

Digitale, Fondazione Aidp-Doxa: 90% colletti bianchi ha atteggiamento positivo per tecnologie e Ai

LINK: https://www.adnkronos.com/lavoro/dati/digitale-fondazione-aidp-doxa-90-colletti-bianchi-ha-atteggiamento-positivo-per-tecnologie-e-ai_3W24Ty...



Digitale, Fondazione Aidp-Doxa: 90% colletti bianchi ha atteggiamento positivo per tecnologie e Ai 19 ottobre 2023 | 10.10
Redazione Adnkronos
LETTURA: 4 minuti
La ricerca, maggiore maturità? rispetto al rapporto con le nuove tecnologie digitali
Isabella Covili Faggioli, Presidente Fondazione AIDP
Il sentiment generale verso le nuove tecnologie è positivo per il 90% dei colletti bianchi. Un dato significativo da sottolineare è una sorta di maggiore maturità rispetto al rapporto con le nuove tecnologie digitali. In altre parole, rispetto al passato, diminuisce la curiosità e il senso di sfida e aumenta la percezione di opportunità e di abitudine, approccio tipico di crescita dell'auto-consapevolezza rispetto alle novità digitali. La percentuale più elevata in termini di sentiment positivo è tra i dirigenti con il 99%. E' quanto emerge dal terzo rapporto a cura della Fondazione Aidp

e Doxa sugli impatti dell'intelligenza artificiale e della digitalizzazione sul lavoro, che verrà presentato oggi 19 ottobre a Roma, presso la sede del Cnel. Nell'edizione 2023 il focus dell'indagine è sui colletti bianchi, ossia dirigenti, quadri e impiegati. L'indagine è stata condotta su un campione di 400 interviste distribuite sull'intero territorio nazionale rivolte ai colletti bianchi di aziende con almeno 10 dipendenti. Rispetto al passato diminuisce notevolmente la percezione negativa. In particolare si ritiene che abbiano portato una maggiore efficienza (35%), un aumento della qualità (30%) ed un accrescimento di competenze e professionalità (27%), oltre ad un alleggerimento della fatica su lavoro (25%). Il 31% degli intervistati ritiene che avrà impatti positivi sul proprio lavoro, dato in crescita rispetto al 23% del 2018. L'83% dei colletti bianchi afferma che i

nuovi strumenti tecnologici e digitali avranno un impatto positivo sul mercato del lavoro in generale. Rispetto agli impatti sul miglioramento della conciliazione lavoro e vita privata, il 62% dei colletti bianchi esprime un parere positivo, in particolare tra i giovani-adulti e genitori con figli tra i 6 e 11 anni. Il livello di diffusione delle nuove tecnologie in tutte le aree aziendali risulta molto ampio nel 42% del campione, percentuale che sale al 56% nelle grandi aziende. Per il 45%, invece, tale diffusione è presente soprattutto in alcune aree aziendali e meno in altre. L'utilizzo degli strumenti e tecnologie digitali favorisce soprattutto, l'ottimizzazione dei tempi e dell'organizzazione del lavoro migliorando la fluidità e l'efficienza dei processi, oltre l'aspetto relazionale, in particolare con i clienti. Di questo ne è molto convinta una percentuale del 23% circa

dei colletti bianchi. Le maggiori espressioni positive provengano dai dirigenti con percentuali del 42%. Il 63% delle aziende organizza regolarmente corsi di formazione sulle nuove tecnologie per i propri dipendenti. Rispetto alle nuove assunzioni, avere competenze digitali è un requisito indispensabile solo per alcune funzioni per il 42% mentre è un requisito indispensabile per tutti i nuovi assunti per il 25% delle aziende. Il 67% dei rispondenti considera che le competenze digitali dei nuovi assunti siano maggiori rispetto a quelle dei dipendenti con maggiore anzianità. ChatGPT rappresenta in ordine temporale una delle più innovative applicazioni di intelligenza artificiale nell'ambito delle attività intellettuali. La ricerca, nonostante la recente introduzione della nuova tecnologia, ha voluto indagare la sua diffusione e conoscenza tra i colletti bianchi. Il 36% dei rispondenti ha dichiarato che conosce bene ChatGPT ma non lo utilizza, il 42% che lo conosce solo di nome. Solo l'8% dichiara di utilizzarlo in azienda, di cui il 19% tra i dirigenti. Da notare che ChatGPT è una soluzione di recente introduzione e il fatto che già si evidenzino percentuali di utilizzo e di

"popolarità" significative fa pensare ad una sua rapida e ampia diffusione in tempi relativamente brevi. La principale modalità di impiego di chatGPT in azienda è? per le traduzioni con il 41% delle indicazioni, con il picco del 50% tra le piccole imprese. Segue l'assistenza virtuale e chatbot per uso interno con il 38%. Subito dopo, tuttavia, si attesta l'utilizzo per la scrittura automatica di testi e la produzione di contenuti creativi (36-37%). Le percentuali più elevate si registrano nell'utilizzo della soluzione per l'assistenza e l'interazione con i clienti e per supporto di attività di data connection nelle grandi, con il 55% delle indicazioni. Il 58% dei colletti bianchi evidenzia un rischio medio-alto in termini di sicurezza, privacy, affidabilità e tutela delle informazioni derivante dall'ampia diffusione delle tecnologie digitali. Il 52%, inoltre, sottolinea lo scarso controllo sulla veridicità delle informazioni. Inoltre, il 32% ritiene che le nuove tecnologie non potranno mai sostituire completamente il lavoro delle persone, dato in forte calo rispetto al 44% del 2018. In sostanza, aumenta la preoccupazione in riferimento al rischio "sostituzione" delle tecnologie digitali rispetto al

lavoro umano. "Il rapporto su intelligenza artificiale e colletti bianchi della Fondazione Aidp vuole mettere in luce come le nuove tecnologie impattano sull'organizzazione, come la modificano e gli effetti che ha sul lavoro intellettuale e in particolare su impiegati, funzionari e managers. Nello specifico - spiega Isabella Covili Faggioli, presidente Fondazione Aidp - è interessante capire come il digitale porta a ridisegnare l'organizzazione aziendale e come porta le persone ad apprendere nuove competenze". "Con questa ricerca - spiega Covili Faggioli - in particolare vorremmo dare spunti di riflessione su come poter contribuire alla creazione di una nuova cultura del lavoro, una cultura che non prescindere dalla relazione tra persona e lavoro ma tenda a valorizzarla ed a renderla sempre più sensibile ed importante, per un ingaggio reale di tutti gli attori anche in un'ottica di trasformazione digitale. La digitalizzazione non è solo una questione tecnologica ma strategica, in quanto occorre ripensare al modo di fare impresa, ai modelli di business e a come entrare nel futuro da protagonisti", conclude. Riproduzione riservata