδρες σχεδιαστές έχουν μέσο ετήσιο ατομικό εισόδημα 14.860 €, ενώ οι γυναίκες 9.149 €. Ειδικά, 64% των σχεδιαστριών έχουν μέσο ετήσιο ατομικό εισόδημα κάτω από 10.000 €, ενώ οι άνδρες υπερτερούν στα εισοδήματα πάνω από 15.000 €.

030

Ετήσιο ατομικό εισόδημα και Περιφέρεια κατοικίας



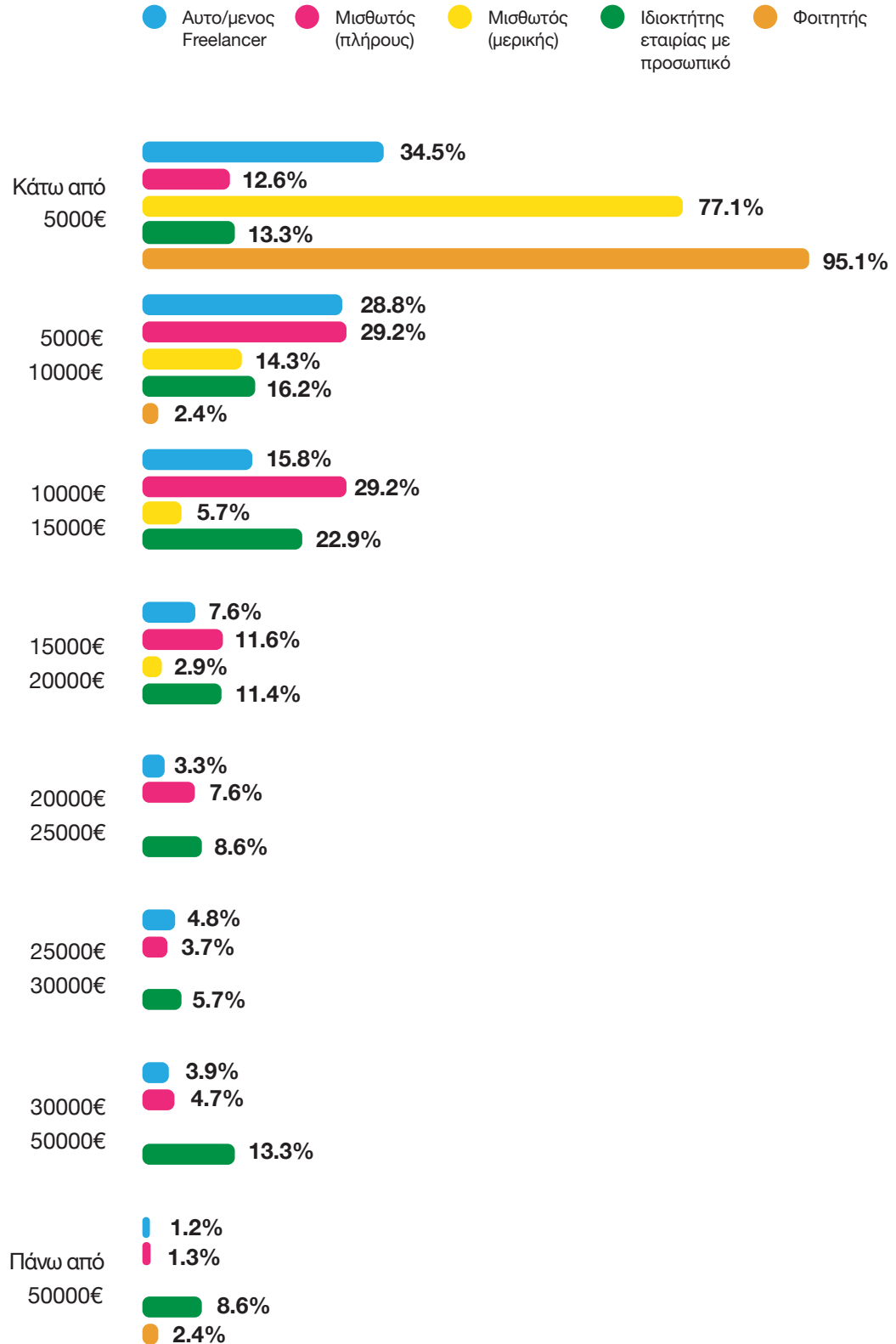
031

Σχόλια

Επίσης, εισοδηματικές ανισότητες παρατηρούνται σύμφωνα με την γεωγραφία του δείγματος. Έτσι, οι σχεδιαστές που κατοικούν και εργάζονται στην Περιφέρεια Αττικής έχουν μέσο ετήσιο ατομικό εισόδημα 13.330 €, στην Κ. Μακεδονία (κύρια Θεσσαλονίκη) έχουν μέσο εισόδημα 10.820 € και αυτοί/ές που κατοικούν και εργάζονται στις υπόλοιπες Ελληνικές Περιφέρειες δήλωσαν ετήσιο ατομικό εισόδημα 9.890 €. Τα παραπάνω αναδεικνύουν την κεντρική θέση της Αττικής στην παραγωγή σχεδίου, καθώς οι μεγαλύτερες εταιρίες design είναι εγκατεστημένες στην Αττική και παράγουν προϊόντα και υπηρεσίες που διατίθενται είτε σε άλλες εταιρίες (διαφημιστικές, χονδρικού-λιανικού εμπορίου, τεχνολογίας κ.λπ.), ως ενδιάμεσα αγαθά, είτε ως τελικά προϊόντα στο σύνολο της χώρας, ενώ στις υπόλοιπες Περιφέρειες οι σχεδιαστές κυρίως καλύπτουν τοπικές ανάγκες μικρότερων εταιριών με μικρότερη γεωγραφική εμβέλεια.

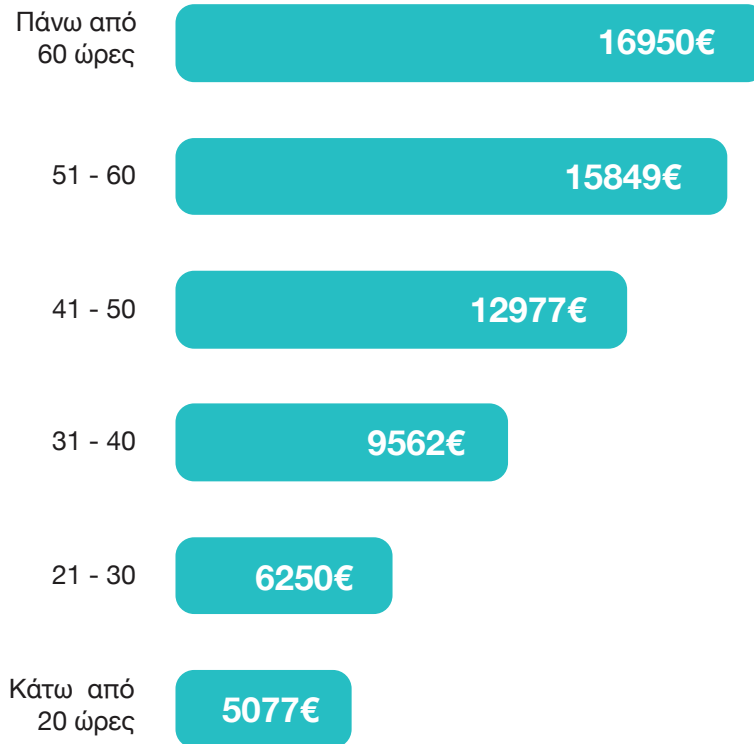
032

Ετήσιο ατομικό εισόδημα και επαγγελματική κατάσταση



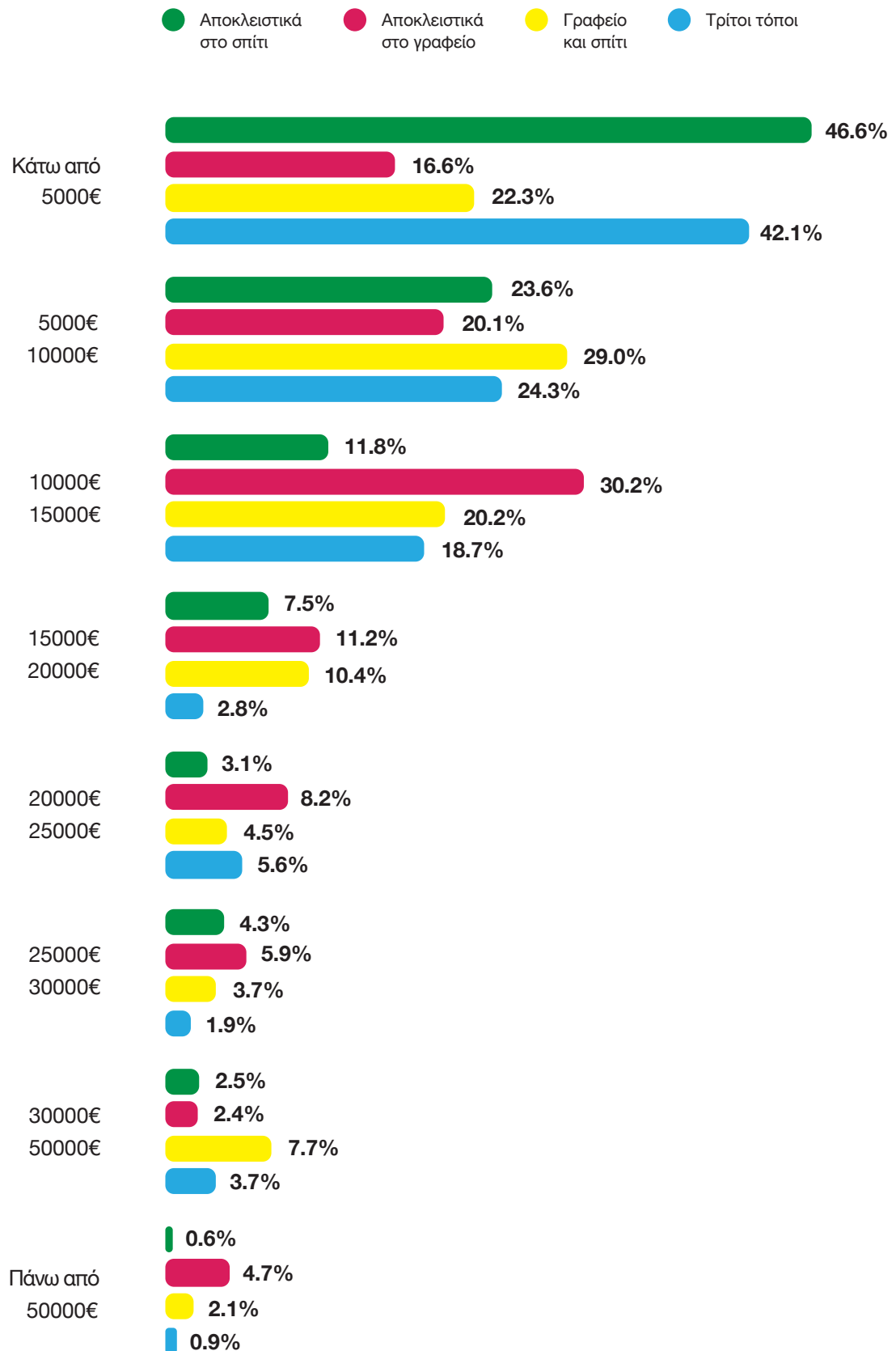
033

Ετήσιο ατομικό εισόδημα και ώρες εργασίας



034

Ετήσιο ατομικό εισόδημα και χώρος εργασίας



035

Σχόλια

Τέλος, εισοδηματικές ανισότητες παρατηρούνται σύμφωνα με την επαγγελματική κατάσταση, τον χρόνο εργασίας και τον χώρο εργασίας που επιλέγουν οι σχεδιαστές. Όπως προκύπτει από το δείγμα, 95% των φοιτητών που αναλαμβάνουν σχεδιαστικά projects αμείβεται κάτω από 5.000€ το έτος, όπως και 77% των μισθωτών μερικής απασχόλησης. Το μέσο ετήσιο ατομικό εισόδημα των αυτοαπασχολούμενων (freelancers) είναι 10.704€, των μισθωτών πλήρους απασχόλησης είναι 13.580€ και των ιδιοκτητών εταιριών με προσωπικό είναι 20.381€. Θετική συσχέτιση εμφανίζεται μεταξύ των ωρών εργασίας την εβδομάδα και του επιπέδου εισοδήματος. Έτσι, όσες περισσότερες ώρες εργάζεται κατά μέσο όρο ένας σχεδιαστής την εβδομάδα τόσο αυξάνει και το μέσο ετήσιο ατομικό εισόδημά του.

Ακόμη, στο σύνολο του δείγματος, οι σχεδιαστές που επιλέγουν να εργάζονται αποκλειστικά από το σπίτι (κύρια freelancers) έχουν μέσο ετήσιο ατομικό εισόδημα 8.913€, οι σχεδιαστές που επιλέγουν να εργάζονται αποκλειστικά σε έναν ατομικό ή εταιρικό τυπικό εργασιακό χώρο (χωρίς καθόλου εργασία από το σπίτι) έχουν μέσο εισόδημα 14.449€, οι σχεδιαστές που μοιράζουν τον χρόνο εργασίας τους στο σπίτι και σε έναν τυπικό εργασιακό χώρο (ιδιόκτητη εταιρία/εταιρία που εργάζονται/εταιρία πελάτη) έχουν μέσο ετήσιο εισόδημα 13.299€, ενώ αυτοί που επιλέγουν τους λεγόμενους «τρίτους τόπους» (third places, θερμοκοιτίδες νεοφυών επιχειρήσεων, co-working spaces, κολεκτίβες εργασίας κλπ) δήλωσαν μέσο ετήσιο ατομικό εισόδημα 9.722€.

Ειδικά, 47% των σχεδιαστών που εργάζονται αποκλειστικά από το σπίτι δήλωσαν ετήσιο ατομικό εισόδημα κάτω από 5.000€. Αυτό σημαίνει ότι η επιλογή εργασίας αποκλειστικά από το σπίτι, είναι συνήθως επιλογή ανάγκης και επιβίωσης για πολλούς σχεδιαστές, που είτε έχουν απολυθεί από την προηγούμενη εργασία τους, είτε δεν έχουν σταθερή ροή projects.

“ Όσες περισσότερες ώρες εργάζεται ένας σχεδιαστής την εβδομάδα τόσο αυξάνει και το μέσο ετήσιο εισόδημά του. ”



Tweet this



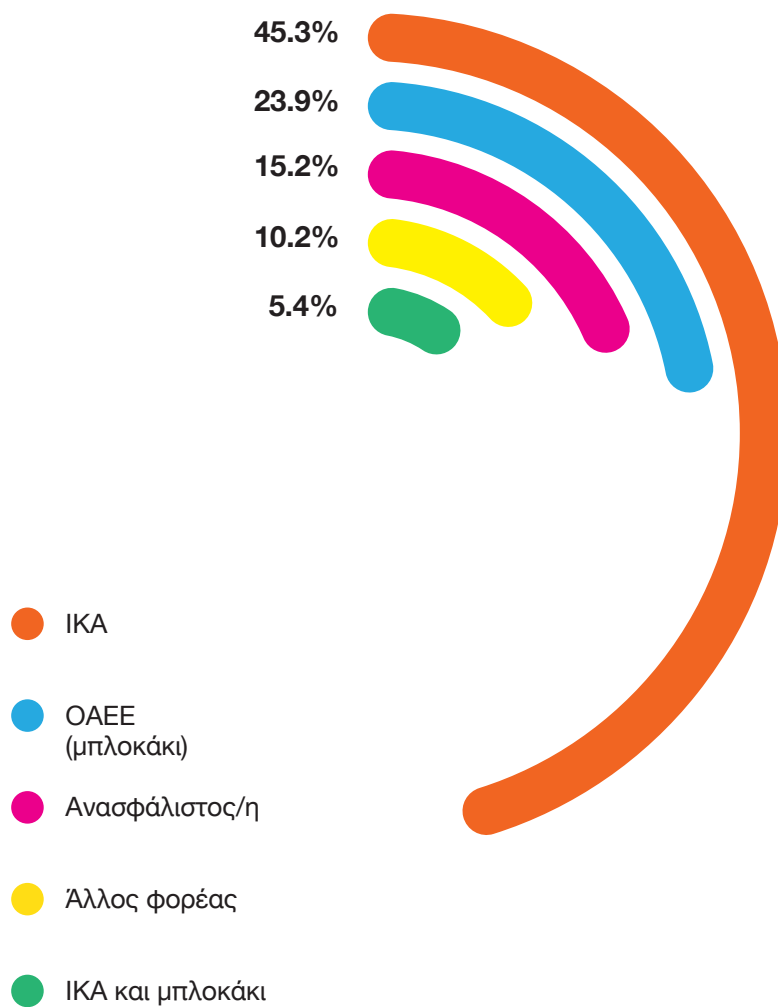
07

Συνθήκες Εργασίας

CREATIVE SURVEY 2015

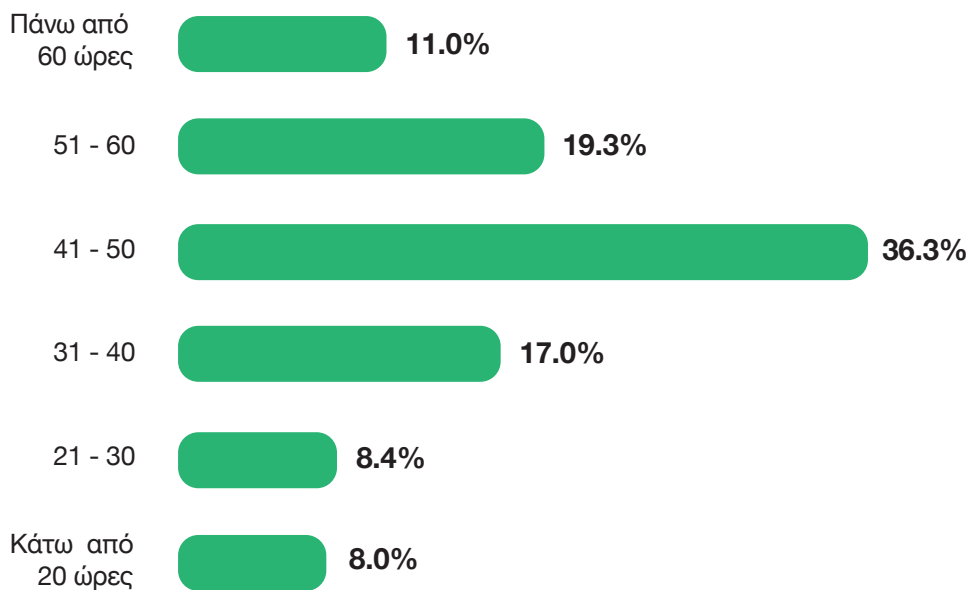
037 Συνθήκες Εργασίας

Ποιός είναι ο ασφαλιστικός φορέας σας;

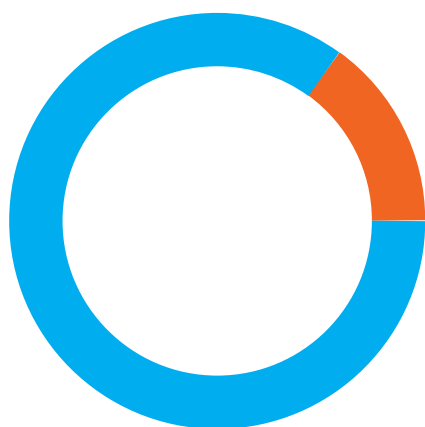


038

Πόσες ώρες συνήθως εργάζεστε την εβδομάδα;



Αν εργάζεστε υπερωριακά, πληρώνεστε τις υπερωρίες;



84%

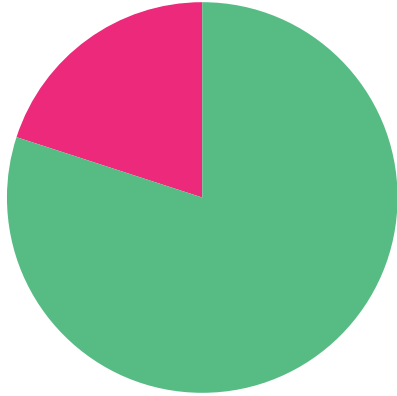
Όχι

16%

Ναι

039

Πέρα απο την εργασία σας σε εταιρία, αναλαμβάνετε και άλλες εργασίες ως freelancer; (μόνο για μισθωτούς)



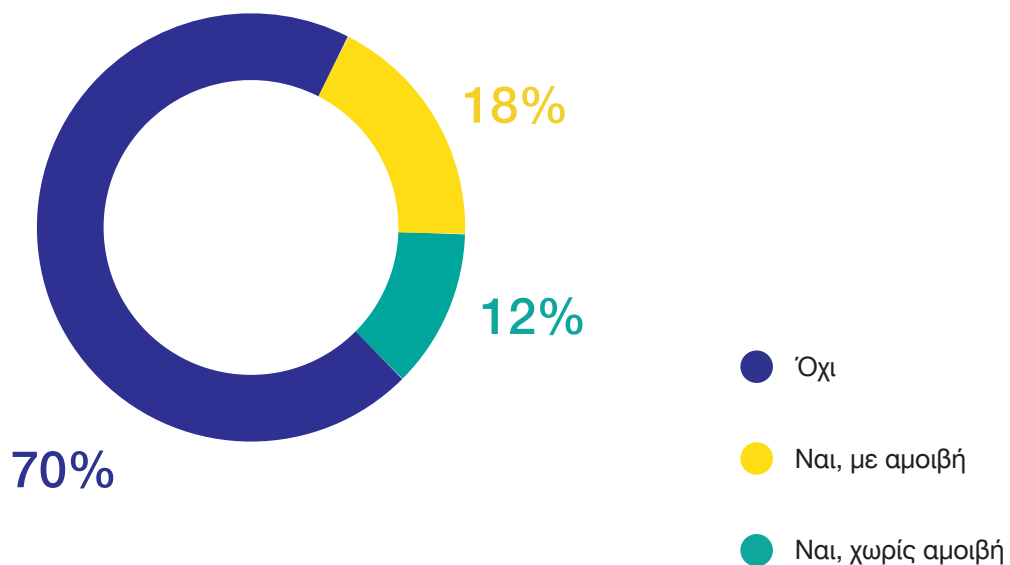
80%

Ναι

20%

Όχι

Πέρα από την βασική σας εργασία στο χώρο του design, απασχολείστε με κάποια άλλη εργασία από τον χώρο των τεχνών και της δημιουργικής-πολιτιστικής βιομηχανίας;



70%

18%

12%

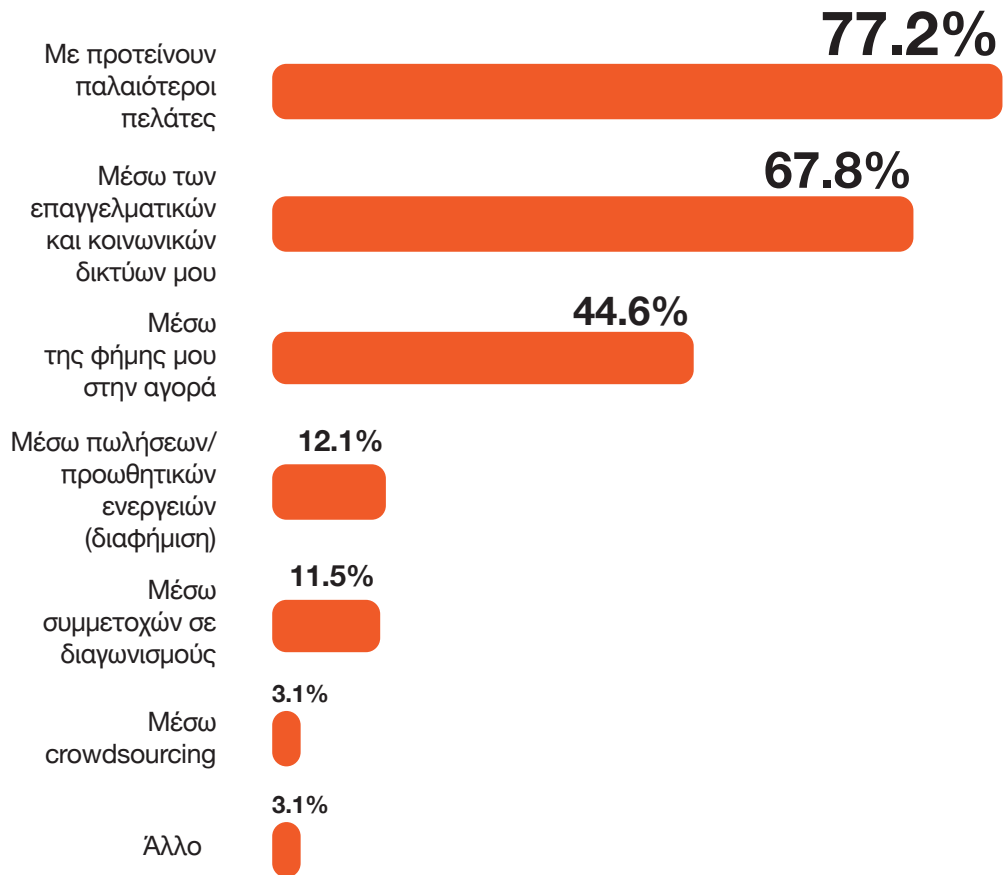
● Όχι

● Ναι, με αμοιβή

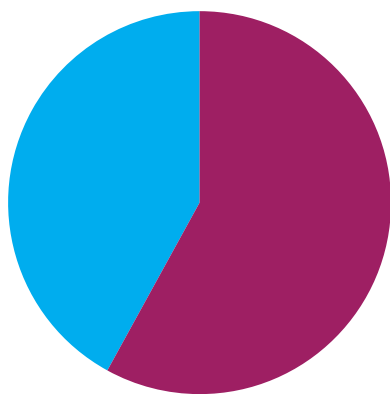
● Ναι, χωρίς αμοιβή

040

Πώς βρίσκετε συνήθως νέες δουλειές/project; (πολλαπλές επιλογές)



Η δημιουργική σας εργασία σας έχει προκαλέσει κάποιο πρόβλημα υγείας στο παρελθόν;



57%

Ναι

43%

Όχι

041

Σχόλια

Οι Έλληνες σχεδιαστές επιλέγουν ως κύριο ασφαλιστικό φορέα το ΙΚΑ σε ποσοστό 45%, οι αμειβόμενοι με μπλοκάκι είναι 24%, ενώ «άλλον ασφαλιστικό φορέα» (κύρια πολιτικοί μηχανικοί και αρχιτέκτονες που ασχολούνται με το design εσωτερικών χώρων) έχει επιλέξει το 10,2% του δείγματος. Αξίζει να τονισθεί ότι 13,7% των μισθωτών πλήρους ή μερικής απασχόλησης απασχολείται με μπλοκάκι. Επίσης, 5% των σχεδιαστών (κύρια μισθωτοί) δηλώνουν ότι έχουν ως κύρια ασφάλιση το ΙΚΑ, αλλά αμείβονται και με μπλοκάκι όταν αναλαμβάνουν παράλληλα projects ως freelancers. Εντύπωση προκαλεί το μεγάλο ποσοστό των ανασφάλιστων (15%).

Το δημογραφικό και εργασιακό προφίλ των ανασφάλιστων, σύμφωνα με το δείγμα, είναι το εξής: 54% είναι γυναίκες, 67% είναι κάτω από 30 ετών, 56% είναι αυτοαπασχολούμενοι, ενώ 49% των φοιτητών που αναλαμβάνουν σχεδιαστικά projects είναι ανασφάλιστοι. Ακόμη, το μέσο ετήσιο ατομικό εισόδημα των ανασφάλιστων είναι μόλις 4.259 €. Σύμφωνα με το διάγραμμα, τα 2/3 των Ελλήνων σχεδιαστών εργάζονται περισσότερες από 40 ώρες την εβδομάδα (τυπικό 8ωρο ανά ημέρα). Εντύπωση προκαλεί ότι το 24% αυτών που εργάζονται περισσότερες από 40 ώρες την εβδομάδα, εργάζεται αποκλειστικά από κάποιον τυπικό εργασιακό χώρο (ιδιόκτητη εταιρία/εταιρία που εργάζονται/εταιρία πελάτη) και καθόλου από το σπίτι.

Όσον αφορά τις υπερωρίες, μόλις το 16% των μισθωτών (πλήρους ή μερικής απασχόλησης) πληρώνεται την υπερωριακή απασχόληση, ενώ, η ενασχόληση με το design έχει προκαλέσει κάποιο πρόβλημα υγείας (προβλήματα στην όραση, τενοντίτιδες κλπ) στο παρελθόν, σε παραπάνω από τους μισούς έλληνες σχεδιαστές (56,8%). Το 80% των μισθωτών απασχολείται πλέον της μισθωτής του εργασίας σε «δεύτερες δουλειές», αναλαμβάνοντας projects ως freelancers. Από αυτούς μόνο το 24,2% έχει την δυνατότητα να «κόβει αποδείξεις παροχής υπηρεσιών», έτσι το υπόλοιπο 75,8% συνήθως εργάζεται παράτυπα ως freelancer στην σκιώδη οικονομία. Έτσι το 60,5% των μισθωτών συνήθως εργάζεται παράτυπα, πλέον της μισθωτής εργασίας, ως freelancer στην

“ Οι δικτυώσεις αποτελούν το κύριο εργαλείο στην αναζήτηση καινούριας εργασίας και νέων projects. ”



Tweet this



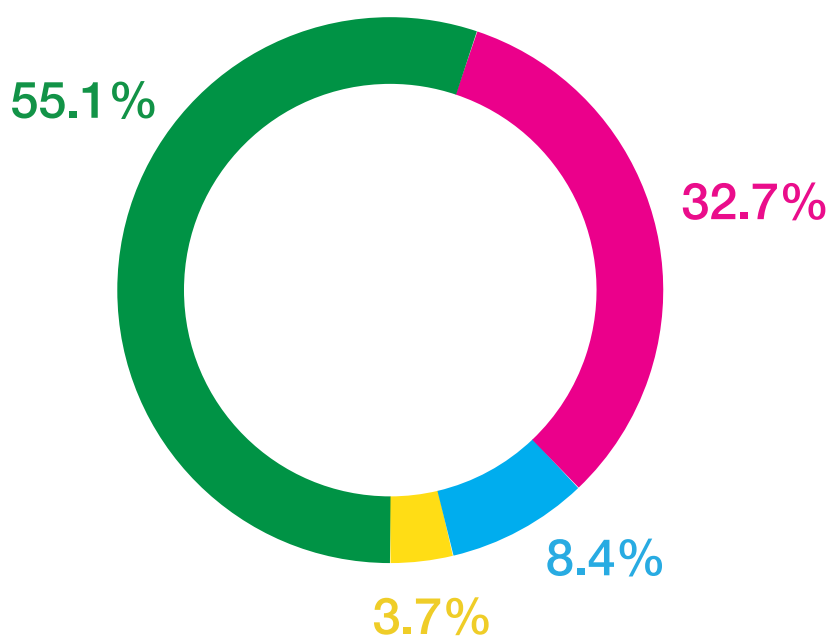
08

Τρίτοι Τόποι

CREATIVE SURVEY 2015

043 Τρίτοι Τόποι

Εαν συμμετέχετε σε έναν τρίτο τόπο (συνεργατικό χώρο), ποιός είναι αυτός;



- Κολεκτίβες εργασίας *
- Συνεργατικοί χώροι
- Άλλο
- Θερμοκοιτίδες

* Οι κολεκτίβες εργασίας σχηματίζονται όταν ένας μικρός αριθμός (συνήθως 3-5 άτομα) ελεύθερων επαγγελματιών/αυτοαπασχολούμενων ομοειδούς επαγγελματικού αντικειμένου (αρχιτέκτονες, γραφίστες, κ.λπ.) ενοικιάζουν από κοινού έναν εργασιακό χώρο και μοιράζονται το ενοίκιο και τα λειτουργικά έξοδα του χώρου, και επωφελούνται από το συνεργατικό περιβάλλον που δημιουργείται. Συνήθως τα μέλη μιας κολεκτίβας εργασίας λειτουργούν μέσω ενός κοινού δικτύου, έχουν μια επαγγελματική αλλά και κοινωνική εγγύτητα και πλέον των λειτουργικών εξόδων του χώρου, συνήθως μοιράζονται projects, τεχνολογικό εξοπλισμό, γνώσεις, προσωπικά και επαγγελματικά δίκτυα και μέρος του ελεύθερου χρόνου τους.

044

Ποιος είναι ο βασικός λόγος να εργάζεστε/συμμετέχετε σε έναν τρίτο τόπο (συνεργατικό χώρο);

Ιδεολογικός (θεωρώ πως αυτή είναι η “καλύτερη” μορφή επιχειρηματικότητας)



Οικονομικός (χαμηλότερο κόστος)



Marketing (καλύτερη πρόσβαση σε εν δυνάμει πελάτες)



Δυνατότητα περαιτέρω εξειδίκευσής μου

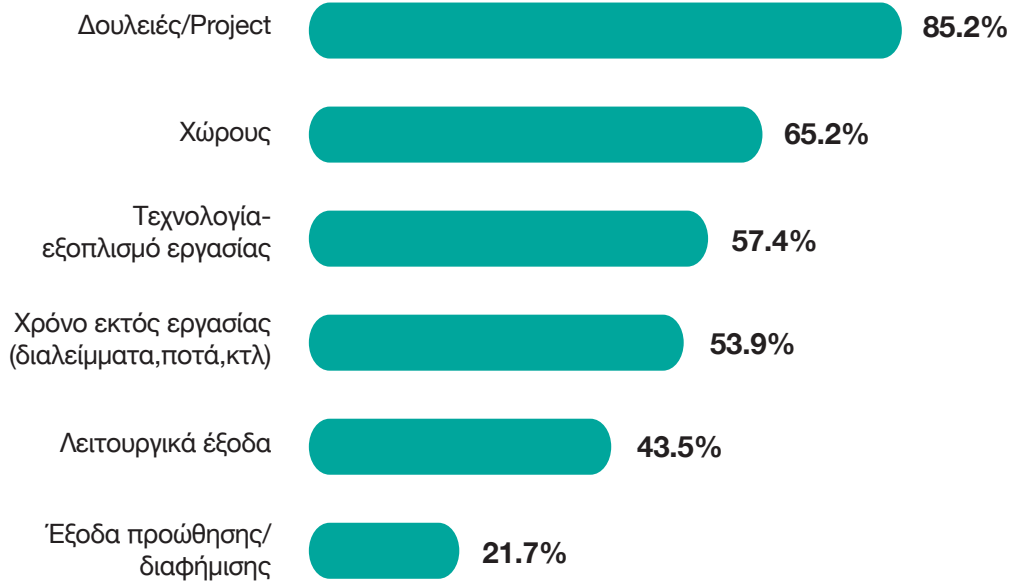


Φήμη του χώρου

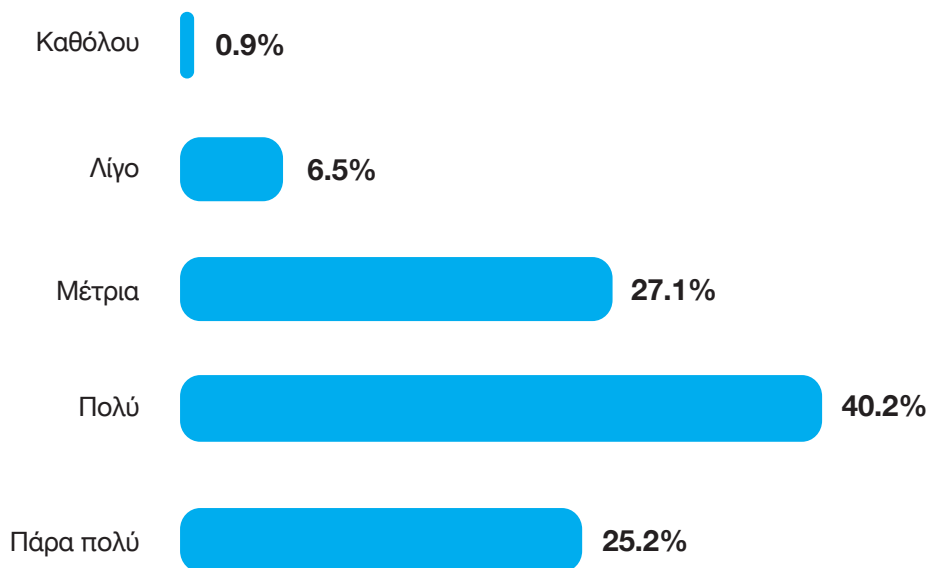


045

Τι μοιράζονται οι χρήστες των τρίτων τόπων (πολλαπλές επιλογές)



Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από την έως τώρα εμπειρία σας στον τρίτο τόπο που έχετε δημιουργήσει/επιλέξει;



046

Σχόλια

Τρίτοι τόποι (ενώ πρώτοι τόποι εννοούνται οι τυπικοί εργασιακοί χώροι (γραφεία) και δεύτεροι τόποι εννοείται η απασχόληση στο σπίτι) ονομάζονται οι θερμοκοιτίδες και επιταχυντές νεοφυών επιχειρήσεων (incubators and accelerators), οι συνεργατικοί χώροι (co-working spaces) και οι κολεκτίβες εργασίας (working collectives). Σύμφωνα με το διάγραμμα των χώρων απασχόλησης (σελ.14), το 14% του συνολικού δείγματος δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν έναν τέτοιο χώρο ως χώρο εργασίας. Οι περισσότεροι (55,1%) εργάζονται σε κολεκτίβες εργασίας και σε συνεργατικούς χώρους (32,7%).

Ο κυριότερος λόγος για να συμμετέχουν σε έναν τρίτο εργασιακό χώρο είναι ιδεολογικός (35,5%), δηλαδή πιστεύουν ότι το συνεργατικό περιβάλλον που αναπτύσσεται σε τέτοιους χώρους είναι και η καλύτερη μορφή επιχειρηματικότητας που μπορούν να έχουν. Δεύτερος λόγος αναδεικνύεται ο οικονομικός (24,3%), δηλαδή το γεγονός ότι το κόστος λειτουργίας ενός τέτοιου χώρου μπορεί να «χαμηλώσει» πολύ, αν επιμεριστεί στα μέλη του χώρου, εάν πρόκειται για κολεκτίβα εργασίας. Τρίτος λόγος είναι η καλύτερη πρόσβαση σε εν δυνάμει πελάτες/project, αφού το συνεργατικό περιβάλλον μπορεί να περιλαμβάνει αναθέσεις επιμέρους εργασιών (subcontracting) από άλλα μέλη του χώρου, ενώ μέσα από τις συνεργατικές σχέσεις που αναπτύσσονται σε τέτοιους χώρους, ενισχύεται η διαδικασία εξειδίκευσης του εργαζομένου σε νέες γνώσεις, τεχνολογίες κ.λπ.

Τα παραπάνω ενισχύονται βάσει των απαντήσεων σε επόμενη ερώτηση, καθώς 85,2% των εργαζομένων σε τρίτους τόπους μοιράζονται projects (μέσω μεταξύ τους αναθέσεων), 65,2% χώρους, 54,7% μοιράζονται εξοπλισμό εργασίας και τεχνολογία, ενώ 53,9% μοιράζονται και χρόνο εκτός εργασίας. Τέλος, ο βαθμός ικανοποίησης από το εργασιακό περιβάλλον τρίτων τόπων είναι πολύ υψηλός, αναδεικνύοντας τους τρίτους τόπους ως μια εναλλακτική μορφή οργάνωσης της εργασίας στην περίοδο της οικονομικής κρίσης.

“ Το 14% του συνολικού δείγματος δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν έναν τρίτο τόπο ως χώρο εργασίας. ”



Tweet this



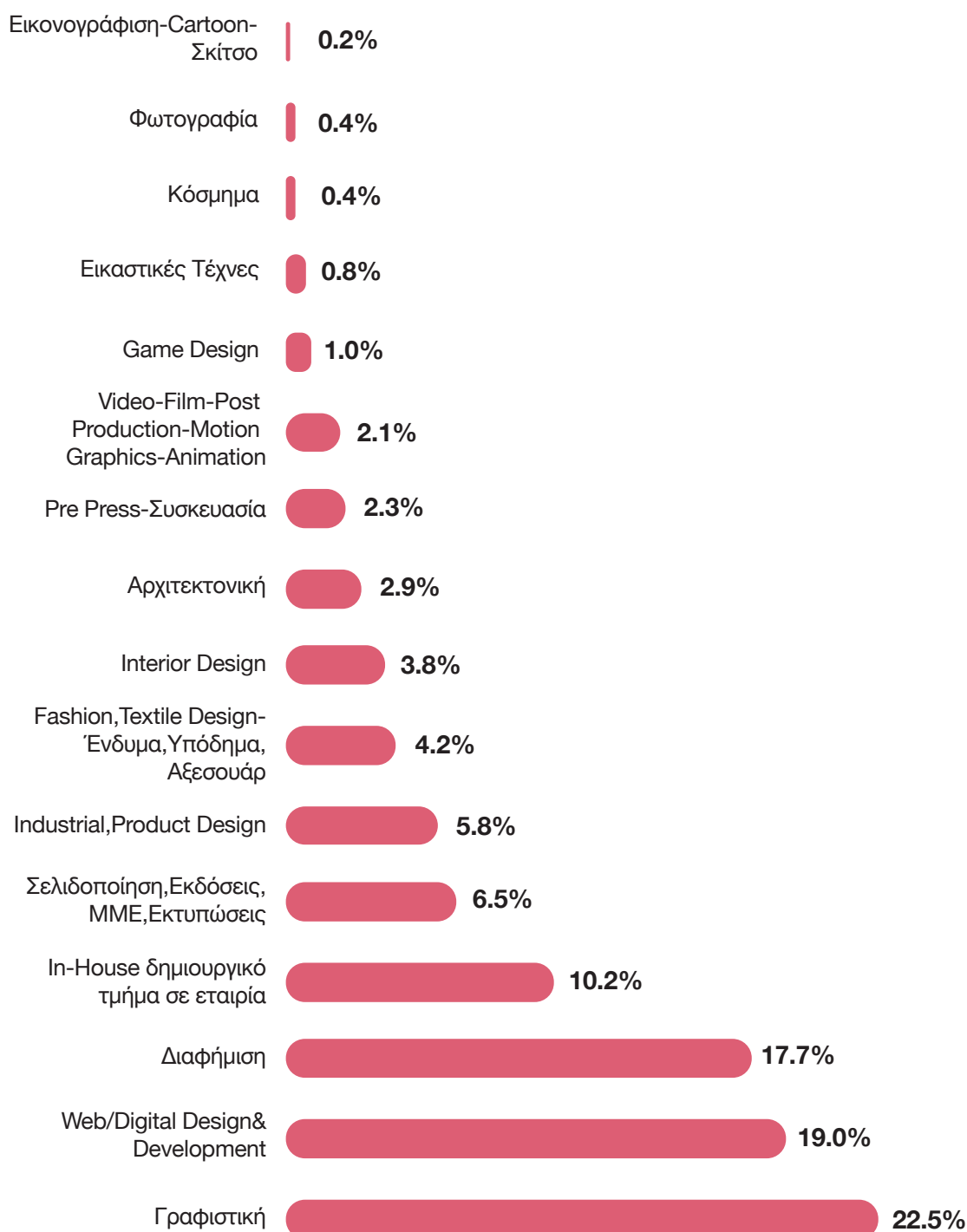
09

Χαρακτηριστικά εταιριών

CREATIVE SURVEY 2015

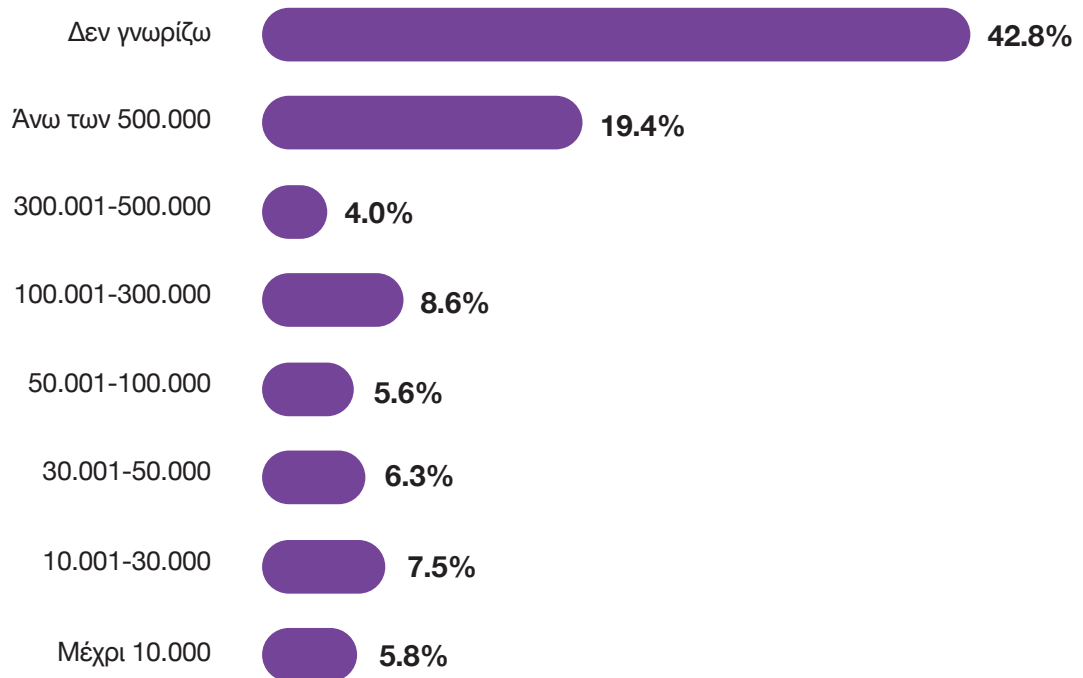
048 Χαρακτηριστικά Εταιριών

Ποια είναι η κύρια δραστηριότητα της εταιρίας στην οποία εργάζεστε/ είστε ιδιοκτήτης;

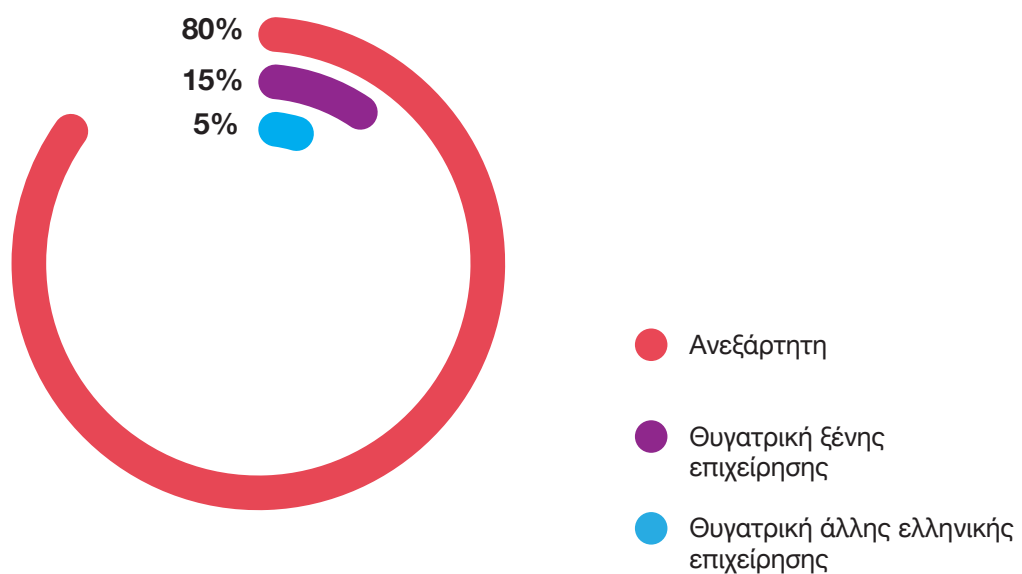


049

Ποιός είναι ο ετήσιος κύκλος εργασιών της εταιρίας που εργάζεστε /είστε ιδιοκτήτης;

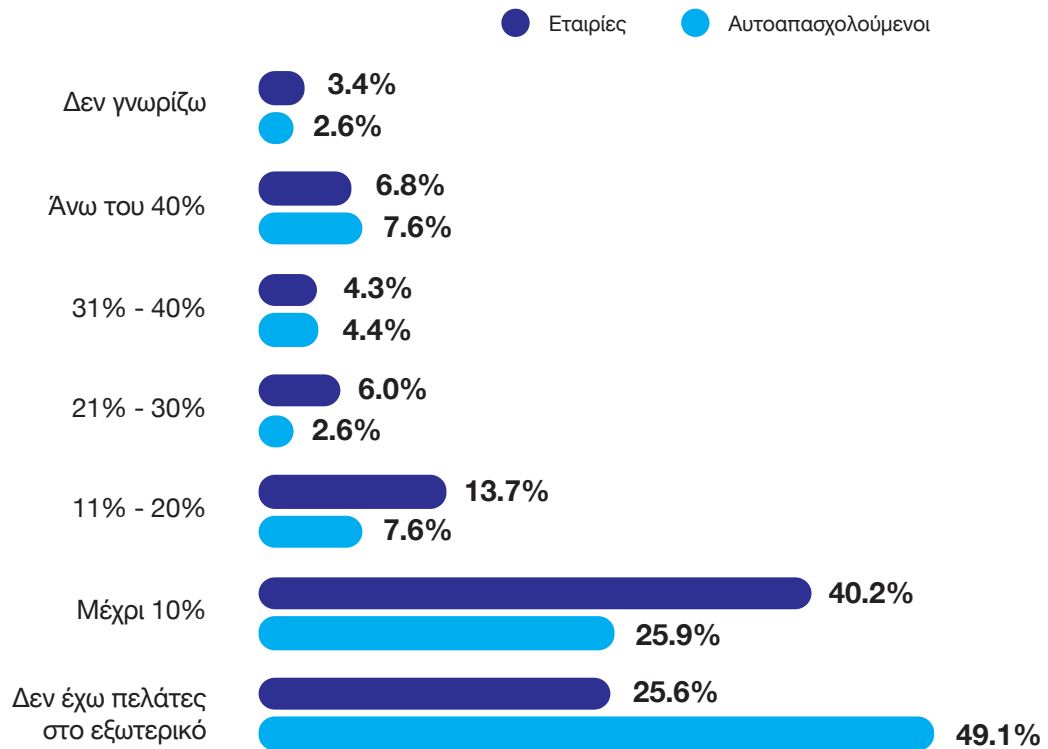


Η εταιρία που εργάζεστε/είστε ιδιοκτήτης είναι:

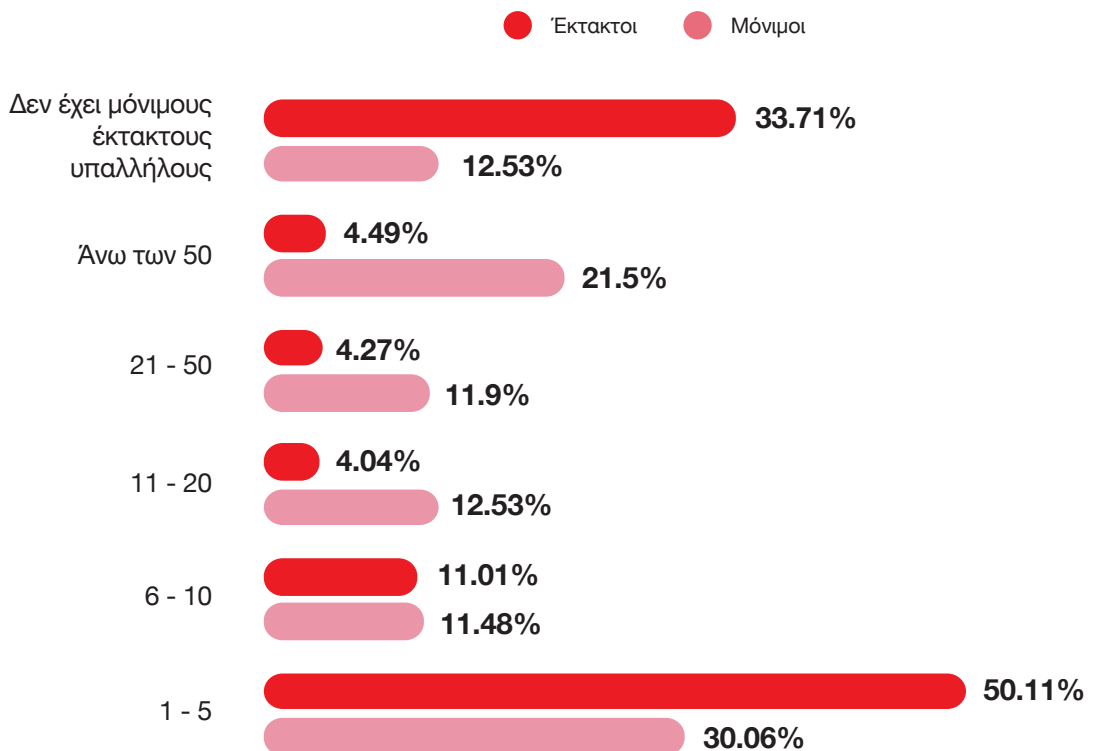


050

Τί ποσοστό του κύκλου εργασιών σας/της εταιρίας σας συνήθως προέρχεται από το εξωτερικό;

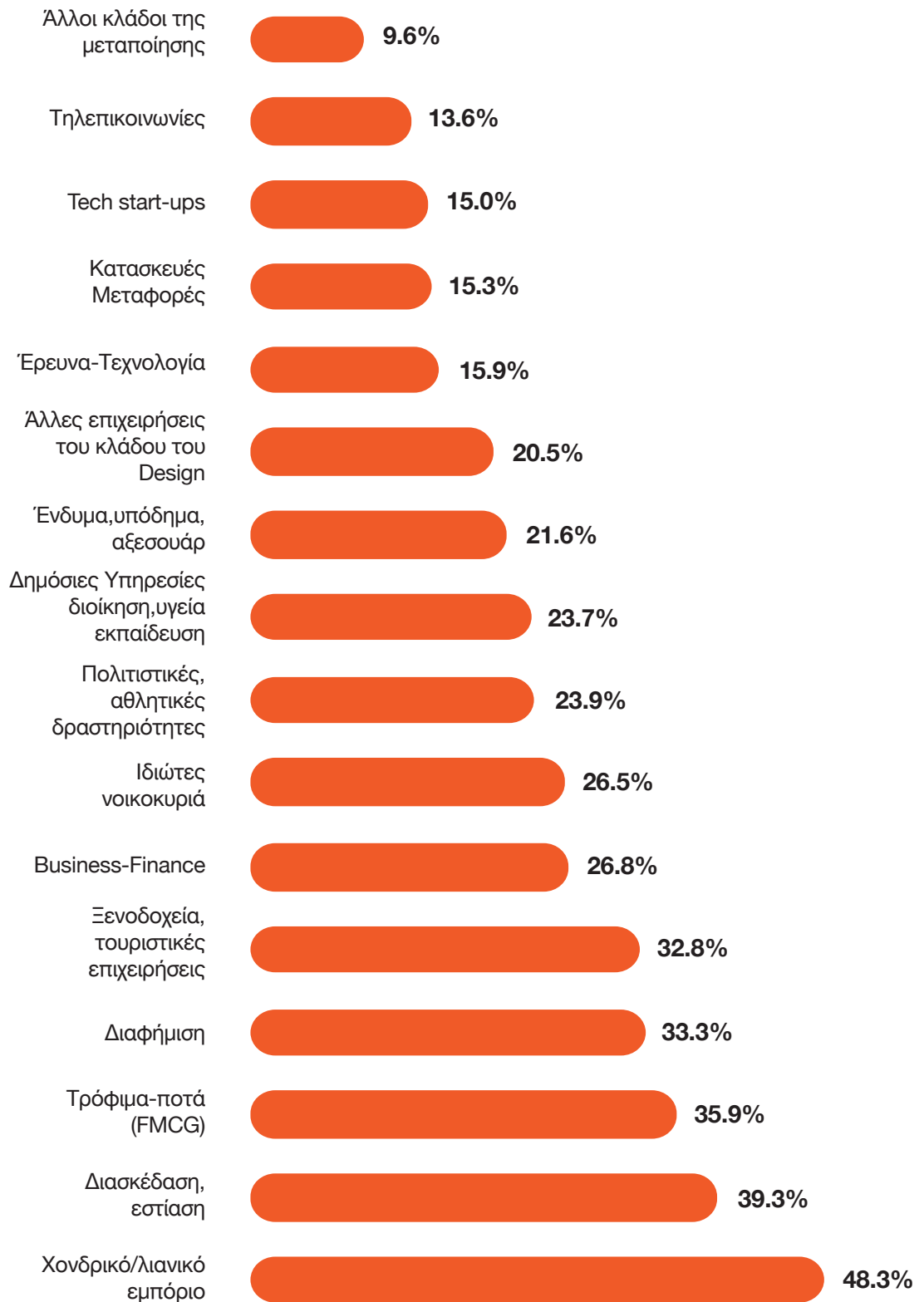


Πόσους μόνιμους/έκτακτους υπαλλήλους έχει η εταιρία στην οποία εργάζεστε/ είστε ιδιοκτήτης;



051

Από ποιούς κλάδους προέρχονται οι πελάτες σας/της εταιρίας τα τελευταία 3 χρόνια; (πολλαπλές απαντήσεις)



052

Σχόλια

Πέρα από τα ατομικά χαρακτηριστικά των Ελλήνων σχεδιαστών, επιδιώχθηκε η ανάλυση του τοπίου των επιχειρήσεων του κλάδου. Εδώ είναι απαραίτητο να διευκρινιστεί πως επειδή είναι αδύνατος ο έλεγχος πολλαπλών απαντήσεων (όπως, για παράδειγμα, όταν δύο ή περισσότεροι εργαζόμενοι της ίδιας εταιρίας δίνουν πληροφορίες για την ίδια εταιρία), η ανάλυση πραγματοποιείται με αφετηρία τον εργαζόμενο. Όπου αυτό δε συμβαίνει τα ευρήματα είναι προσεγγιστικά. Μεταξύ των εργαζομένων που είτε είναι μισθωτοί, είτε ιδιοκτήτες επιχειρήσεων (51,8% του δείγματος), η συντριπτική πλειοψηφία απασχολείται σε τρεις κλάδους· τη γραφιστική με 22,5%, το web/digital design & development με 19% και τη διαφήμιση με 17,7%. Τέλος, ένα αξιοσημείωτο ποσοστό που ανέρχεται στο 10,2% απασχολείται σε in-house δημιουργικό τμήμα εταιρίας.

Μεταξύ των ερωτώμενων που είναι μισθωτοί ή ιδιοκτήτες επιχειρήσεων ένα μεγάλο μέρος (42,8%) αγνοούσε τον κύκλο εργασιών της εταιρίας τους. Αφαιρώντας αυτή την πολυπληθή ομάδα από την ανάλυση, εύκολα προκύπτει το συμπέρασμα πως οι σημαντικότεροι (σε όρους αριθμού απασχολούμενων) εργοδότες είναι οι πολύ μεγάλες επιχειρήσεις, κυρίως, δε, αυτές που είχαν κύκλο εργασιών μεγαλύτερο από μισό εκατομμύριο ευρώ. Οι εταιρίες και οι ελεύθεροι επαγγελματίες /αυτοαπασχολούμενοι του κλάδου εμφανίζουν μια ιδιαίτερα αξιοσημείωτη εξωστρέφεια, καθώς περίπου οι μισοί παρουσιάζουν κάποια έσοδα από το εξωτερικό. Είναι επίσης αξιοσημείωτο πως το 12% του συνόλου των αυτοαπασχολούμενων αντλούν περισσότερο από το 1/3 του κύκλου εργασιών τους από το εξωτερικό. Τα μεγέθη αυτά αναδεικνύουν μάλλον μια πολύ ευνοϊκή αλλά μη αναμενόμενη εικόνα για τρεις λόγους: α) Ο πρώτος λόγος αφορά τη γενικευμένη έλλειψη εξωστρέφειας των ελληνικών επιχειρήσεων, ενώ β) οι υπηρεσίες τείνουν να χαρακτηρίζονται από σχετικά περιορισμένη εξαγωγικότητα· τέλος, γ) για τις ΜμΕ, αλλά ιδιαίτερα τις πολύ μικρές και ατομικές επιχειρήσεις η πρόσβαση σε ξένες αγορές συνεπάγεται ιδιαίτερα αυξημένα κόστη, που, πολύ συχνά, κάνουν την προσπάθεια απαγορευτική. Η εικόνα εξωστρέφειας του κλάδου είναι σημαντικά εντονότερη για το δείγμα των επιχειρηματιών, αφού μόνο το 1/4 των ερωτώμενων που δήλωσαν ιδιοκτήτες/συνιδιοκτήτες εταιριών δεν έχουν πελάτες στο εξωτερικό. Αν και το δείγμα των επιχειρήσεων είναι σχετικά μικρό, η ένταση της εξωστρέφειας είναι ιδιαίτερα σημαντική.

053

Το παραπάνω σημείο δεν είναι μόνο σημαντικό για το δυναμισμό του κλάδου του σχεδιασμού, αλλά και μια πολύ ενδιαφέρουσα προοπτική για το σύνολο της ελληνικής οικονομίας η οποία αναζητά νέα κατεύθυνση· το ελληνικό design δείχνει να αναδεικνύει τη δυνατότητα των κλάδων των εμπορεύσιμων υπηρεσιών να συμβάλουν στην αύξηση της εξωστρέφειας της ελληνικής οικονομίας εντασσόμενες σε διεθνείς αλυσίδες αξίας, όχι όμως αξιοποιώντας το φθηνό εργατικό δυναμικό της χώρας – όπως στο απώτερο παρελθόν – αλλά τη γνώση, τις δεξιότητες και τη νέα επιχειρηματικότητα.

Τέλος, μεταξύ των ερωτώμενων που είναι μισθωτοί ή ιδιοκτήτες επιχειρήσεων το 54% των μισθωτών απασχολείται σε επιχειρήσεις που σύμφωνα με τους νέους ορισμούς της ΕΕ είναι πολύ μικρές επιχειρήσεις (<10 εργαζόμενους), συμπεριλαμβάνοντας και τις επιχειρήσεις χωρίς μόνιμους υπαλλήλους. Σε σύγκριση με τη συνολική οικονομία (τα στοιχεία προέρχονται από το 2014 SBA Fact Sheet) η εικόνα του κλάδου δεν παρουσιάζει σημαντικές διαφοροποιήσεις από τους υπόλοιπους κλάδους της ελληνικής οικονομίας, αν και ως κλάδος υπηρεσιών, το design θα αναμένονταν να περιλαμβάνει επιχειρήσεις μικρότερες από τον εθνικό μέσο όρο. Στην πραγματικότητα, προσθέτοντας τους μόνιμους και τους έκτακτους υπαλλήλους, ο κλάδος παρουσιάζει μέσα μεγέθη λίγο μεγαλύτερα από το σύνολο των υπόλοιπων κλάδων της ελληνικής οικονομίας.

“ Το ελληνικό design συμβάλει στην αύξηση της εξωστρέφειας της οικονομίας, αξιοποιώντας τη γνώση, τις δεξιότητες.



Tweet this



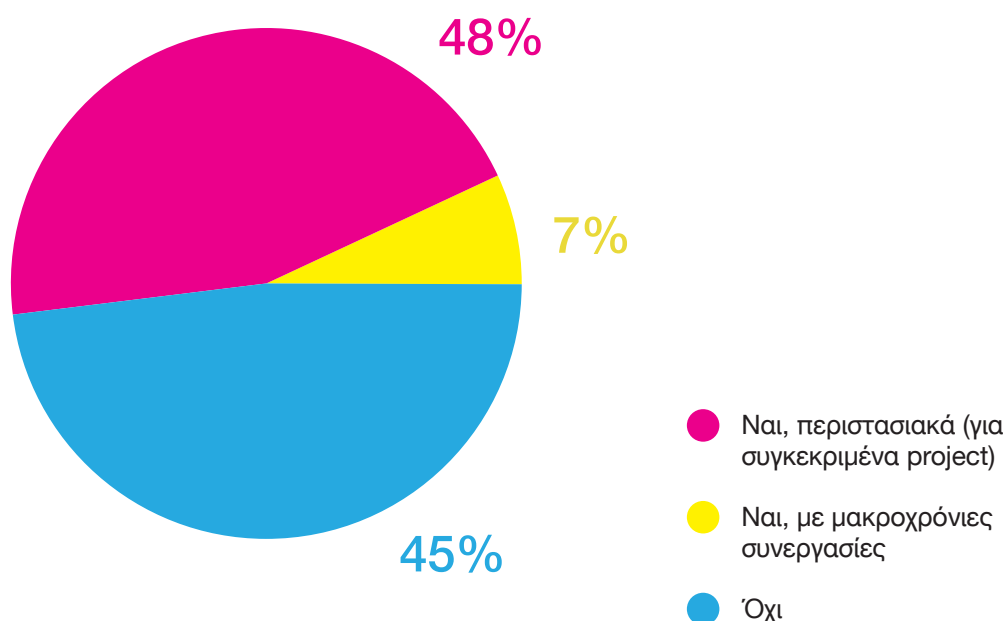
10

Δίκτυα & συνεργασίες

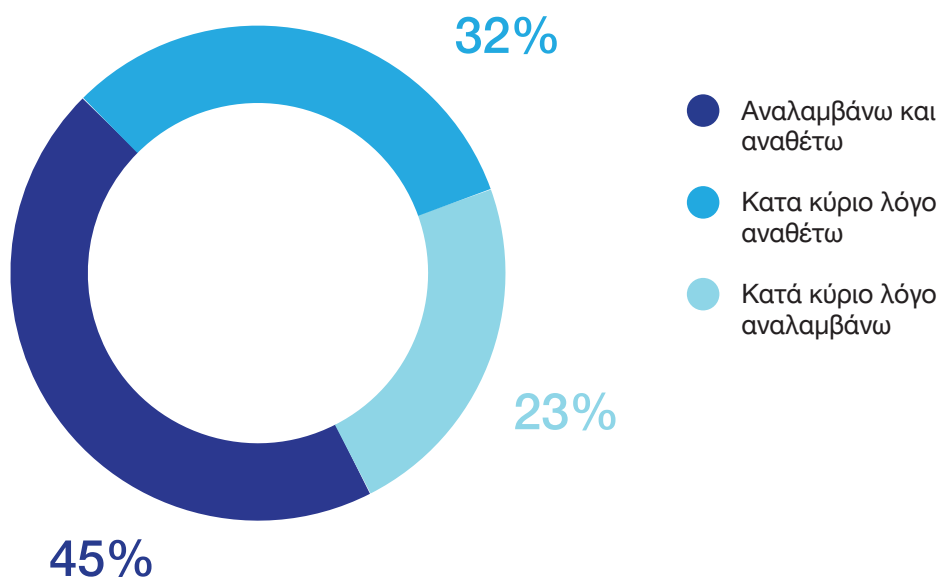
CREATIVE SURVEY 2015

055 Δίκτυα και συνεργασίες

Συνεργάζεστε με άλλες επιχειρήσεις/freelancers;

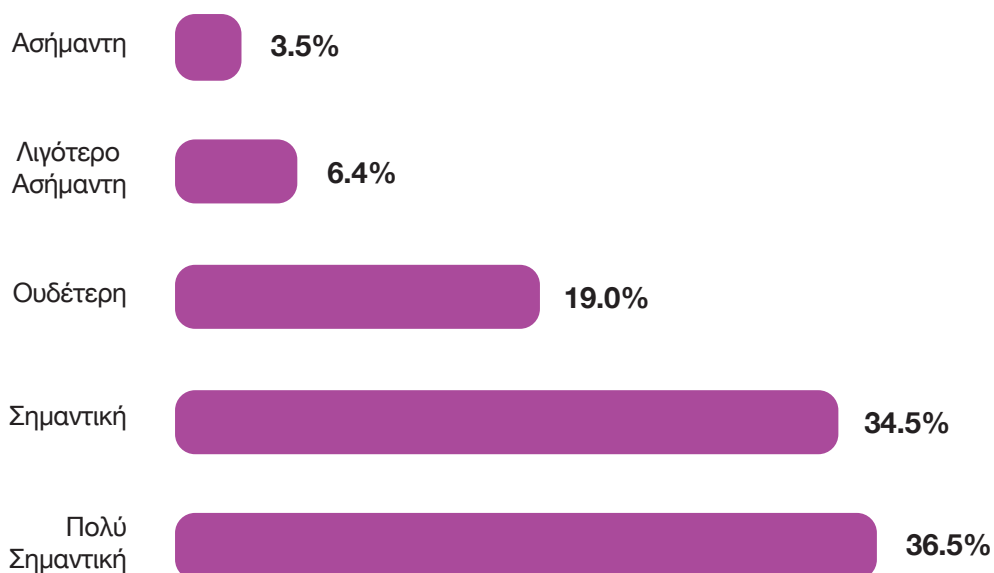


Στις συνεργασίες σας με άλλες επιχειρήσεις/freelancers, αναθέτετε ή αναλαμβάνετε εργασίες;

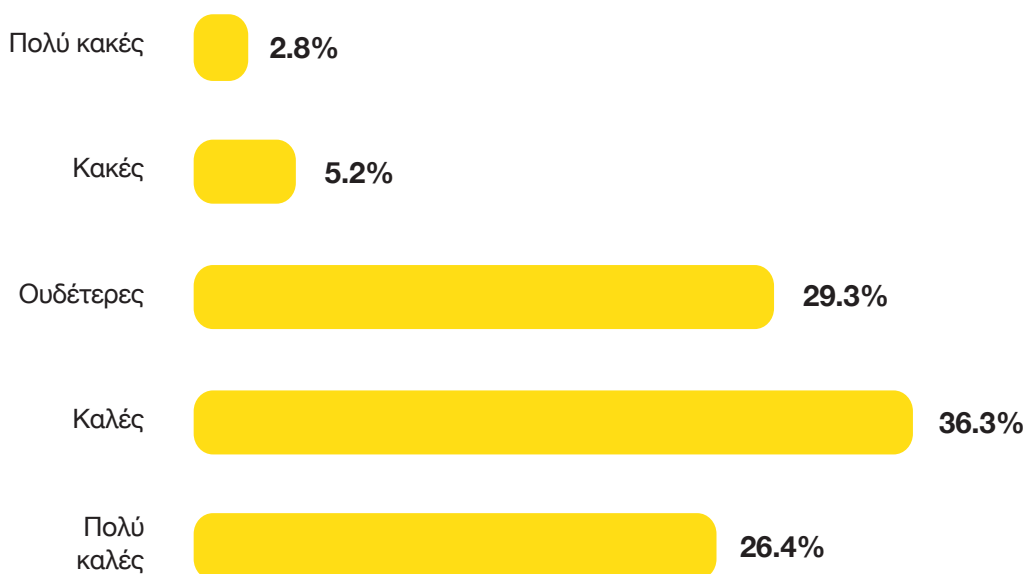


056

Στο πλαίσιο των συνεργασιών με άλλες εταιρίες/
freelancers, πως αξιολογείτε την θέση σας/ της εταιρίας
σας σχετικά με την λήψη των στρατηγικών αποφάσεων;



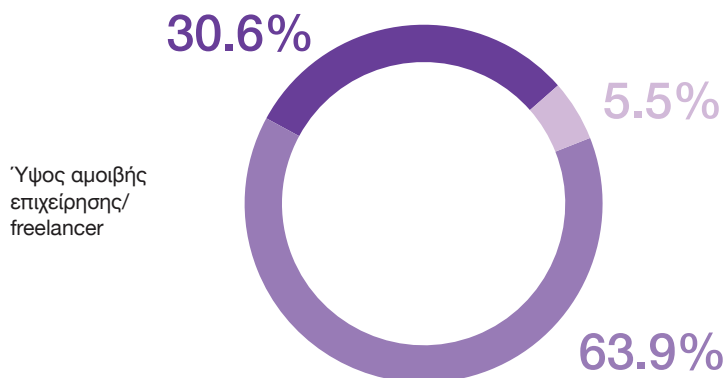
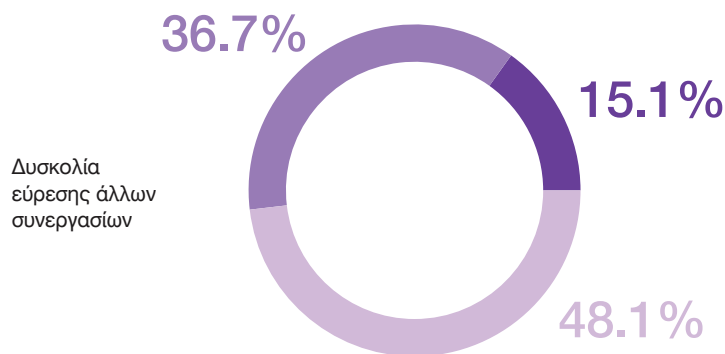
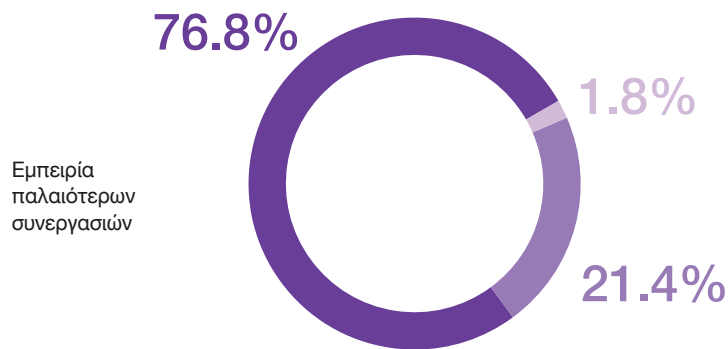
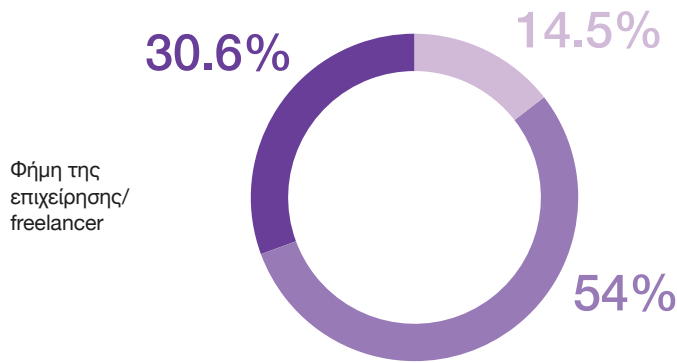
Πώς χαρακτηρίζετε τις σχέσεις σας με άλλες δημιουργικές
επιχειρήσεις/freelancers;



057

Πώς αποφασίζετε με ποιές εταιρίες/freelancers θα συνεργαστείτε για ένα project;

● Καθόλου Σημαντικό
 ● Σημαντικό
 ● Πολύ Σημαντικό



058

Σχόλια

Η πλειοψηφία των Ελλήνων designers (55%) συνεργάζεται με άλλες εταιρίες/free-lancers του κλάδου. Μια αρκετά σημαντική μειοψηφία (7%) έχει συνάψει μακροχρόνιες συνεργασίες, ενώ οι επιχειρήσεις που αναθέτουν εργασίες στα πλαίσια αυτών των συνεργασιών είναι μεν λιγότερες από αυτές που αναλαμβάνουν, όχι όμως τόσο λιγότερες ώστε να προκύπτει μια ξεκάθαρη εικόνα εξειδίκευσης. Ο σημαντικότερος παράγοντας στην επιλογή συνεργατών είναι η εμπειρία παλαιότερων συνεργασιών, ενώ η φήμη, αλλά και το κόστος ακολουθούν σε αρκετά μεγάλη απόσταση. Όσο, δε, αφορά στον χαρακτήρα των δικτύωσης που αναπτύσσονται, η συντριπτική πλειοψηφία θεωρεί πως διαδραματίζει σημαντικό ή πολύ σημαντικό ρόλο στη λήψη στρατηγικών αποφάσεων.

Τέλος, το 'κλίμα' στις σχέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ των δημιουργικών επαγγελματιών δείχνει πολύ καλό, καθώς η πλειοψηφία χαρακτηρίζει τις σχέσεις με άλλες δημιουργικές επιχειρήσεις/ επαγγελματίες καλές ή πολύ καλές. Το 'κλίμα' που επικρατεί στο εσωτερικό του κλάδου, παρά τις δυσμενείς εξωτερικές συνθήκες, είναι πολύ καλό, ενώ ο κλάδος δείχνει να αξιοποιεί σημαντικές εξωτερικές οικονομίες δικτύωσης με την πλειοψηφία των επιχειρήσεων να συνεργάζεται, περιστασιακά ή μόνιμα, με άλλες επιχειρήσεις.

“ Το κλίμα που επικρατεί στο κλάδο είναι πολύ καλό και δείχνει να αξιοποιεί σημαντικές εξωτερικές οικονομίες. ”



11

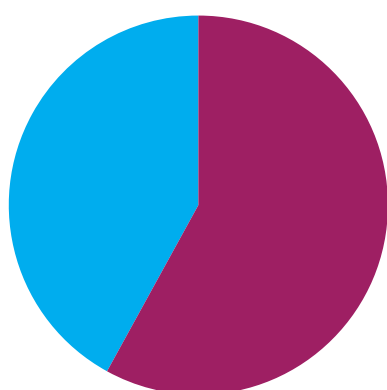
Ενημέρωση, εκπαίδευση και συνέδρια

CREATIVE SURVEY 2015

060

Ενημέρωση, εκπαίδευση και συνέδρια

Ενημερώνεστε - εκπαιδεύεστε σχετικά με το επάγγελμά σας από συνδρομητικές ιστοσελίδες;

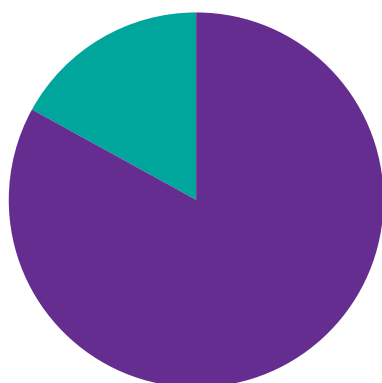
**58%**

Ναι

42%

Όχι

Ενημερώνεστε σχετικά με τις εξελίξεις του επαγγέλματος σας από βιβλία/περιοδικά;

**83%**

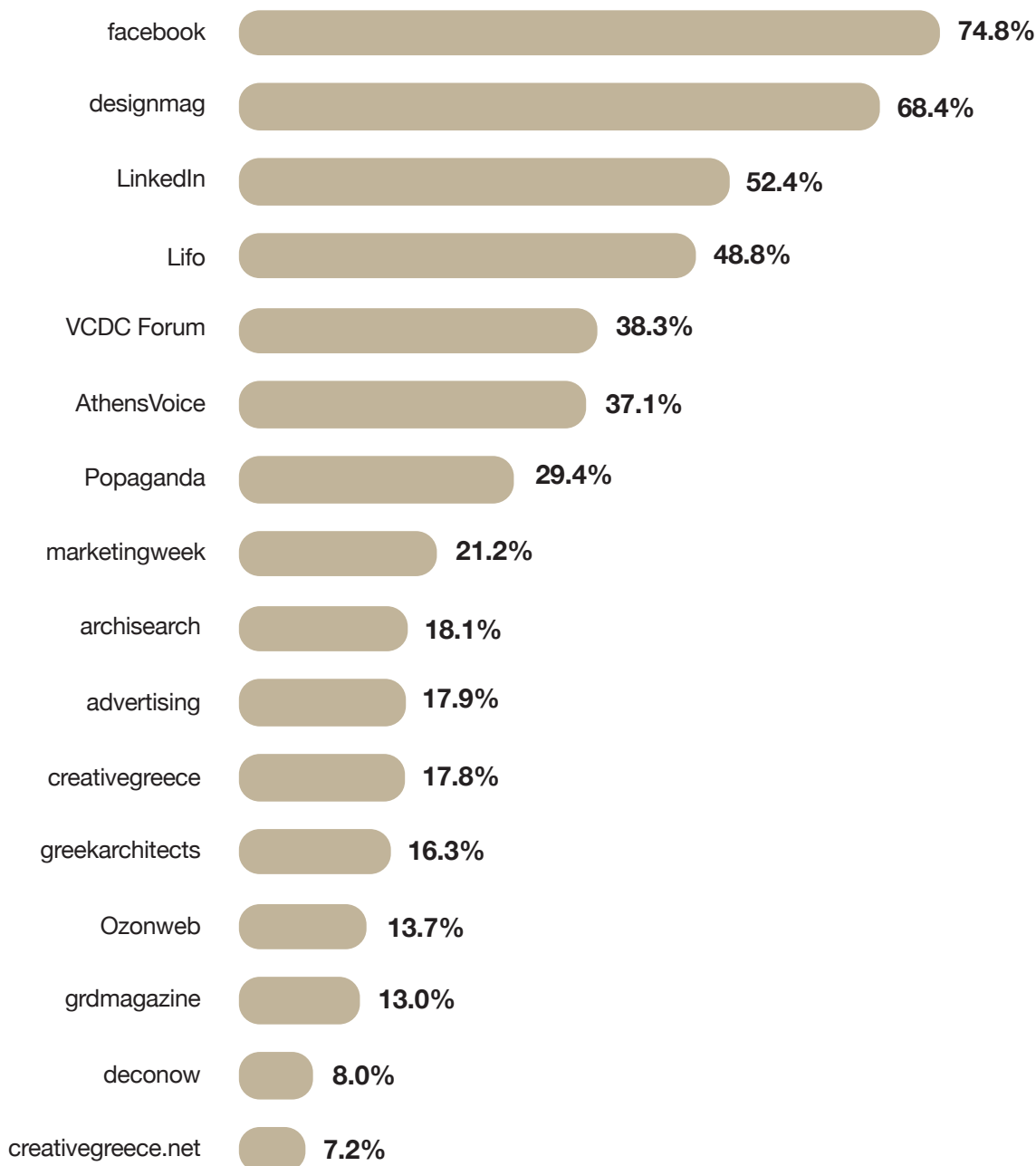
Ναι

17%

Όχι

061

Ποιά online μέσα/ιστοσελίδες χρησιμοποιείτε για να ενημερώνεστε; (πολλαπλές απαντήσεις)

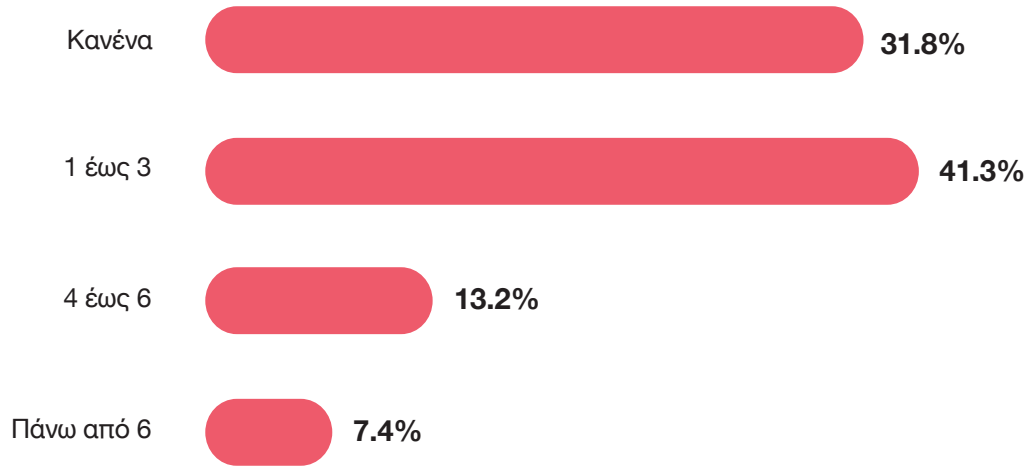


Σχόλια

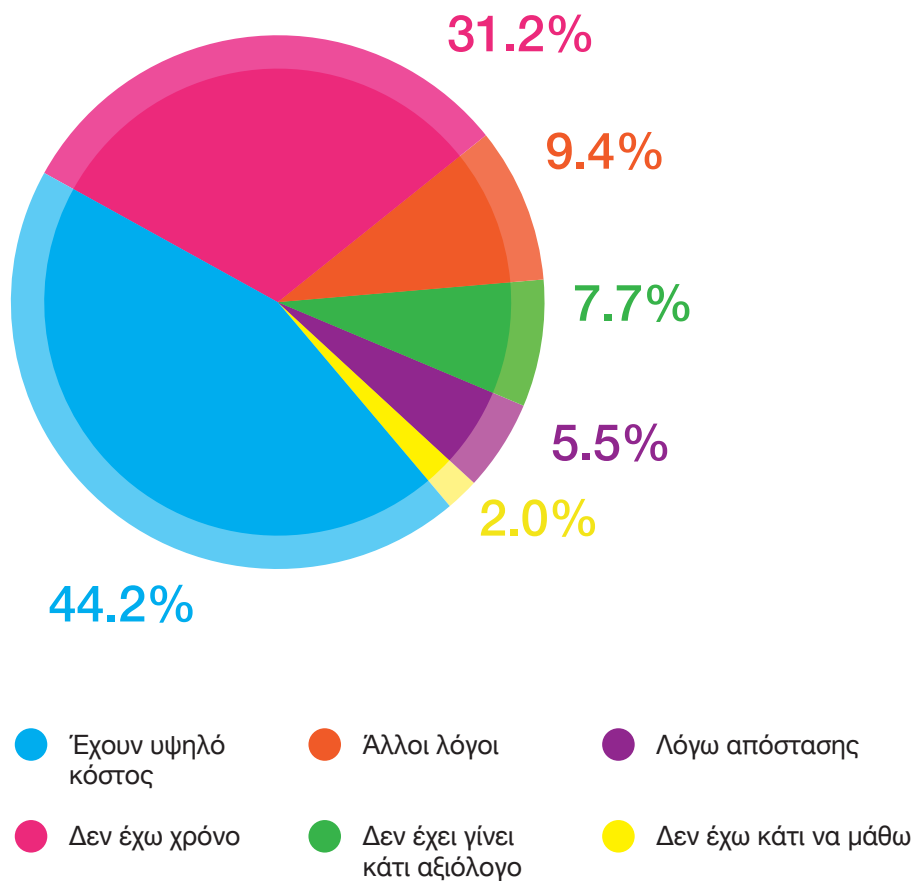
Οι Έλληνες σχεδιαστές χρησιμοποιούν σε μεγάλο βαθμό τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης και τις ιστοσελίδες/φόρουμ σχετικές με το σχεδιασμό για την ενημέρωσή τους, ενώ πάνω από τους μισούς διατηρούν συνδρομή σε αντίστοιχα μέσα. Ενδιαφέρον αποτελεί το εύρημα ότι το 82% των ελλήνων σχεδιαστών συνεχίζει να προτιμά τα έντυπα μέσα (βιβλία, περιοδικά) για την ενημέρωσή τους σχετικά με τις εξελίξεις του επαγγέλματος.

062

Πόσα συνέδρια σχετικά με το design έχετε παρακολουθήσει τα 3 τελευταία χρόνια;

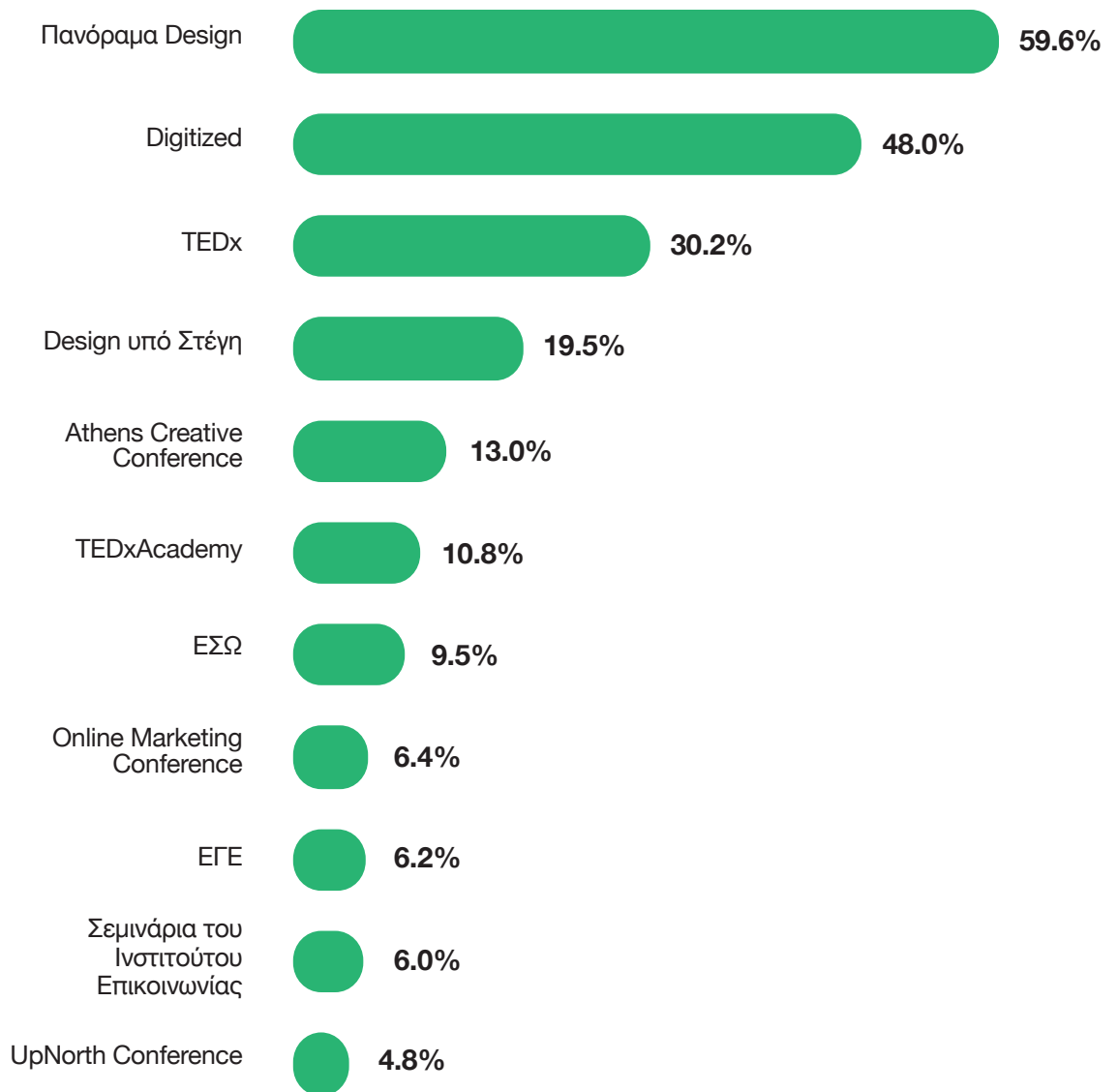


Εάν δεν έχετε παρακολουθήσει κάποιο συνέδριο, γιατί συνέβη αυτό;



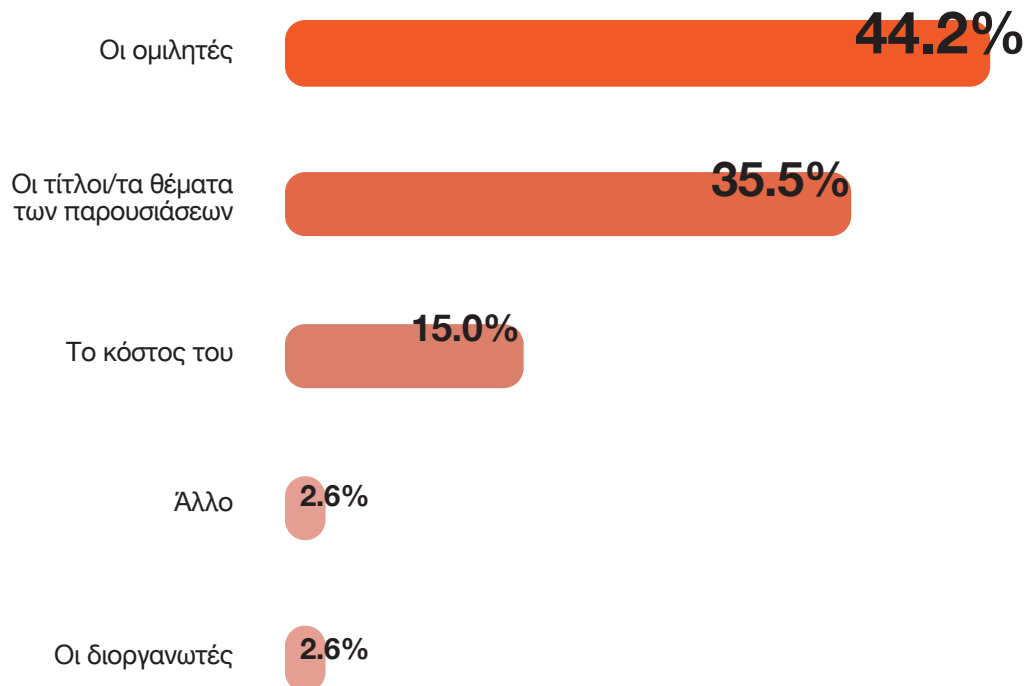
063

Ποιά συνέδρια έχετε παρακολουθήσει τα τελευταία 3 χρόνια; (πολλαπλές επιλογές)



064

Ποιο είναι το κυριότερο κριτήριο που συμβάλει στην απόφασή σας ώστε να παρακολουθήσετε ένα συνέδριο;



065

Σχόλια

Σχεδόν τα 2/3 των ελλήνων σχεδιαστών παρακολουθούν τουλάχιστον ένα συνέδριο σχετικό με τον σχεδιασμό τα τελευταία τρία έτη, με το Πανόραμα Design και το Digitized να έρχονται πρώτα στις προτιμήσεις τους. Το υψηλό κόστος φαίνεται πως είναι ο σημαντικότερος παράγοντας αποτροπής συμμετοχής σε συνέδριο, καθώς είναι ο λόγος για τον οποίο δεν έχει παρακολουθήσει συνέδριο το 45,5%, ενώ για το 32.1% όσων δεν παρακολούθησαν κάποιο συνέδριο ο λόγος ήταν η έλλειψη χρόνου.

Τέλος, για ένα μικρό ποσοστό, όχι όμως ασήμαντό ποσοστό (8%) ο λόγος ήταν πως δεν έχει γίνει κάποιο αξιολογικό συνέδριο. Είναι αξιοσημείωτο πως για την πλειοψηφία των ερωτώμενων που έδωσαν άλλο λόγο (6%), αυτός συνδέονταν με την απουσία αξιοσημείωτων συνεδρίων από την Ελληνική περιφέρεια, καθώς συγκεντρώνονται σχεδόν αποκλειστικά στην Αθήνα.

“ Σχεδόν τα 2/3 των ελλήνων σχεδιαστών παρακολουθήσαν τουλάχιστον ένα σχετικό συνέδριο τα τελευταία τρία έτη.



Tweet this



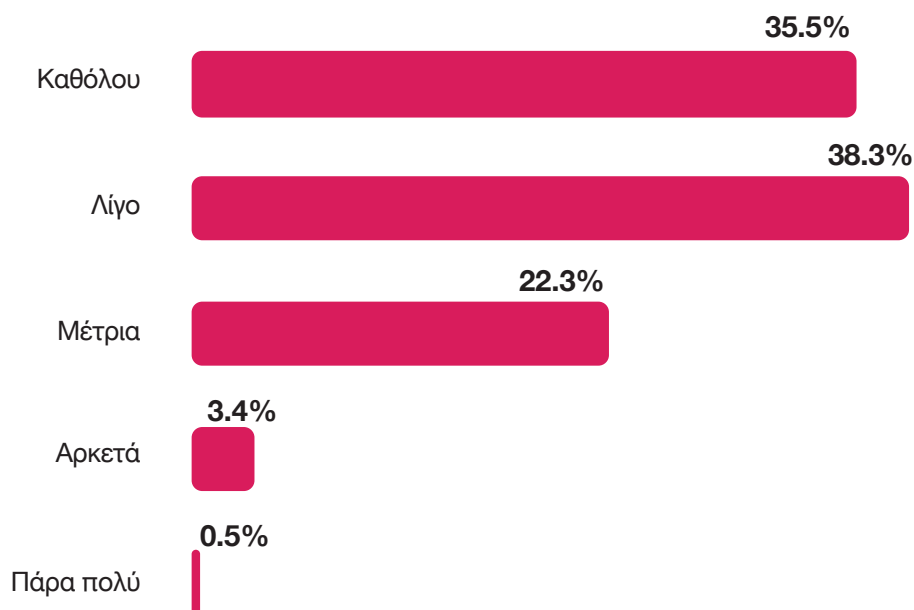
12

Ικανοποίηση, Προβλήματα

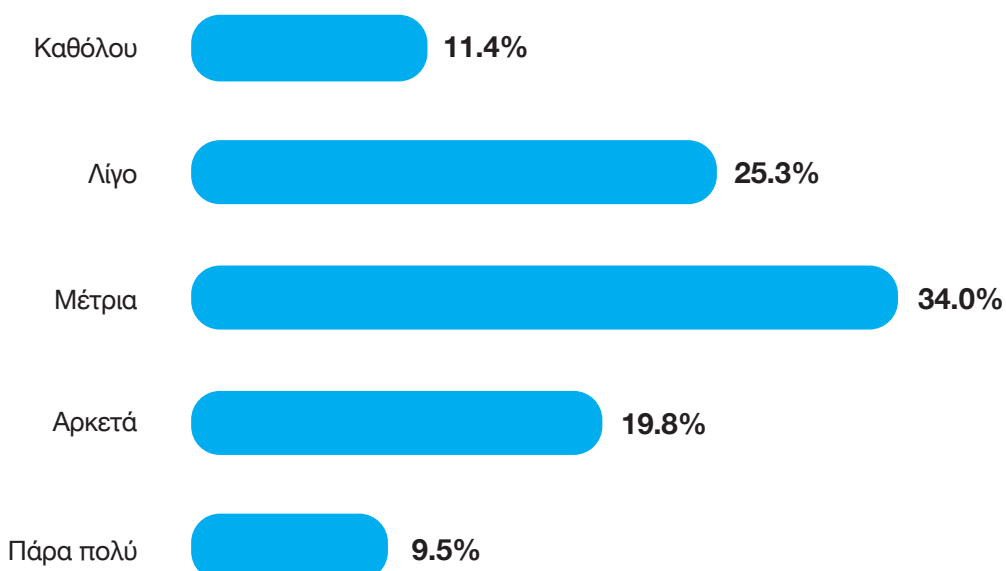
CREATIVE SURVEY 2015

067 Ικανοποίηση, Προβλήματα

Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από την οικονομική κατάσταση που επικρατεί στον κλάδο του σχεδιασμού;

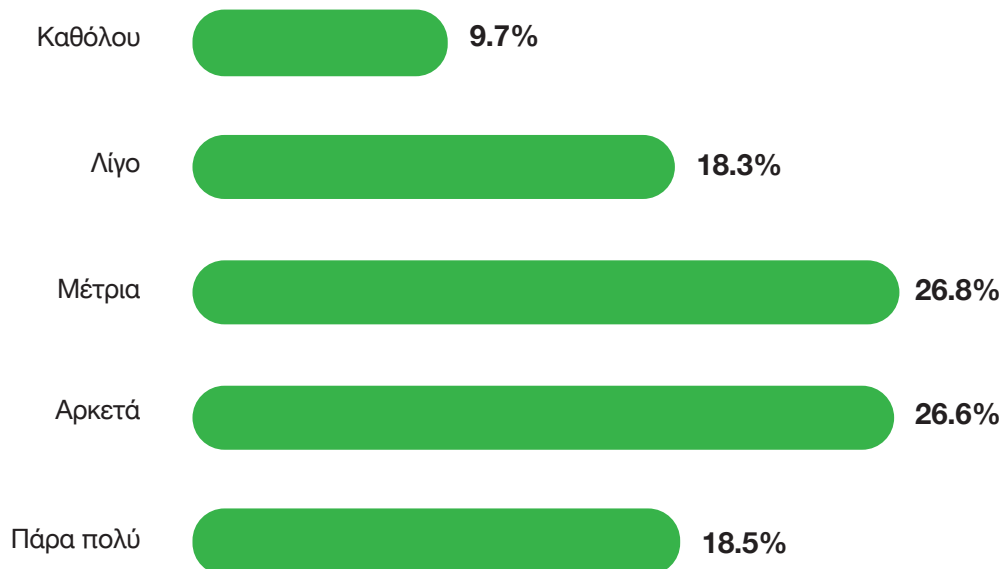


Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από τον χρόνο που απασχολήστε στη δημιουργική σας εργασία;

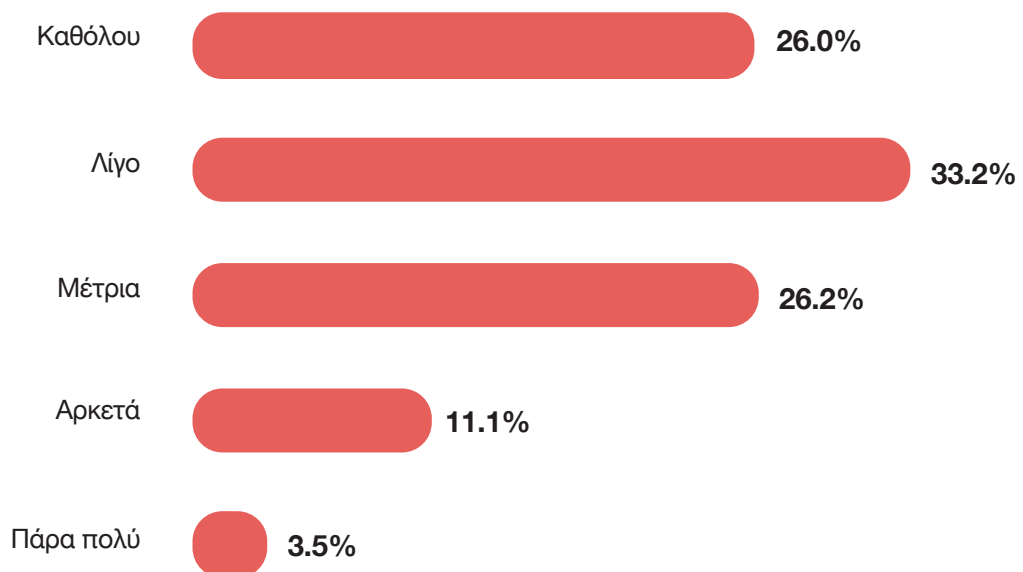


068

Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από τις εργασιακές συνθήκες στη δημιουργική σας εργασία;

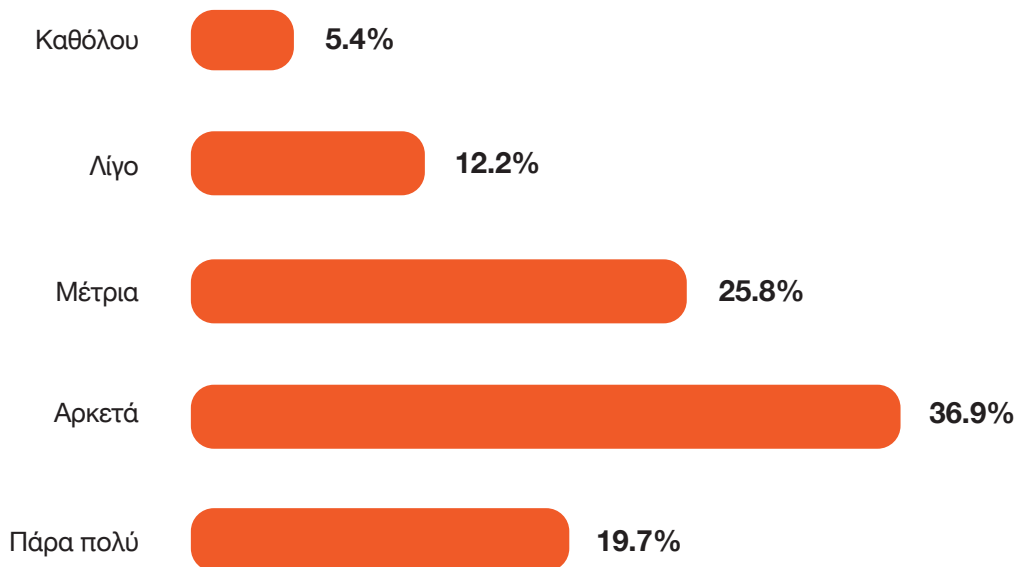


Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από τις χρηματικές απολαβές της δημιουργικής σας εργασίας;

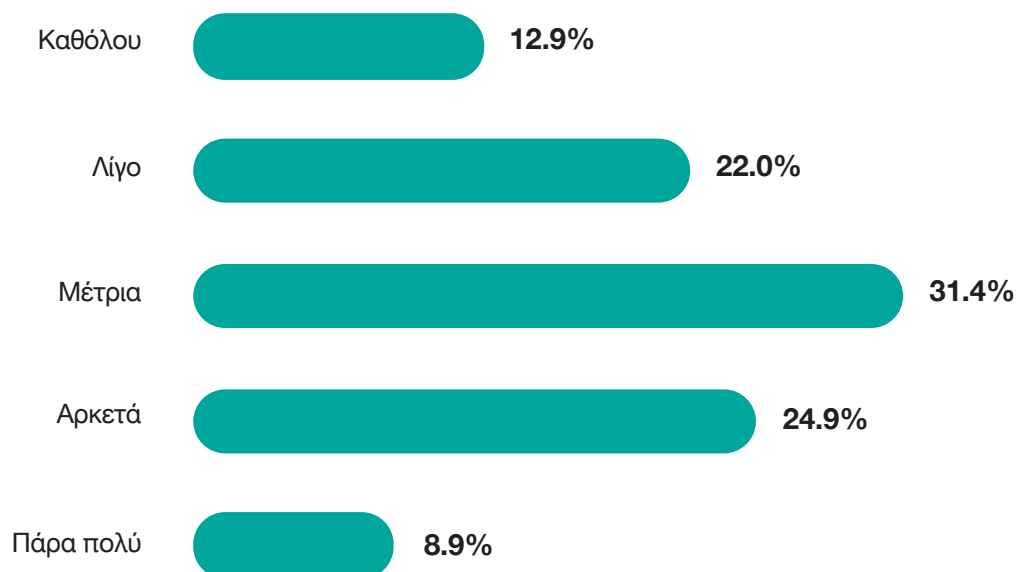


069

Είστε αισιόδοξος/η για την ανταγωνιστικότητα του ελληνικού design;



Είστε αισιόδοξος/η για την ανάπτυξη κουλτούρας από την ελληνική κοινωνία σε σχέση με το ρόλο του design;



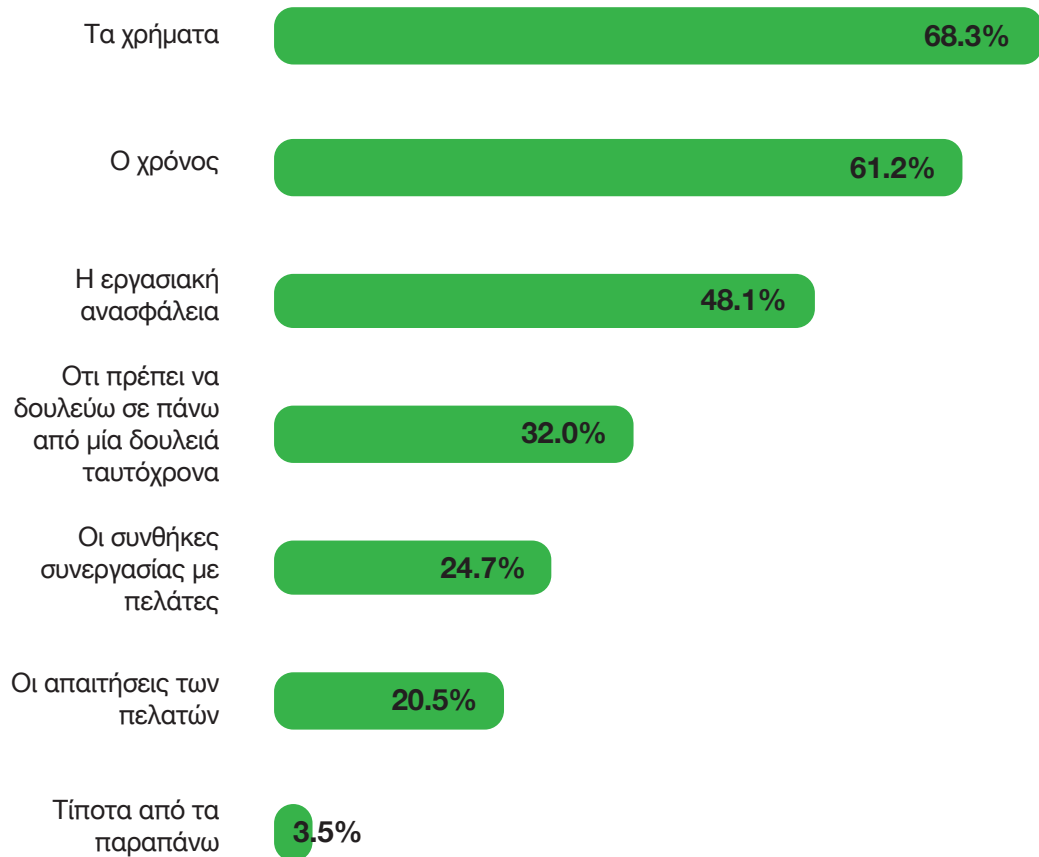
070

Σε ποιό/ά από τα παρακάτω θα χρειαζόσασταν βοήθεια (πολλαπλές επιλογές);

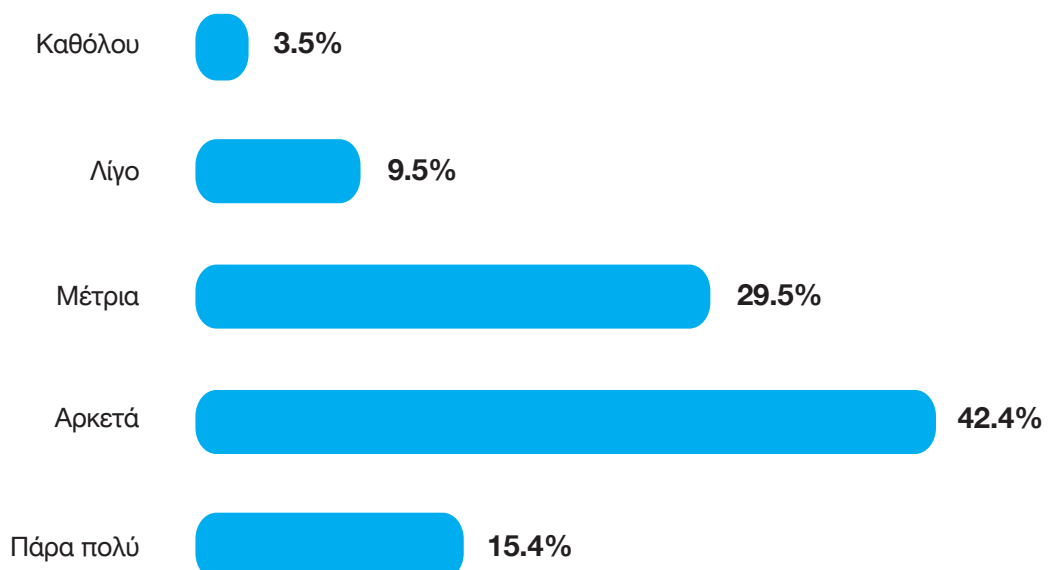


071

Ποιά από τα παρακάτω νοιώθετε ότι σας πιέζουν περισσότερο (πολλαπλές επιλογές);



Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από τη ζωή σας συνολικά;



072

Σχόλια

Σε γενικές γραμμές οι Έλληνες σχεδιαστές φαίνεται να είναι ικανοποιημένοι από την εργασία τους στον χώρο του σχεδιασμού. Λιγότερο ικανοποιημένοι φαίνεται να είναι σε σχέση με την οικονομική κατάσταση που επικρατεί στον χώρο και σε σχέση με τις προσωπικές χρηματικές απολαβές, δεδομένου ότι εργάζονται πολλές ώρες. Αυτά τα δύο (χρήματα και χρόνος) μαζί με την εργασιακή ανασφάλεια που δημιουργούν οι περιορισμένες χρονικά εργοληπτικές συμφωνίες (project-based work) είναι τα κυριότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι Έλληνες σχεδιαστές.

Τέλος, έντονη είναι η ανάγκη για βοήθεια στα θέματα των εξαγωγών, μάρκετινγκ και επιχειρηματικών συμβουλών.

“ Οι χρηματικές απολαβές, οι ώρες εργασίας και η εργασιακή ανασφάλεια είναι τα κυριότερα προβλήματα.

”



Tweet this



13

Μεθοδολογία της έρευνας

CREATIVE SURVEY 2015

074 Μεθοδολογία της έρευνας

Το Creative Survey 2015 στηρίχθηκε σε ένα δομημένο ερωτηματολόγιο 64 ανοικτών και κλειστών ερωτήσεων, το οποίο δημιουργήθηκε στο iprobe.gr και ανέβηκε στο creativesurvey.gr από τις 6 Δεκεμβρίου 2014 έως τις 6 Φεβρουαρίου 2015. Συνολικά, 925 σχεδιαστές απάντησαν ανώνυμα το ερωτηματολόγιο, με μέσο χρόνο απαντήσεων τα 12,9 λεπτά. Το τελικό δείγμα στηρίχθηκε σε 879 ερωτηματολόγια, καθώς δεν συμπεριλήφθηκαν οι απαντήσεις που έδωσαν 46 έλληνες σχεδιαστές που είναι κάτοικοι εξωτερικού.

Το δείγμα των 879 σχεδιαστών θεωρείται αξιόπιστο και αντιπροσωπευτικό για το σύνολο του πληθυσμού των σχεδιαστών στην Ελλάδα, όπως και για τους τομείς του γραφιστικού σχεδίου (graphic design), του ψηφιακού σχεδίου (web-digital design), του σχεδίου εσωτερικής διακόσμησης (interior design) και του βιομηχανικού σχεδίου (industrial design), ενώ για τον τομέα του σχεδίου μόδας (fashion design) το αντίστοιχο δείγμα δεν θεωρήθηκε επαρκές και αξιόπιστο-αντιπροσωπευτικό. Η ανάλυση των αποτελεσμάτων έγινε με την βοήθεια του στατιστικού προγράμματος SPSS.

14

Σχόλια σχετικά με την έρευνα

CREATIVE SURVEY 2015

076

Σχόλια



Δημήτριος Φακίνος

Διευθυντής, Ελληνικά Βραβεία Γραφιστικής & Εικονογράφησης

 @demetrios_f

Ο πλούτος ποιοτικής πληροφορίας που παρέχεται από αυτήν εδώ την έρευνα δημιούργησε ένα μικρό πρόβλημα για εμένα προσωπικά. Είναι τόσα πολλά τα (χρήσιμα) συμπεράσματα που μπορούν να εξαχθούν, τόσα τα ενδιαφέροντα σημεία που αξίζουν μια παραπάνω διερεύνηση, που δυσκολεύθηκα να διαλέξω ένα θέμα για να επικεντρώσω το δικό μου σχόλιο.

Λόγω αντικείμενου σπουδών (MSc στη διοίκηση ανθρωπίνου παράγοντα) ένα σημείο που κίνησε το ενδιαφέρον μου ήταν οι εισοδηματικές ανισότητες ανάμεσα στις διάφορες ομάδες που εξετάζει η έρευνα. Θέλησα να δω κατά πόσο αλλάζει το εισόδημα ανάλογα με διάφορους παράγοντες, που πολύ σωστά εντόπισε και επιχείρησε να διερευνήσει το ερωτηματολόγιο.

Μια πρώτη μεγάλη διαφορά έχει σχέση με το αντικείμενο της απασχόλησης, όπου με μεγάλη άνεση ξεχωρίζουν εκείνοι που ασχολούνται με το web/digital design. Το ετήσιο ατομικό τους εισόδημα (€17.465) είναι κατά 42,5% περίπου πάνω από το μέσο όρο του συνόλου των σχεδιαστών! Να κάτι που αξίζει να συγκρατήσουν όσοι διερευνούν/αξιολογούν πιθανές αλλαγές καριέρας.

Ο τίτλος σπουδών έχει κι αυτός το βάρος του στο ύψος του εισοδήματος, όμως οι διαφορές εδώ δεν είναι ιδιαίτερα κραυγαλέες. Όσοι κατέχουν μεταπτυχιακό τίτλο σπουδών κερδίζουν περίπου 14,5% περισσότερα από εκείνους που διαθέτουν απλό πανεπιστημιακό δίπλωμα. Κάτι που αξίζει ίσως να σημειωθεί είναι όσοι επιλέγουν εκπαιδευτικά ιδρύματα του εξωτερικού ή ιδιωτικά κολλέγια και σχολές στην Ελλάδα, από πλευράς εισοδήματος τα πηγαίνουν καλύτερα από εκείνους που κατέχουν τίτλο ελληνικού ιδρύματος.

077

Μικρές και σχετικά αναμενόμενες είναι οι διαφορές ανάλογα με τη γεωγραφική κατανομή των σχεδιαστών. Το μεγάλο τους πλήθος βρίσκεται στην Αθήνα και όσοι δεν δραστηριοποιούνται σε Αθήνα ή Θεσσαλονίκη είναι περίπου κατά 19% κάτω από το μέσο όρο.

Εκεί που βρίσκεται όμως η μεγάλη και ιδιαίτερα αρνητική έκπληξη είναι οι διαφορές ανάλογα το φύλο. Οι γυναίκες έχουν περίπου 38,5% χαμηλότερο εισόδημα απ' ό,τι οι άνδρες συνάδελφοί τους. Έψαξα να βρω τι ισχύει ευρύτερα στην αγορά. Τα πιο πρόσφατα στοιχεία που δίνει η Eurostat για την Ελλάδα (2010), σημειώνουν πως αυτό που ονομάζεται "gender gap" (η διαφορά δηλαδή του εισοδήματος ανάμεσα στα δύο φύλα για ίδια εργασία) βρίσκεται στο 15% (τη στιγμή που ο μέσος ευρωπαϊκός όρος για το 2014 ήταν στο 16,4%). Αυτού δοθέντος εξάγεται ότι οι σχεδιάστριες βρίσκονται σε σημαντικώς χειρότερη θέση απ' ότι οι υπόλοιπες Ελληνίδες όσον αφορά τις ανισότητες στο κομμάτι του εισοδήματος.

Κοντολογίς, αν κάποιος αποφασίσει να ασχοληθεί επαγγελματικά με το design στη χώρα μας, το καλύτερο που έχει να κάνει είναι να σπουδάσει στο εξωτερικό web design, να εγκατασταθεί στην Αθήνα και να είναι άνδρας. Οτιδήποτε εξ αυτών αλλάξει, τόσο το χειρότερο για το εισόδημά του.

Κλείνοντας το σύντομο σχόλιό μου, θα ήταν παράλειψή μου να μη συγχαρώ την ομάδα που σχεδίασε και έφερε εις πέρας την έρευνα αυτή. Εύχομαι τα συμπεράσματά της να φανούν χρήσιμα σε πολλούς, αλλά και να υπάρξει στο μέλλον περιοδική επανάληψή της, ώστε να παρακολουθούμε την πρόοδο του χώρου μας.

078

**Νίκος Παλαιολόγος**

Creative Director



Το design στα χρόνια της κρίσης φαίνεται πως έχει σχεδιαστεί για να αντέχει. Αλλά αυτή η αντοχή έχει και παράπλευρες απώλειες. Σε χρόνο, αποδοχές και μερικές φορές, σε αποτέλεσμα. Δεν είναι εύκολο να καταλήξεις σε συμπεράσματα αλλά η έρευνα αναδεικνύει με τον πιο εύγλωττο τρόπο πως οι designers έχουν απορροφήσει όλα τα ζόρια της γενικότερης οικονομικής και κοινωνικής κατάστασης. Μεσούσης της κρίσης, οι δουλειές και οι θέσεις έχουν μειωθεί σημαντικά, η κατ' οίκον εργασία και η αυτοδιάθεση του ταλέντου κυριαρχούν, οι αμοιβές έχουν περάσει σε άλλα επίπεδα και η επαγγελματική έδρα έχει μετακινηθεί από το κέντρο στην περιφέρεια. Η επιστροφή σε λογικές όπως ότι το ανδρικό design είναι πιο καλοπληρωμένο σε σχέση με το γυναικείο φέρνει το περιβάλλον και τις συνθήκες εργασίας σε παλαιότερες δεκαετίες και αποτελεί τη δυσάρεστη πλευρά ενός τολμηρού και πάντα πρωτοπόρου επαγγέλματος.

Η δύναμη του design είναι το μόνο όπλο που μπορεί να ανατρέψει μια πραγματικότητα που έχει βρει την ευκαιρία και έχει καθίσει με άνεση πάνω στο ωραίο προσπαθώντας να το αποτελειώσει. Η γενικότερη οικονομική και αισθητική κρίση, όχι μόνο στην Ελλάδα, γέννησε μια νέα, δυσάρεστη κατάσταση η οποία αποτυπώνεται ξεκάθαρα και στα αποτελέσματα τις έρευνας. Όμως, το φως έρχεται από κάτι χαραμάδες που δεν περίμενες. Αν το δουν όλοι όσοι πρέπει, τότε θα αρχίσει και πάλι μια νέα φάση. Όχι από τύχη αλλά by design.

079

**Κώστας Καλογήρου**

Σχεδιαστής Οπτικής Επικοινωνίας

 redcreative.gr

Με ιδιαίτερη χαρά είδα το Creative Survey να συνεχίζει την καταγραφή των δεδομένων που σκιαγραφούν τον επαγγελματικό χώρο του σχεδιασμού.

Για μια γενική θεώρηση του χώρου παραπέμπω τον αναγνώστη στο ιδιαίτερα εύστοχο –κατά τη γνώμη μου– review του Ευάγγελου Κασσαβέτη στο Creative Survey 2008 το οποίο εξακολουθεί να ισχύει, απaráλλακτο φοβάμαι, έως σήμερα και παράλληλα σημειώνω προβληματισμούς που προέκυψαν από επιμέρους στοιχεία του Creative Survey 2015:

- 66,6% των σχεδιαστών εργάζονται στην Αττική
- 15,7% στη περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας με έδρα τη Θεσσαλονίκη

Το επάγγελμα του σχεδιαστή είναι προφανώς αστικό εκ φύσεως, αλλά στα ποσοστά αυτά μάλλον αντικατοπτρίζεται και η έλλειψη αποκέντρωσης και ανάπτυξης της υπαίθρου στη χώρα μας. Με δεδομένη την οικονομική κρίση, που πλήττει πρώτα τα αστικά κέντρα, θα παρατηρηθεί άραγε στο άμεσο μέλλον και μια τάση φυγής σχεδιαστών από τις μεγάλες πόλεις προς τις επαρχιακές; Η τεχνολογία σήμερα σίγουρα προσφέρει στους σχεδιαστές τη δυνατότητα για κάτι τέτοιο και θα ήταν ενδιαφέρον εάν αυτό συνέβαινε σε βαθμό ικανό να συμβάλλει στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας και τη σχεδιαστική αναβάθμιση τοπικών αγορών. Στο πλαίσιο μιας λογικής συνεργασιών –που φαίνεται διαμορφώνεται στις νέες γενιές σχεδιαστών– θα μπορούσαν να προκύψουν νέα συνεργατικά μοντέλα λειτουργίας (π.χ. σχεδιαστές ζουν και εργάζονται εκτός αστικού ιστού, τη προώθηση και πώληση στα αστικά κέντρα αναλαμβάνει μέλος της ομάδας που ζει στη πόλη, ενώ για παρουσιάσεις/συναντήσεις χρησιμοποιούνται χώροι co-working).

080

- 97% των σχεδιαστών έχει μεταλυκειακή εκπαίδευση/σπουδές
- 85% οι σπουδές έχουν συνάφεια με το επάγγελμα του σχεδιαστή
- 22% έχει παρακολουθήσει μεταπτυχιακό πρόγραμμα ειδίκευσης

Ο κλάδος των επαγγελματιών σχεδιαστών στην Ελλάδα διαθέτει σήμερα καταρτισμένο και ειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό – στοιχείο εξαιρετικά θετικό και σημαντικό για τη πορεία του κλάδου στο άμεσο μέλλον.

Ένα ενδιαφέρον ερώτημα για την εξέλιξη του κλάδου είναι το πως θα διασφαλισθεί η ακαδημαϊκή εκπαίδευση για τις επόμενες γενιές σχεδιαστών – π.χ. το διάστημα 1990-2010 υπήρχε εισροή σχεδιαστών εκπαιδευμένων στο εξωτερικό, οι οποίοι αποτελέσαν ένα πυρήνα εκπαιδευτικού δυναμικού.

Θα συνεχίσει άραγε να συμβαίνει αυτό και τα επόμενα χρόνια;

Τι θα ήταν σκόπιμο να διδαχθούν οι επόμενες γενιές σπουδαστών; Ποιοί θα διαμορφώσουν τα εκπαιδευτικά προγράμματα της επόμενης γενιάς σχεδιαστών;

Τι είδους ακαδημαϊκή κατάρτιση θα ήταν σκόπιμο να διαθέτουν;

Η ανάπτυξη της ακαδημαϊκής υποδομής στο χώρο του σχεδιασμού είναι ζωτική για την εξέλιξη του κλάδου. Πως μπορεί να διασφαλισθεί;

Δεδομένου ότι η ανοδική πορεία του τις τελευταίες δεκαετίες ήταν συγκυριακή, δεν νομίζω ότι θα μπορέσει να συνεχιστεί για πολύ χωρίς τη στήριξη ακαδημαϊκής και επιστημονικής κατάρτισης. Τα εκπαιδευτικά ιδρύματα και η πολιτεία μάλλον έχουν τον πρώτο λόγο –και την αντίστοιχη ευθύνη– στον τομέα αυτό.

- 50% των αυτοαπασχολούμενων και 70% των εταιριών αναφέρουν έσοδα και από συνεργασίες με το εξωτερικό

Ιδιαίτερως ευοίωνα τα ποσοστά και ενδεικτικά μιας αναπτυσσόμενης εξωστρέφειας, η οποία προφανώς αποτυπώνει σε ένα βαθμό την αντίδραση του κλάδου στην οικονομική κρίση.

Μένει να φανεί εάν η εμπειρία αυτή μπορεί να κεφαλαιοποιηθεί ώστε να αυξηθούν και τα ποσοστά του κυκλου εργασιών που προέρχεται από το εξωτερικό.

Σε κάθε περίπτωση, ο κλάδος του σχεδιασμού φαίνεται να ανταποκρίνεται με ευελιξία στις δυσκολίες των καιρών και είναι σαφές ότι μπορεί να συμβάλει ουσιαστικά στην εξωστρέφεια της ελληνικής επιχειρηματικότητας και οικονομίας.

Συγχαρητήρια στην ομάδα του Creative Survey 2015 για την υλοποίηση της έρευνας που συμβάλλει εκ νέου στη κατανόηση και βελτίωση του κλάδου.

081

**Ελένη Μπρασίνικα**

Principal Architect-Designer & Co-founder
Blend Design & Research Office
IAD Vice President

 blend.com

Καταρχήν το survey αποτελεί μία πολύ διεξοδική προσέγγιση για την σκιαγράφηση ενός πολύ σημαντικού κλάδου στην ελληνική οικονομία και κοινωνία. Η γενικευμένη δυσαρέσκεια που σχετίζεται με τις περιορισμένες χρηματικές απολαβές, τις υπερβολικές ώρες εργασίας και τη ανασφάλεια των ελλήνων σχεδιαστών παρά την αρνητική εικόνα αποτελεί μία ένδειξη της δυναμικής της βιομηχανίας η οποία είναι αρκετά διευρυμένη παρά τις αντιξοότητες, ενώ η βελτίωση ή μείωση των παραπάνω συνθηκών θα μπορούσε να πυροδοτήσει μία δυναμική ανάπτυξη και συμβολή στην γενικότερη ανάπτυξη και οικονομία της χώρας, λαμβάνοντας υπόψη και αντίστοιχα παραδείγματα άλλων χωρών. Τα δεδομένα και η ανάλυσή τους μπορούν να αποτελέσουν τον κορμό για περαιτέρω διερεύνηση της οπτικής γωνίας και κουλτούρας του εν δυνάμει πελατολογίου των παρεχόμενων προϊόντων και υπηρεσιών με σκοπό την εκπαίδευση και διεύρυνση του δημιουργικού κλάδου.

Πολύ σημαντικό φαίνεται το ποσοστό των freelancers της 'σκιάδους' παροχής υπηρεσιών το οποίο επηρεάζει και την οικονομία και πορεία του κλάδου γενικότερα. Καταδεικνύεται η ανάγκη για μία διεξοδική συλλογή και ανάλυση δεδομένων από την πλευρά των εν δυνάμει πελατών οι οποίοι αναζητούν μία τέτοια υπηρεσία, αν, γιατί, πώς και με ποια κριτήρια δημιουργείται κάποιο/α μοτίβο δημογραφικών ή κλαδικών παραμέτρων εκτός του οικονομικών μεγεθών. Η περαιτέρω ανάλυση θεωρείται βασική για να ανακαλυφθούν πιθανότατα και λανθασμένες προσεγγίσεις ή ελλείψεις από την πλευρά των παρεχόμενων υπηρεσιών ή της διαφημιστικής προώθησης αυτών σε όλους τους τομείς.

082

Ενδιαφέρον highlight αποτελεί το υψηλό συγκριτικά ποσοστό σχεδιαστών που ανταποκριθηκαν στους κλάδους της γραφιστικής και του web design, που πιθανότατα αντανάκλα την αυξανόμενη ζήτηση και ανάπτυξη του κλάδου Digital marketing και social media. Θα μπορούσε να υποδεικνύει παραιτέρω ανάγκη συλλογής και ανάλυσης δεδομένων του συγκεκριμένου κλάδου για να διερευνηθούν θετικές ή πρωτοποριακές προσεγγίσεις στην στρατηγική ανάπτυξης και διαμόρφωσης κουλτούρας οι οποίες μπορεί να υποκίνησαν την εξέλιξη του τομέα. Η καταγραφή και ανάλυσή τους θα μπορούσε να καθοδηγήσει ενέργειες και συνέργειες για να αναπτυχθούν αντίστοιχες πρακτικές case studies στους άλλους τομείς.

Σημαντικά φαίνεται να έχει συμβάλει η κουλτούρα των συνεργατικών κοιτίδων και των σύγχρονων μέσων ενημέρωσης του κλάδου όπως οι διαδικτυακές πλατφόρμες αρχιτεκτονικής και design. Θα μπορούσε να διευρυνθεί ο ρόλος τους στην ανάπτυξη εξωστρέφειας για την εξαγωγή του ελληνικού design και την εισαγωγή διεθνούς πελατολογίου στην χώρα, με περισσότερα στοχευμένα σεμινάρια και συνέδρια τα οποία θα προωθούσαν την ένταξη της ελληνικής βιομηχανίας σχεδιαστών σε μία πιο σύγχρονη διεθνοποιημένη πλατφόρμα ζήτησης και παροχής.

083

**Χριστόφορος Μπρέλλης**

Βιομηχανικός σχεδιαστής

 antidot.gr

Ο τομέας του βιομηχανικού σχεδιασμού: μια προσωπική αποτίμηση

Όντας βιομηχανικός σχεδιαστής εξ εκπαίδευσης και έχοντας εξασκήσει το επάγγελμα στην αγορά, αλλά και στο Πανεπιστήμιο για πέντε έτη, αποδέχθηκα την πρόσκληση να παραθέσω τις σκέψεις μου στο CS15. Ελπίζω η μικρή μου συνεισφορά να βοηθήσει να κατανοήσουμε λίγο καλύτερα τον επαγγελματικό αυτό χώρο εντός των συνόρων της χώρας μας.

Παραθέτω, λοιπόν, τις σκέψεις μου :

Ο χώρος είναι μικρός.

Επί του συνόλου των σχεδιαστών, δήλωσαν πως ασκούν το επάγγελμα μόλις το 6,5% - ποσοστό που δεν προκαλεί ιδιαίτερη έκπληξη. Εξ ορισμού, οι υπηρεσίες που προσφέρουμε απαιτούν μια παραγωγική μονάδα που θα υλοποιήσει το σχεδιαζόμενο προϊόν. Το μικρό αυτό ποσοστό αντανakλά την πορεία αποβιομηχάνισης της χώρας, αλλά και (μιλώντας εκ πείρας) την έλλειψη εμπιστοσύνης προς τους σχεδιαστές από μεγάλο μέρος της εγχώριας βιομηχανίας και βιοτεχνίας.

Όσον αφορά το διεθνές πεδίο, η σαφής στροφή της Ευρωπαϊκής οικονομίας προς τον τριτογενή τομέα, όπως και η επικράτηση των Ασιατικών χωρών στην παραγωγή αγαθών αποτελεί μια διεθνή συγκυρία. (Σημειώνω πως και στην Βρετανία το αντίστοιχο ποσοστό είναι επίσης χαμηλό: 11% σε αντίστοιχη έρευνα του Design Council το 2010, ενώ δείχνει τάσεις συρρίκνωσης).

Θα είχε ιδιαίτερο ενδιαφέρον να έχουμε στοιχεία για την παροχή υπηρεσιών προς εταιρίες του εξωτερικού στο συγκεκριμένο κλάδο, όπου ο ανταγωνισμός είναι ιδιαίτερα μεγάλος.

Οι αμοιβές είναι εξαιρετικά χαμηλές.

Χωρίς ιδιαίτερη έκπληξη και πάλι, για τους εργαζόμενους στο χώρο του βιομηχανικού σχεδιασμού, οι ετήσιες απολαβές είναι κατά μέσο όρο €10.980 και κατά 36% χαμηλότερες

084

από τις αντίστοιχες αμοιβές των web/digital media designers. Το ύψος των αμοιβών αυτών αντικατοπτρίζει την περιορισμένη ανάγκη για την ειδικότητα, από την πλευρά της αγοράς.

Μικρή παραγωγή / οικοτεχνία / designer-makers.

Το σχόλιο αυτό δεν σχετίζεται άμεσα με τα αποτελέσματα της έρευνας - πιθανά όμως να έχει κάποια επιρροή σε αυτά. Τα τελευταία χρόνια, παρατηρείται μια μετάβαση από τον αμιγή σχεδιασμό (για τη βιομηχανία λ.χ.) προς τον σχεδιασμό και παραγωγή από τους ίδιους τους σχεδιαστές (designer-makers). Η κρίση έχει πυροδοτήσει και εντός της χώρας μας την τάση αυτή, ώστε μεγάλος αριθμός σχεδιαστών σχεδιάζει, παράγει και προωθεί προϊόντα, χωρίς τη διαμεσολάβηση κάποιας μεγάλης παραγωγικής μονάδας (αλλά μικρών υπεργολάβων/κατασκευαστών). Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η πληθώρα αντικειμένων που προορίζονται για την τουριστική αγορά. Η πρακτική αυτή πιθανά θα διατηρήσει τον εν ενεργεία αριθμό σχεδιαστών υψηλό τα επόμενα χρόνια - και πιθανά ήδη να περιλαμβάνονται στα αποτελέσματα της έρευνας.

Ακολουθούν ορισμένα γενικά σχόλια, που αφορούν όλους τους κλάδους:

Οι γυναίκες σχεδιάστριες αμείβονται εξωφρενικά χαμηλότερα.

Κατά μέσο όρο, οι μισθοί των γυναικών στο σύνολο της σχεδιαστικής κοινότητας είναι κατά 62% χαμηλότερες από αυτούς των ανδρών. Η στατιστική αυτή είναι απαράδεκτη και έντονα ανησυχητική - δεδομένου πως αντικατοπτρίζει μια βαθύτατα συντηρητική, σεξιστική και αναχρονιστική τάση. Το γεγονός γίνεται βαρύτερο μιας και ο εργασιακός μας χώρος δεν αποτελεί συνέχεια μιας παραδοσιακής ή συντηρητικής πρακτικής και απαρτίζεται από νεαρά άτομα με υψηλό επίπεδο μόρφωσης. Η εικόνα του χαρακτηρίζεται από σύγχρονες, φρέσκες και δυναμικές αξίες, που όμως τελικά διαμορφώνουν ένα αναντίστοιχο εργασιακό περιβάλλον.

Το ποσοστό ανέργων σχεδιαστών είναι (φαινομενικά) χαμηλό.

Δεδομένου πως η ανεργία στην Ελλάδα υπολογίζεται σε ποσοστά 22-27%, ο αριθμός ανέργων στο χώρο του σχεδιασμού είναι συγκριτικά χαμηλός, στο 6,6%, αν και διπλάσιος από την αντίστοιχη έρευνα του 2008. Οι επιπτώσεις της κρίσης είναι, θεωρώ, πολύ μεγαλύτερες στον κλάδο συνολικά - και το αποτέλεσμα αυτό μου αφήνει κάποια ερωτηματικά.

Θεωρώ πως πολλά χρήσιμα συμπεράσματα θα εξαχθούν από την αξιόπαινη αυτή προσπάθεια - ιδιαίτερα δε, μιας και η τελευταία φορά μου συνέλεξαν στοιχεία (2008) συμπίπτει με την απαρχή της οικονομικής κρίσης.

Να ευχαριστήσω και την ομάδα εργασίας που μου έκανε την τιμή να παραθέσω τις παραπάνω σκέψεις μου.

085

**Νάσσος Κυρατζόγλου**

Digital Designer

 nassoskappa.com

Η έρευνα είναι εξαιρετικά ενδιαφέρουσα αν και το να βγάλεις συμπεράσματα δυσκολεύει από το ότι η προηγούμενη έγινε αρκετά χρόνια πριν και δεν υπάρχει μια ροή πληροφορίας για συγκρίσεις.

Πολλά αποτελέσματα είναι αναμενόμενα και επιβεβαιώνουν την αίσθηση που υπάρχει μεταξύ των επαγγελματιών για την αγορά. Οι εκπλήξεις βεβαίως υπάρχουν, δεν έρχονται όμως από απρόσμενες απαντήσεις αλλά από τις ιδιαίτερα μεγάλες διαφορές στα ποσοστά.

Μεγάλη εντύπωση κάνει το γεγονός ότι αν και σχετικά με τον κλάδο δραστηριοποίησης (κατά δήλωση) των εταιρειών βλέπουμε σχετικά ισορροπημένα νούμερα: γραφιστική 22,5%, digital 19% και διαφήμιση 17,7%, τελικά παρατηρούνται πολύ μεγάλες διαφορές στον “τομέα ενασχόλησης” όπου (πρακτικά πλέον) το 61,5% ασχολείται με τον γραφιστικό σχεδιασμό ενώ με τον ψηφιακό σχεδιασμό, που είναι πιο δημοφιλής και επικερδής παγκοσμίως, μόνο το 21,2%! Και αυτό την ίδια στιγμή που 6,6% δήλωσαν άνεργοι.

Το μέσο ετήσιο ατομικό εισόδημα (€12.270) ίσως δικαιολογείται από την κρίση στην αγορά, όχι όμως και η ιδιαίτερως μεγάλη διαφορά σ'αυτό μεταξύ ανδρών (€14.860) και γυναικών (€9.149). Δεν μπορώ παρά να θυμηθώ εδώ το δυστυχώς συχνό φαινόμενο της αγγελίας για “νεαρά γραφίστρια με γνώσεις Photoshop και Word”. Και αυτά γιατί είναι γνωστές οι συνθήκες εργασίες στην Ελλάδα. Πάνω σ'αυτό βλέπουμε και το μεγάλο ποσοστό των ασφαλισμένων στο ΙΚΑ, κάτι αναμενόμενο για τη χώρα αλλά το ότι το 15%(!) των ανασφάλιστων εξηγεί πολλά για το πόσο σεβόμαστε εμείς οι ίδιοι το επάγγελμά μας, που ολοκληρώνεται σαν εικόνα από το ότι το 66% που εργάζεται πάνω από 40 ώρες την εβδομάδα δεν πληρώνονται υπερωρίες. Δεν χρειάζεται προηγούμενη έρευνα εδώ για να καταλάβουμε ότι δεν έχει υπάρξει καμιά εξέλιξη/βελτίωση στον κλάδο τα τελευταία 15 χρόνια.

086

Ευτυχώς όμως, από τα αποτελέσματα δε λείπουν και τα θετικά. Πολύ σημαντική η αύξηση στις κολεκτίβες και τους συνεργατικούς χώρους και μάλιστα με κύρια αιτία τα κοινά project και κατά πολύ λιγότερο για οικονομικούς λόγους. Εξίσου θετικό το καλό κλίμα στο εσωτερικό του κλάδου με πολλές συνεργασίες και συμμετοχές σε κοινές δράσεις αλλά και συχνή επαφή μέσω κοινωνικών δικτύων. Ακόμη, ιδιαίτερα θετική η σχετική αύξηση των project από το εξωτερικό.

Τα τελικά μου συμπεράσματα είναι ότι ο κλάδος εξελίσσεται αλλά πολύ αργά. Εξακολουθεί να υπάρχει μια αδιαφορία για τα επαγγελματικά δικαιώματα των εργαζομένων ενώ, δυστυχώς, είναι πολύ έντονη η έλλειψη ενδιαφέροντος ή παιδείας γύρω από το digital που οδηγεί σε πολύ χαμηλά ποσοστά επαγγελματιών στο συγκεκριμένο χώρο. Η κρίση έχει εμφανή επίδραση στην ποιότητα και τις απολαβές αλλά το μεγαλύτερο κακό είναι ότι κούρασε τους σχεδιαστές με αποτέλεσμα να 'χαλάει η πιάτσα' πολύ εύκολα πλέον.

Ίσως αυτή η έρευνα να είναι μια καλή ευκαιρία να συσπειρωθούν οι επαγγελματίες του κλάδου και να ασχοληθούν με τις 3 πληγές του Έλληνα γραφίστα: Δικαιώματα, Αμοιβές, Εκπαίδευση.

15

Credits

CREATIVE SURVEY 2015

088

Credits

Υπο την αιγίδα του

**Γενικής Διεύθυνσης Σύγχρονου Πολιτισμού
Υπουργείο Πολιτισμού, Παιδείας και Θρησκευμάτων**

Όργανωση και επιμέλεια

Κωνσταντίνος Πενλίδης

Συνιδρυτής του Creative Survey, digital designer, και συνδιοργανωτής του Digitized Digital Design Conference.

 niceandneat.gr**Κωνσταντίνος Δημητριάδης**

Digital UI/UX. Συνιδρυτής του Creative Survey & UX Magazine. Δημιουργός των Listiki, Joblet & ProjectNeo.

 ohmylovely.com

Επιμέλεια έρευνας και αποτελεσμάτων

Βασίλης Αυδίκος

Λέκτορας του τμήματος Οικονομικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης του Παντείου Πανεπιστημίου

 creativegreece.net**Αθανάσιος Καλογερέσης**

Επίκουρος Καθηγητής του τμήματος Μηχανικών Χωροταξίας και Ανάπτυξης της Πολυτεχνικής Σχολής του ΑΠΘ

Δημιουργικό

Βασίλης Πάλλας

Branding

 www.behance.net/VP_Deign**Παναγιώτης Γρηγορόπουλος**

Website Development

 www.pantso.gr**Γιάννης Αναγνώστου**

Website Design

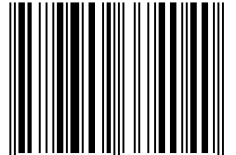
 www.behance.net/tzoAnagnostou**Ιωάννης Νούσης**

Print Design

 www.behance.net/loannis_Noussis



ISBN 978-960-93-7404-0



9 789609 374040 >