

| Ελλάδα

έρευνα
employer
brand 2023



human forward.



περιεχόμενα.

1. εισαγωγή
2. ελκυστικότητα εργοδότη
3. οι πιο ελκυστικοί εργοδότες
4. αλλαγή εργασιακού περιβάλλοντος
5. εκπαίδευση & επαγγελματική εξέλιξη
6. τηλεργασία, διαφορετικότητα και συμπερίληψη

εισαγωγή.



Τι είναι η έρευνα employer brand της randstad;

- Είναι η πιο λεπτομερής έρευνα πάνω στην εικόνα του εργοδότη έτσι όπως γίνεται αντιληπτή από το ευρύ κοινό, η οποία διεξάγεται πάνω από 22 χρόνια παγκοσμίως.
- Αποτελεί την πιο πλήρη και ανεξάρτητη έρευνα με σχεδόν 163,000 συμμετέχοντες και 6,022 ερωτηθείσες εταιρείες παγκοσμίως.
- Μελετά την ελκυστικότητα των 150 μεγαλύτερων εταιρειών σε αριθμό προσωπικού, γνωστές τουλάχιστον στο 10% του πληθυσμού.
- Παρέχει χρήσιμες πληροφορίες σχετικά με το τι αναζητούν οι δυνητικοί υποψήφιοι σε έναν νέο εργοδότη.



32 αγορές συμμετείχαν στην έρευνα, καλύπτοντας πάνω από το 75% της παγκόσμιας οικονομίας.

παγκοσμίως

- σχεδόν 163,000 ερωτηθέντες
- 6,022 εταιρείες συμμετείχαν στην έρευνα

δείγμα

- ηλικία 18-65
- αντιπροσωπευτικό για το φύλο
- υπερεκπροσώπηση ατόμων ηλικίας 25 - 44
- αποτελείται από φοιτητές, εργαζόμενους και ανέργους

έρευνα

- διαδικτυακές συνεντεύξεις
- ιανουάριος 2023

διάρκεια της συνέντευξης

- 16 λεπτά

δείγμα χώρας

- Ελλάδα, 3547



αργεντινή
αυστραλία
αυστρία
βέλγιο
βραζιλία
καναδάς
κίνα

τσехία
γαλλία
γερμανία
ελλάδα
χονγκ κονγκ
ουγγαρία
ινδία

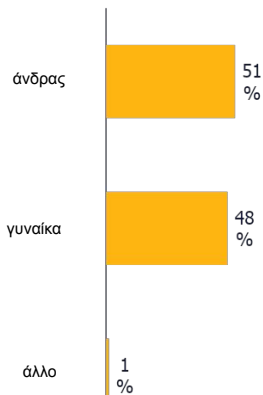
ιταλία
ιαπωνία
λουξεμβούργο
μαλαισία
μεξικό
νέα ζηλανδία
νορβηγία

πολωνία
πορτογαλία
ρουμανία
σιγκαπούρη
ισπανία
σουηδία
ελβετία

ολλανδία
ηνωμένο
βασιλείο
ηνωμένες
πολιτείες

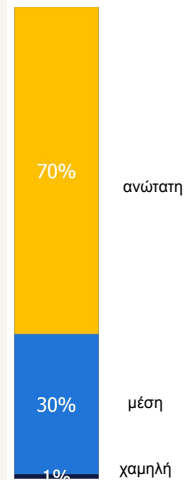
σύνθεση του δείγματος στην Ελλάδα κοινωνικά και δημογραφικά στοιχεία, εκπαίδευση, περιοχή.

φύλο

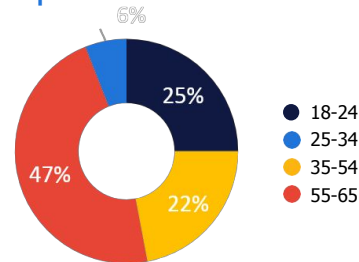


Η επιλογή άλλο αφορά σε μη δυαδικό φύλο, ίντερσεξ, τρανσέξουαλ άνδρα, τρανσέξουαλ γυναίκα, άτομα που δεν συμμορφώνονται με το φύλο τους, άτομα με ρευστό φύλο, άλλους τίτλους φύλου που δεν αναφέρονται παραπάνω και άτομα που προτιμούν να μην απαντήσουν στην ερώτηση.

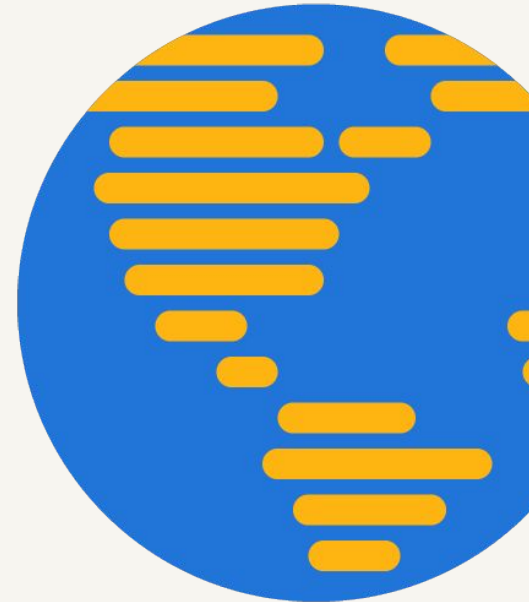
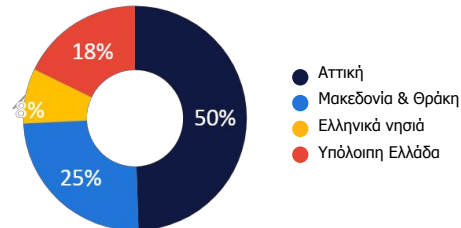
εκπαίδευση



ηλικία



περιοχή



σύνοψη κύρια σημεία.



πρόταση αξίας εργοδότη

ο μισθός και οι παροχές είναι πλέον οι πιο σημαντικοί παράγοντες, γεγονός που μπορεί να οφείλεται στο αυξανόμενο κόστος ζωής. Έτσι λοιπόν, οι εργοδότες καλό θα ήταν, να μην αγνοήσουν αυτήν την τάση και δεδομένου ότι οι άυλες παροχές είναι επίσης σημαντικές, προτείνεται η παρουσίαση μιας πλήρους εικόνας προς τους (υποψήφιους) εργαζόμενους, ώστε να γνωρίζουν ακριβώς τις παροχές της εταιρείας.



προσέλκυση ταλέντων

η αλλαγή εργασιακού περιβάλλοντος είναι ελαφρώς υψηλότερη σε σχέση με πέρυσι. Προκειμένου να προσελκύσουν ταλέντα, οι εργοδότες χρειάζεται να αξιοποιούν ένα ευρύ τμήμα καναλιών. Επομένως, δεν μπορούν να μη χρησιμοποιούν ιστοσελίδες αγγελιών εργασίας, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, LinkedIn και το Google for Jobs. Εκτός από αυτό, οι εργοδότες καλό θα ήταν να έχουν μια σωστή στρατηγική για το πώς να προσελκύουν εργαζόμενους μέσω προσωπικών γνωριμιών. Αυτό μπορεί να γίνει, για παράδειγμα, αξιοποιώντας το δίκτυο των (πρώην) υπαλλήλων τους.



διαφορετικότητα και συμπερίληψη

οι εργοδότες είναι ωφέλιμο να λάβουν υπόψη τους τη συμπερίληψη και τη διαφορετικότητα, καθώς περίπου οι μισοί από τους εργαζόμενους το θεωρούν σημαντικό. Ομολογουμένως, οι παροχές ευεξίας έχουν μεγαλύτερη σημασία για τους εργαζόμενους, αλλά αυτό δεν σημαίνει ότι οι εργοδότες πρέπει να αδιαφορούν για τα παραπάνω θέματα. Μάλιστα, αυτό είναι ακόμα πιο έντονο στις νεότερες γενιές, καθώς διακρίνονται για την ευαισθησία τους στα συγκεκριμένα ζητήματα.

48%

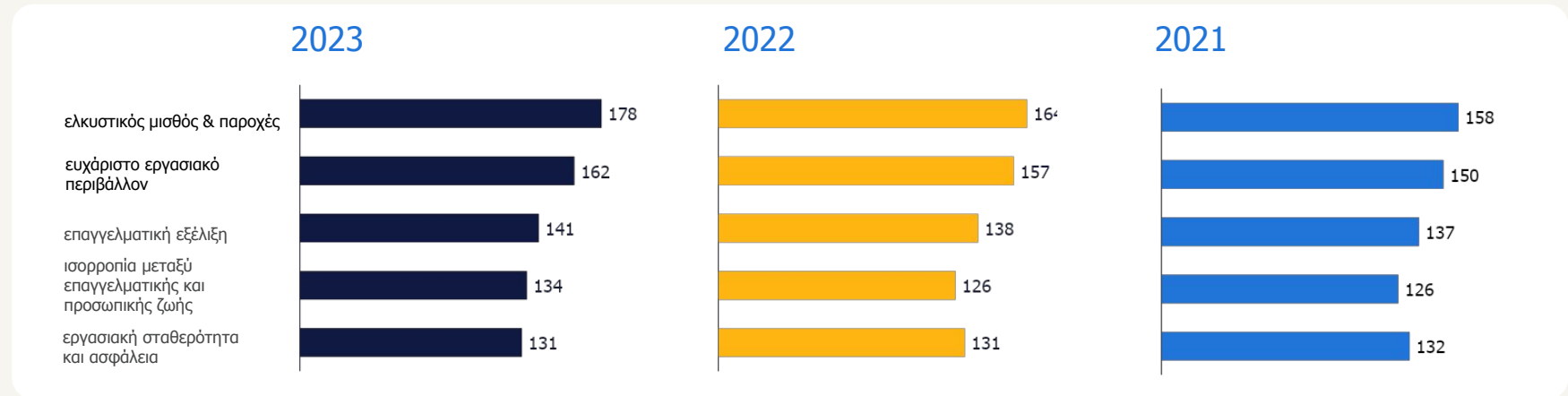
θεωρεί σημαντικό να εργάζεται για μια εταιρεία που υποστηρίζει την ισότητα, τη διαφορετικότητα και τη συμπερίληψη.

ελκυστικότητα εργοδότη.



Τι αναζητούν οι υποψήφιοι εργαζόμενοι, οι 5 πιο σημαντικοί παράγοντες κατά την επιλογή εργοδότη.

ο μισθός και οι παροχές παραμένει πάντα το πιο σημαντικό κριτήριο, ενώ φέτος ακόμη περισσότερο αποστασιοποιείται από τους άλλους παράγοντες, πιθανώς λόγω του αυξανόμενου κόστους ζωής. Το ευχάριστο εργασιακό περιβάλλον κατέχει τη δεύτερη θέση: με τις γυναίκες να το θεωρούν πιο σημαντικό. Οι ευκαιρίες επαγγελματικής εξέλιξης και η μακροπρόθεσμη εργασιακή ασφάλεια παραμένουν σταθερές, ενώ η ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής αυξήθηκε, αλλά όχι τόσο σημαντικά όσο σε άλλες αγορές.



πώς να διαβάσετε τα παραπάνω στατιστικά

150: ο παράγοντας έχει επιλεγεί 50% περισσότερο σε σχέση με το μέσο ποσοστό επιλογής του
75: ο παράγοντας έχει επιλεγεί 25% λιγότερο σε σχέση με το μέσο ποσοστό επιλογής του

αντίληψη για το τι προσφέρουν οι εργοδότες στην Ελλάδα.

Κατανοώντας το χάσμα μεταξύ του τι επιθυμούν οι εργαζόμενοι και του τι πιστεύουν ότι προσφέρουν οι εργοδότες στην Ελλάδα, μπορούμε να αξιοποιήσουμε πολύτιμες πληροφορίες για τον σχεδιασμό του employer brand. Επιπλέον, η συγκριτική αξιολόγηση σε σχέση με το τι αντιλαμβάνονται οι εργαζόμενοι ότι τους προσφέρει ο σημερινός τους εργοδότης πλαισιώνει καλύτερα το χάσμα που πρέπει να γεφρωθεί.

αξιολόγηση τρέχοντος εργοδότη

1.	εργασιακή σταθερότητα και ασφάλεια
2.	βολική τοποθεσία
3.	οικονομική σταθερότητα και ευρωστία
4.	πολύ καλή φήμη
5.	ευχάριστο εργασιακό περιβάλλον
6.	ενδιαφέρον περιεχόμενο της εργασίας
7.	ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής
8.	υψηλός μισθός & παροχές
9.	ανταπόδοση στην κοινωνία
10.	επαγγελματική εξέλιξη

προφίλ ιδανικού εργοδότη

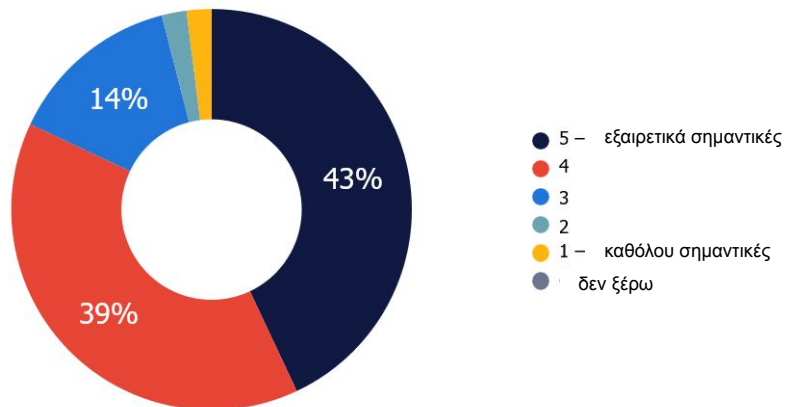
1.	υψηλός μισθός & παροχές
2.	ευχάριστο εργασιακό περιβάλλον
3.	επαγγελματική εξέλιξη
4.	ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής
5.	εργασιακή σταθερότητα και ασφάλεια
6.	ευκαιρίες εκπαίδευσης
7.	ενδιαφέρον περιεχόμενο της εργασίας
8.	βολική τοποθεσία
9.	δυνατότητα εξ αποστάσεως εργασίας
10.	ανταπόδοση στην κοινωνία

κορυφαιοί παράγοντες που χρήζουν προσοχής

ενώ ο υψηλός μισθός και οι παροχές συνεχίζουν να αποτελούν τον κυρίαρχο παράγοντα, οι Έλληνες εργαζόμενοι βαθμολογούν σχετικά χαμηλά τον τρέχων εργοδότη τους σε αυτόν τον τομέα. Στην πραγματικότητα, μόλις οι μισοί εργαζόμενοι αισθάνονται ότι αμείβονται αρκετά καλά, καθώς το κριτήριο μισθός και παροχές βρίσκεται στην 8η θέση στην αξιολόγηση του τρέχοντος εργοδότη. Το ευχάριστο εργασιακό περιβάλλον που είναι ο δεύτερος πιο σημαντικός παράγοντας, κατατάσσεται στην 5η θέση για τον τρέχοντα εργοδότη. Τέλος, ενώ οι δυνατότητες εξέλιξης στο προφίλ του ιδανικού εργοδότη λαμβάνουν την 3η θέση, στην αξιολόγηση καταλαμβάνουν την τελευταία.

η σπουδαιότητα των άυλων παροχών

Όταν επιλέγετε έναν εργοδότη έναντι ενός άλλου, πόσο σημαντικές είναι για εσάς οι μη οικονομικές παροχές;



οι άυλες παροχές είναι εξίσου σημαντικές

- Το 82% βρίσκει τις μη οικονομικές παροχές (πολύ) σημαντικές όταν επιλέγει έναν εργοδότη έναντι ενός άλλου, ποσοστό που δεν διαφέρει πολύ από εκείνο της σπουδαιότητας των οικονομικών παροχών (87%).
- Η αξία των μη οικονομικών παροχών αναγνωρίζεται ακόμη περισσότερο από τις γυναίκες (86%) σε σύγκριση με τους άνδρες (76%), ενώ όσοι είναι μικρότεροι των 35 ετών τη θεωρούν σχετικά λιγότερο σημαντική, αν και το 76% από αυτούς το κάνει.

Τι αναζητούν οι υποψήφιοι εργαζόμενοι - συμπεράσματα για τους εργοδότες.

3 πιο σημαντικά συμπεράσματα

- Ο μισθός και οι παροχές έχουν γίνει πιο σημαντικά από ποτέ, συγκριτικά με τους άλλους παράγοντες. Καθώς οι μη οικονομικές παροχές κατατάσσονται αρκετά υψηλά, οι εργοδότες συνιστάται να δίνουν μια πλήρη εικόνα αυτών που προσφέρονται, έτσι ώστε οι (υποψήφιοι) εργαζόμενοι να γνωρίζουν το ακριβές πακέτο παροχών της εταιρείας.
- Αν και οι απολαβές, το ευχάριστο εργασιακό περιβάλλον και οι δυνατότητες εξέλιξης είναι τα πιο σημαντικά κριτήρια, μόλις οι μισοί από τους ερωτηθέντες συμφωνούν ότι αυτά προσφέρονται από τον εργοδότη τους, γεγονός που φανερώνει το χάσμα μεταξύ των αναγκών που έχουν οι εργαζόμενοι και της προσφοράς του εργοδότη.
- Από την άλλη πλευρά, φαίνεται πως η προθυμία της παραμονής ή της αποχώρησης των εργαζομένων καθορίζεται από έναν συνδυασμό παραγόντων. Οι ανάγκες των εργαζομένων διαφέρουν από άτομο σε άτομο, επομένως οι εργοδότες καλούνται να προσαρμόσουν τις παροχές τους όσο το δυνατόν περισσότερο σε ατομικό επίπεδο.



ΟΙ ΠΙΟ
ελκυστικοί
εργοδότες
και
πληροφορίες
ανά κλάδο.



ΟΙ ΠΙΟ ΕΛΚΥΣΤΙΚΟΙ ΕΡΓΟΔΟΤΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.

10 ΠΙΟ ΕΛΚΥΣΤΙΚΟΙ ΕΡΓΟΔΟΤΕΣ

2023

1.	Παπαστράτος
2.	ΙΟΝ Α.Ε. ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ & ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΚΑΟ & ΣΟΚΟΛΑΤΑΣ
3.	Aegean Airlines
4.	INTRALOT Α.Ε.
5.	ELPEN Φαρμακευτική
6.	Σκλαβενίτης
7.	LAMPSPA Hotels (Grand Bretagne, King George)
8.	Τράπεζα της Ελλάδος Α.Ε.
9.	Παπαδοπούλου - Βιομηχανία μπισκότων και ειδών διατροφής
10.	Costa Navarino (T.E.MES SA)

2022

1.	Παπαστράτος
2.	ΙΟΝ Α.Ε. ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ & ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΚΑΟ & ΣΟΚΟΛΑΤΑΣ
3.	LAMPSPA Hotels (Grand Bretagne, King George)
4.	Σκλαβενίτης
5.	Παπαδοπούλου - Βιομηχανία μπισκότων και ειδών διατροφής
6.	Ελληνικά Πετρέλαια
7.	ΒΙΑΝΕΞ Φαρμακευτική
8.	Atlantica Hotel Management
9.	ELPEN Φαρμακευτική
10.	Τράπεζα της Ελλάδος Α.Ε.

2021

1.	Παπαστράτος
2.	Aegean Airlines
3.	ΙΟΝ Α.Ε. ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ & ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΚΑΟ & ΣΟΚΟΛΑΤΑΣ
4.	Τράπεζα της Ελλάδος Α.Ε.
5.	Παπαδοπούλου - Βιομηχανία μπισκότων και ειδών διατροφής
6.	Σκλαβενίτης
7.	ELPEN Φαρμακευτική
8.	DEMO Φαρμακευτική
9.	Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος
10.	ΒΙΑΝΕΞ Φαρμακευτική

τα top 3 κριτήρια που καθορίζουν το EVP στην Ελλάδα των top 5 εταιρειών.

top 5 εταιρείες

	εταιρείες	1	2	3
1.	Παπαστράτος	οικονομική ευρωστία	πολύ καλή φήμη	ελκυστικός μισθός & παροχές
2.	ION A.E.	οικονομική ευρωστία	πολύ καλή φήμη	εργασιακή σταθερότητα και ασφάλεια
3.	Aegean Airlines	οικονομική ευρωστία	πολύ καλή φήμη	ενδιαφέρον περιεχόμενο εργασίας
4.	INTRALOT A.E.	οικονομική ευρωστία	πολύ καλή φήμη	εργασιακή σταθερότητα και ασφάλεια
5.	ELPEN Φαρμακευτική	οικονομική ευρωστία	εργασιακή σταθερότητα και ασφάλεια	επαγγελματική εξέλιξη

ελκυστικότητα ανά κλάδο στην Ελλάδα.

top 10 κλάδοι με τις καλύτερες επιδόσεις



φαρμακευτικός κλάδος

58%

είναι ο νικητής της φετινής έρευνας.

ο κλάδος της
ενέργειας & των
καυσίμων

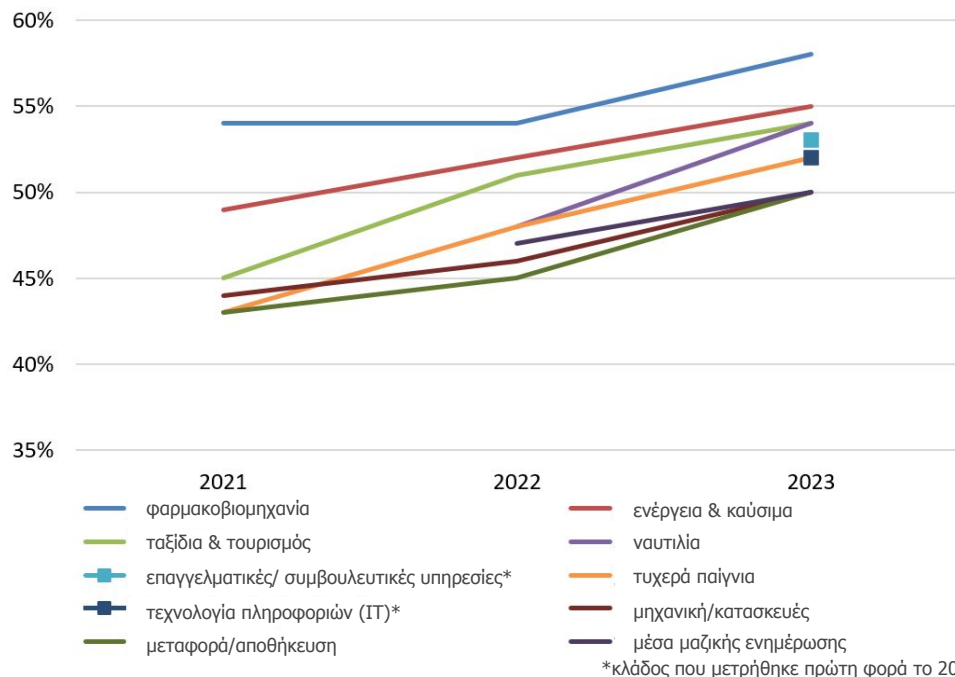
55%

έρχεται δεύτερος στη λίστα.

οι εργαζόμενοι θεωρούν αρκετούς κλάδους ελκυστικούς

- ο φαρμακευτικός κλάδος είναι ο πιο ελκυστικός κλάδος, καθώς πάνω από τους μισούς ερωτηθέντες (58%) θα ήταν πρόθυμοι να εργαστούν σε μια εταιρεία του κλάδου αυτού. Σε αντίθεση με άλλους κλάδους στην αγορά, αυτό δεν οφείλεται στην ισχυρή θέση των φαρμακευτικών εταιρειών στην πρώτη δεκάδα, καθώς μόνο μία φαρμακευτική εταιρεία βρίσκεται στην πρώτη δεκάδα των εργοδοτών.
- Οι κλάδοι βρίσκονται κοντά ο ένας στον άλλο όσον αφορά την ελκυστικότητα- καθένας από τους 10 κορυφαίους κλάδους βρίσκεται εντός του εύρους 50-58%. Με λίγα λόγια: οι εργοδότες αντιμετωπίζουν ανταγωνισμό από πολλούς διαφορετικούς κλάδους αναφορικά με την προσέλκυση ταλέντων.

ελκυστικότητα ανά κλάδο με την πάροδο του χρόνου.



οι κλάδοι αυξάνουν την ελκυστικότητά τους

- Σε κάθε κλάδο παρατηρείται αύξηση της ελκυστικότητας τα τελευταία τρία χρόνια.
- Παρατηρείται σχετικά ταχύτερη αύξηση στους κλάδους του τουρισμού και των τυχερών παιγνίων, πλησιάζοντας έτσι τον φαρμακευτικό κλάδο.
- Οι επαγγελματικές - συμβουλευτικές υπηρεσίες (53%) και ο κλάδος της τεχνολογίας και της πληροφορικής (IT) (52%), που για πρώτη φορά φέτος έχουμε στατιστικά δεδομένα, έχουν παρόμοιο ποσοστό ελκυστικότητας με τους υπόλοιπους κλάδους.

κλάδοι με τις καλύτερες επιδόσεις στην Ελλάδα.

top 3 εταιρείες ανά κλάδο

διαφάνεια
1/3

κλάδος	1	2	3
1. φαρμακοβιομηχανία	ΕΙΡΕΝ Φαρμακευτική	Ύιανex Φαρμακευτική	DEMO Φαρμακευτική
2. ενέργεια και καύσιμα	ΔΕΔΔΗΕ	Ελληνικά Πετρέλαια	Independent Power Transmission Operator I.P.TO. (ADMIE)
3. ταξίδια - τουρισμός	Aegean Airlines	LAMPASA Hotels (Grand Bretagne, King George)	Costa Navarino (T.E.MES SA)
4. ναυτιλία	Diana Shipping Inc	Attica A.E. Holdings (Blue Star Ferries, Hellenic Seaways)	DANAOS SHIPPING CO. LTD
5. επαγγελματικές - συμβουλευτικές υπηρεσίες	Grant Thornton	PRICEWATERHOUSECOOPERS (PWC)	Deloitte
6. τυχερά παιγνία	INTRALOT A.E.	ΟΠΑΠ	Regency Casino
7. τεχνολογία πληροφοριών (IT)	OTE (Cosmote)	INTRACOM HOLDINGS	Intrasoft International A.E.
8. μηχανική / κατασκευές	Costa Navarino (T.E.MES SA)	Terna	AVAX A.E. (J & P Avax)
9. μεταφορά / αποθήκευση	Aegean Airlines	ΤΡΑΙΝΟΣΕ	Attica A.E. Holdings (Blue Star Ferries, Hellenic Seaways)
10. μέσα μαζικής ενημέρωσης	Ελληνική Ραδιοφωνία Τηλεόραση (EPT A.E.)	Nova SMSA	

κλάδοι με τις καλύτερες επιδόσεις στην Ελλάδα.

top 3 εταιρείες ανά κλάδο

διαφάνεια
2/3

κλάδος	1	2	3
11. fmcg- προϊόντα ευρείας κατανάλωσης	Πάπαστράτος	ION A.E. ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ & ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΚΑΟ & ΣΟΚΟΛΑΤΑΣ	* Παπαδοπούλου - Βιομηχανία μπισκότων και ειδών διατροφής
12. μεταλλευτική βιομηχανία	ΕΥΔΑΠ	Helector	Hellas Gold
13. ηλεκτρονικά είδη ευρείας κατανάλωσης	Public Media Markt	Quest Holding A.E. (istorm, isquare, you.gr)	Plaisio Computers
14. καταναλωτικά προϊόντα	Ελληνικά Καταστήματα Αφορολόγητων Ειδών	Sarantis (Carroten, STR8, AVA, Sanitas, Prada, Cartier, Tous, etc)	Bic Violex
15. βιομηχανία / κατασκευές	Παπαστράτος	SUNLIGHT SYSTEMS	Μυτιληναίος Α.Ε. (Metka, Αλουμίνιον της Ελλάδος, Protergia)
16. τηλεπικοινωνίες	OTE (Cosmote)	Intracom S.A. Telecom Solutions	Nokia
17. horeca -εστίαση και φιλοξενία	LAMPSPA Hotels (Grand Bretagne, King George)	Regency Casino	Ελληνικό Καζίνο Πάρνηθας Α.Ε.
18. υγεία	Ωνάσειο Καρδιοχειρουργικό Κέντρο	Νοσοκομείο Υγεία	Νοσοκομείο ΙΑΣΩ
19. τρόφιμα και ποτά	ION A.E. ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ & ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΚΑΟ & ΣΟΚΟΛΑΤΑΣ	Παπαδοπούλου - Βιομηχανία μπισκότων και ειδών διατροφής	Coca Cola
20. τραπεζικός / ασφαλιστικός κλάδος	Τράπεζα της Ελλάδος Α.Ε.	Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος	Τράπεζα Πειραιώς

κλάδοι με τις καλύτερες επιδόσεις στην Ελλάδα.

top 3 εταιρείες ανά κλάδο

διαφάνεια
3/3

κλάδος	1	2	3
21. επαγγελματικές υπηρεσίες - εξωτερική ανάθεση εργασιών (outsourcing)	UΉISYSTEMS S.M.S.A.	Épsilon Net (Singularlogic)	· Cosmote E-Value
22. βιομηχανία τροφίμων - αλλοιώσιμα προϊόντα	NESTLE HELLAS	HELLENIC DAIRIES S.A. (Olympos, Tyras, Rodopi)	Δέλτα Τρόφιμα
23. υπηρεσίες ασφαλείας / εγκαταστάσεων	My Services Security	ESA SECURITY SOLUTIONS S.A.	Mega Guard
24. λιανικό εμπόριο	Ελληνικά Καταστήματα Αφορολόγητων Ειδών	Public Media Markt	Estee Lauder
25. σούπερ μάρκετ	Σκλαβενίτης	SYN.KA SUPERMARKET	AB Βασιλόπουλος
26. λιανικό εμπόριο - ένδυση	ΑΤΤΙΚΑ ΠΟΛΥΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ Α.Ε.	Notos Galleries	Zara, Pull & Bear, Bershka, Massimo Dutti, Zara Home
27. λιανικό εμπόριο - είδη οικιακού εξοπλισμού	LEROY MERLIN	IKEA	Praktiker

ελκυστικοί εργοδότες και πληροφορίες ανά κλάδο.

οι εργοδότες χρειάζεται να έχουν ένα ισχυρό brand

- Υπάρχει μικρή απόκλιση στην ελκυστικότητα των επιμέρους κλάδων. Αυτό σημαίνει ότι το employer brand ενός εργοδότη βρίσκεται σε ανταγωνισμό με το employer brand εταιρειών από διάφορους άλλους κλάδους κατά τη διαδικασία προσέλκυσης ταλέντων. Και αυτό με τη σειρά του επισημαίνει τη σημασία της οικοδόμησης ενός ισχυρού employer brand που παίζει ουσιαστικό ρόλο, καθώς η απλή προσφορά ελκυστικών αποδοχών δεν αρκεί.
- Παρατηρούμε ότι ισχυρά employer brands βασίζονται κυρίως στην οικονομική ευρωστία και την καλή φήμη, τα οποία δεν αποτελούν καν τα 10 top χαρακτηριστικά στην Ελλάδα σε ότι αφορά το προφίλ του ιδανικού εργοδότη. Επομένως, για να να χτίσει μια εταιρεία ισχυρό employer brand, χρειάζεται να είναι ελκυστική σε πολλές διαφορετικές πτυχές.



58%

των Ελλήνων εργαζόμενων θεωρούν ελκυστικές τις φαρμακευτικές εταιρείες, γεγονός που τις καθιστά τον ισχυρότερο κλάδο από αυτή την άποψη.

αλλαγή
εργασιακού
περιβάλλοντος
στο επίκεντρο.



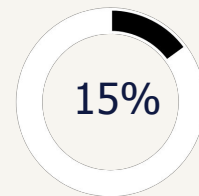
απόφαση αλλαγής και και εύρεσης άλλου εργοδότη.

η απόφαση αλλαγής είναι σταθερή

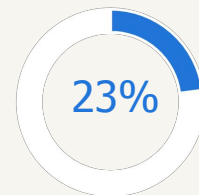
Το 15% των ερωτηθέντων έχει αλλάξει εργοδότη τους τελευταίους έξι μήνες, ποσοστό ελαφρώς μεγαλύτερο από πέρυσι (13%), ενώ η πρόθεση αλλαγής εργοδότη (23%) δεν έχει μεγάλη διαφορά από πέρυσι (22%). Συνολικά, λοιπόν, η ελληνική αγορά εργασίας φαίνεται να είναι πλέον ελαφρώς πιο ρευστή.

Όπως συνήθως, οι νέοι (έως 34 ετών) αλλάζουν πιο συχνά εργοδότη (21%) ή έχουν την πρόθεση να αλλάξουν (27%). Το φύλο ή το μορφωτικό επίπεδο δεν φαίνεται να παίζουν ρόλο στην απόφαση αλλαγής.

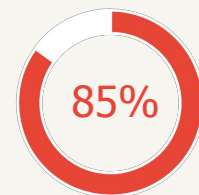
Το 16% των εργαζομένων φοβάται ότι θα χάσει τη δουλειά του, ποσοστό ελαφρώς μικρότερο από ότι το 2022 (19%). Ο φόβος αυτός είναι αισθητά υψηλότερος στη Μακεδονία και τη Θράκη (20%) από ότι στην Αττική (14%). Περίπου τρεις στους δέκα (31%) που φοβούνται σκοπεύουν να αλλάξουν εργοδότη, ποσοστό παρόμοιο με πέρυσι.



Έχουν αλλάξει εργοδότη τους τελευταίους 6 μήνες



Σχεδιάζουν να αλλάξουν θέση εργασίας εντός των επόμενων 6 μηνών



Παραμένουν στην ίδια επιχείρηση

οι λόγοι αποχώρησης και η πρόθεση αλλαγής.

το πακέτο παροχών και αποδοχών είναι ο κυριότερος λόγος για να σκεφτεί κάποιος να φύγει

δύο στους τρεις Έλληνες εργαζόμενους (64%) θα εξέταζαν το ενδεχόμενο να εγκαταλείψουν τον εργοδότη τους λόγω των χαμηλών αποδοχών τους ενόψει της αύξησης του κόστους ζωής. Αυτό είναι το υψηλότερο ποσοστό σε σύγκριση με άλλες χώρες και η πρόθεση αυτή διαπερνά κάθε ομάδα, εκτός από τους νεότερους (18-24), από τους οποίους λίγο λιγότεροι (53%) σκέφτονται ανάλογα.

άλλοι παράγοντες που παίζουν επίσης ρόλο

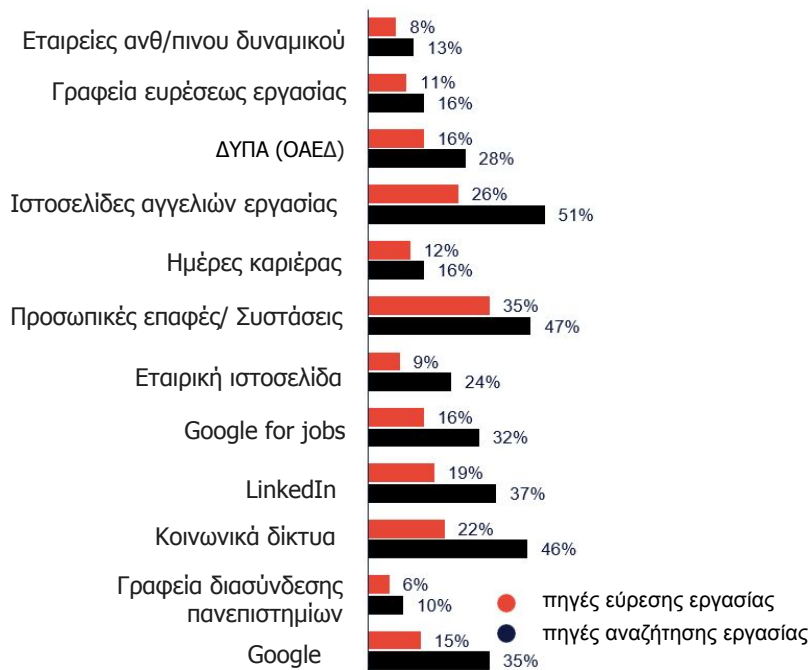
εκτός από το να λάβει κάποιος μια προσφορά που δεν μπορεί να αρνηθεί (κάτι που σπάνια συμβαίνει στην πραγματική ζωή), πέντε άλλοι παράγοντες, που ο καθένας τους έχει σχεδόν την ίδια βαρύτητα, μπορούν να επηρεάσουν και να ενισχύσουν την πρόθεση αλλαγής εργοδότη. Ο φόβος ότι θα χάσουν τη δουλειά τους, η βελτίωση της ισορροπίας μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής, η μείωση του χρόνου μετακίνησης, η έλλειψη ενδιαφέροντος για την εργασία (ανεπαρκείς προκλήσεις, μη χρήση δεξιοτήτων) ή η έλλειψη ευκαιριών επαγγελματικής εξέλιξης (περιορισμένη επαγγελματική εξέλιξη) μπορούν επίσης να διαδραματίσουν ένα ρόλο. Αυτοί οι παράγοντες είναι σημαντικοί για κάθε ομάδα, αν και η βελτίωση της ισορροπίας μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής δεν είναι τόσο σημαντική για όσους είναι άνω των 54 ετών (22%).

λόγοι αποχώρησης από έναν εργοδότη



πώς οι εργαζόμενοι στην Ελλάδα βρίσκουν νέες ευκαιρίες εργασίας.

πηγές για ευκαιρίες εργασίας

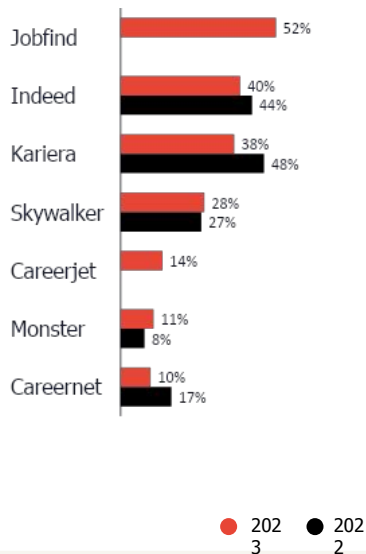


οι ιστοσελίδες αγγελιών εργασίας, οι προσωπικές επαφές και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης βρίσκονται στην κορυφή

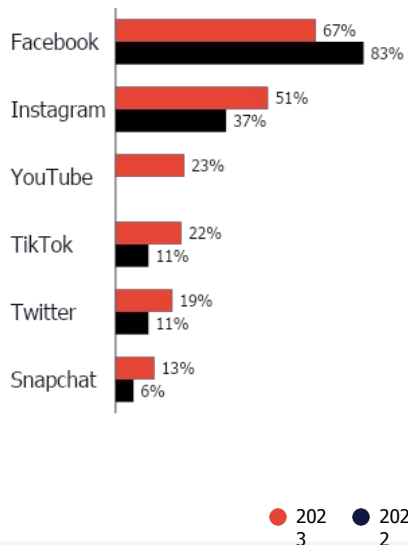
- Τρεις πηγές ξεχωρίζουν: ιστοσελίδες αγγελιών εργασίας, προσωπικές επαφές και μέσα κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιούνται περίπου από τους μισούς από αυτούς που αναζητούν εργασία. Οι προσωπικές επαφές είναι πιο σημαντικές για την εύρεση εργασίας, αφήνοντας πίσω τις άλλες δύο πηγές.
- Το LinkedIn και η Google είναι τα πιο χρησιμοποιούμενα online κανάλια, ειδικά από άτομα ηλικίας κάτω των 35 ετών. Οι Δημόσιες Υπηρεσίες Απασχόλησης κατέχουν τη δεύτερη θέση, εξυπηρετώντας σχετικά συχνότερα άτομα με χαμηλό μορφωτικό επίπεδο και άνω των 54 ετών.
- Οι γυναίκες που αλλάζουν ή έχουν πρόθεση να αλλάξουν εργασία χρησιμοποιούν περισσότερα διαφορετικά κανάλια όταν αναζητούν εργασία (3,9) από ότι οι άνδρες (3,2).

ανάλυση των job boards και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

job portals*



μέσα κοινωνικής δικτύωσης*



το Jobfind και το Facebook κυριαρχούν

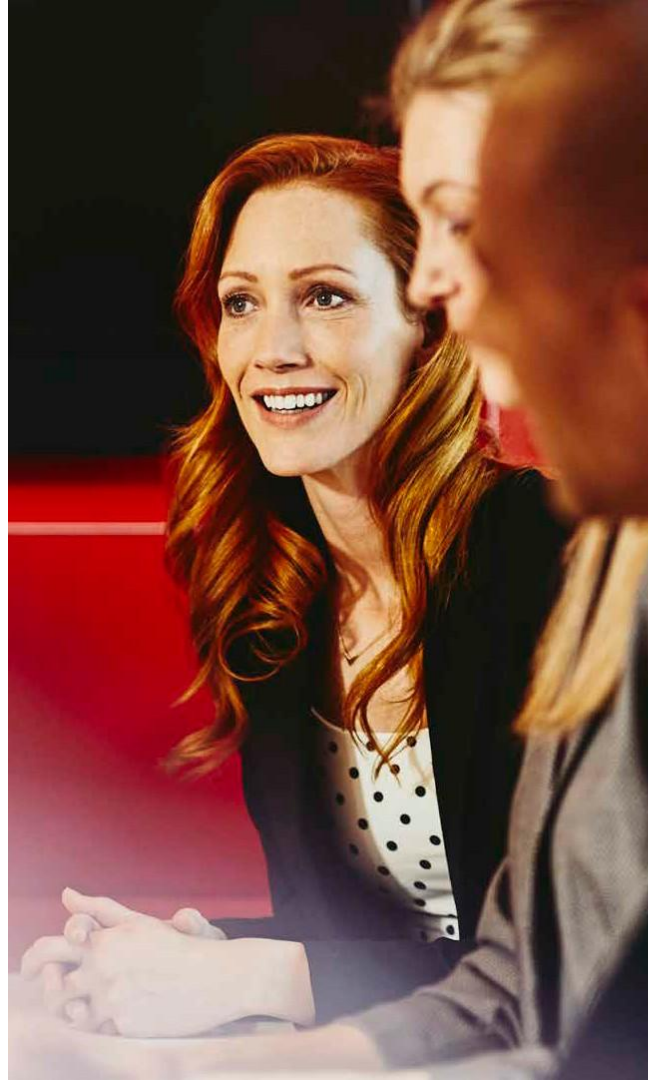
- Το Jobfind είναι το site αναζήτησης εργασίας που κυριαρχεί, μπροστά από το Indeed και το Kariera που φαίνεται να έχουν υποχωρήσει κάπως στην προτίμηση των χρηστών. Το Skywalker ακολουθεί.
- Αν και με μειωμένη απήχηση, το Facebook παραμένει το ισχυρότερο μεταξύ των μέσων κοινωνικής δικτύωσης που χρησιμοποιούν όσοι/ες αναζητούν εργασία. Όπως και σε άλλες αγορές, βλέπουμε το Instagram να πλησιάζει το Facebook. Αν και το TikTok διπλασίασε την εμβέλειά του, εξακολουθεί να παραμένει σε απόσταση από την κορυφή, όπως και άλλα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Σημείωση: τα job portals και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι συμπληρωματικές ερωτήσεις σχετικά με τα κανάλια που χρησιμοποιούνται για την εύρεση νέων θέσεων εργασίας.

εναλλαγή θέσεων εργασίας και πληροφορίες για τις πηγές εύρεσης.

οι προσωπικές επαφές και τα job boards ξεχωρίζουν

- Η εναλλαγή θέσεων εργασίας των Ελλήνων εργαζομένων είναι ελαφρώς υψηλότερη από πέρυσι. Το μη ικανοποιητικό πακέτο παροχών και αποδοχών είναι ο κύριος λόγος για (εν δυνάμει) αποχώρηση. Οι εργοδότες θα πρέπει να το λαμβάνουν αυτό υπόψη κατά την ανάπτυξη της στρατηγικής διατήρησης ταλέντων.
- Απαιτείται μια διευρυμένη και ισορροπημένη στρατηγική για τη χρήση καναλιών με στόχο την προσέλκυση ταλέντων. Για την υποστήριξη του employer brand τα job boards και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι απαραίτητα, όπως επίσης και το LinkedIn και η Google (για θέσεις εργασίας), ενώ οι προσωπικές επαφές είναι επίσης πολύ σημαντικές. Η χρήση του δικτύου των (πρώην) εργαζομένων θα μπορούσε επίσης να φανεί χρήσιμη.



35%

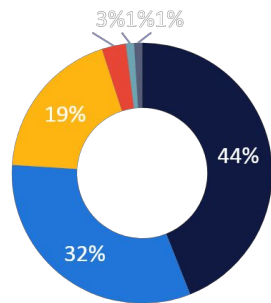
από αυτούς που
άλλαξαν εργασία
βρήκαν τον νέο τους
εργοδότη μέσω
προσωπικής επαφής.

εκπαίδευση και εξέλιξη καριέρας το 2023.



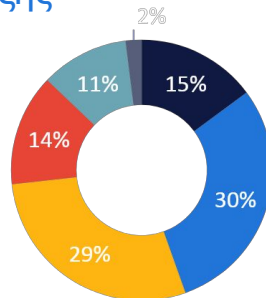
η σημασία της επαγγελματικής εξέλιξης και ανάπτυξης.

σημασία της επαγγελματικής εξέλιξης



- 5 – πολύ σημαντικό
- 4
- 3
- 2
- 1 – καθόλου σημαντικό
- δεν γνωρίζω

προσφορά επαρκών ευκαιριών επαγγελματικής εξέλιξης



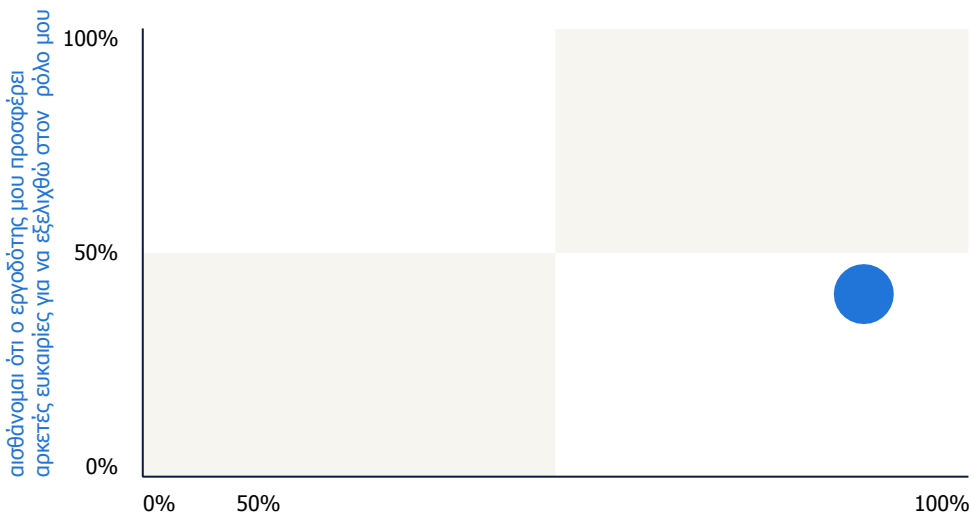
- 5 – συμφωνώ απόλυτα
- 4
- 3
- 2
- 1 – διαφωνώ απόλυτα
- δεν γνωρίζω

η επαγγελματική εξέλιξη είναι σημαντική

- 3 στους 4 εργαζόμενους θεωρούν πως η επαγγελματική εξέλιξη είναι σημαντική (76%) και ακόμα περισσότερο για τους νέους 18-24 (81%).
- 45% των ερωτηθέντων αισθάνεται ότι του δίνεται η ευκαιρία να εξελιχθεί, ιδιαίτερα όσοι είναι κάτω των 35 ετών (50%).
- Η προφορά ευκαιριών ελάχιστα σχετίζεται με την ανάγκη προσωπικής ανάπτυξης: συγκεκριμένα, μόνο το 51% εκείνων που τη θεωρούν σημαντική, λαμβάνουν πραγματικά ευκαιρίες για να το κάνουν.

η σημασία και η τελική προσφορά ευκαιριών επανεκπαίδευσης & αναβάθμισης δεξιοτήτων.

το χάσμα μεταξύ της αντίληψης των εργαζόμενων για μετεκπαίδευση/αναβάθμιση δεξιοτήτων και της τελικής προσφοράς τους από τους εργοδότες



είναι σημαντικό για μένα, ο εργοδότης μου να μου προσφέρει επανεκπαίδευση ή αναβάθμιση δεξιοτήτων

η ανάγκη για επαγγελματική ανάπτυξη δεν καλύπτεται πλήρως.

- Αν και η πλειονότητα των εργαζομένων (80%) θεωρεί σημαντικό ο εργοδότης τους να προσφέρει ευκαιρίες επανεκπαίδευσης και αναβάθμισης δεξιοτήτων, μόνο το 45% όντως τις λαμβάνει.
- Η επανεκπαίδευση θεωρείται εξίσου σημαντική με την αναβάθμιση δεξιοτήτων (80%), γεγονός που ισχύει περισσότερο για τις γυναίκες (84%).

εκπαίδευση και εξέλιξη καριέρας - συμπεράσματα για τους εργοδότες.

σημαντικά συμπεράσματα

- Οι εργοδότες στην Ελλάδα, δεν καλύπτουν την ανάγκη για επαγγελματική ανάπτυξη. Μόνο οι μισοί από τους εργαζομένους που επιθυμούν να αναπτυχθούν, έχουν πραγματικά τις ευκαιρίες να το κάνουν. Προτείνεται στους εργοδότες, για να εξοικονομήσουν πόρους, να προσδιορίσουν ποιος στερείται αυτές τις ευκαιρίες, και πιθανώς ποιος τις λαμβάνει χωρίς καν να τις επιθυμεί.
- Η προσφορά ευκαιριών ανάπτυξης είναι ένα ισχυρό εργαλείο που συμβάλλει στη διατήρηση των εργαζομένων. Όπως είδαμε και στο προηγούμενο κεφάλαιο, η μειωμένη προσφορά ευκαιριών ανάπτυξης και η έλλειψη ενδιαφέροντος για την εργασία είναι σημαντικά αίτια αποχώρησης.
- Οι εργοδότες πρέπει να δίνουν ίσες ευκαιρίες τόσο στην επανεκπαίδευση όσο στην αναβάθμιση δεξιοτήτων, καθώς εκτιμώνται το ίδιο.

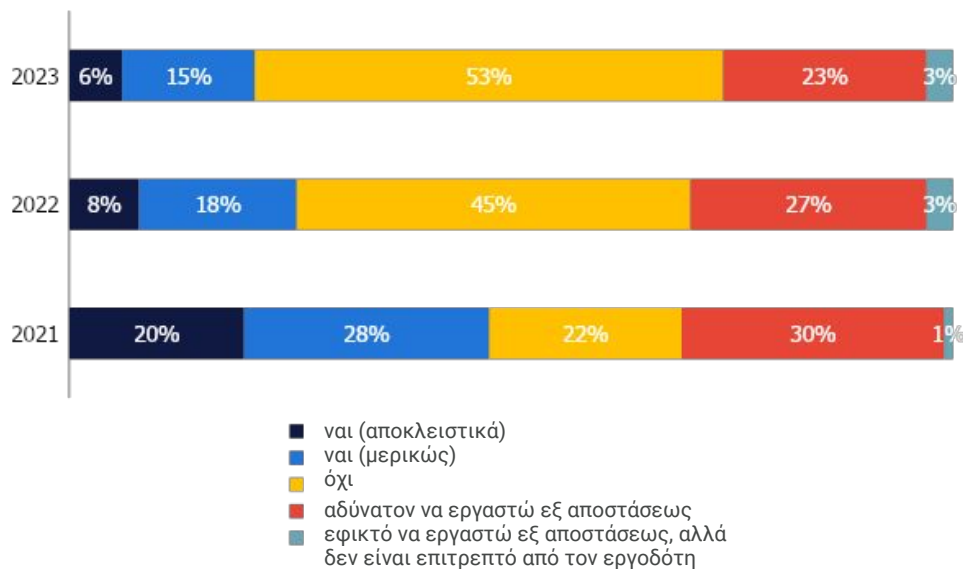


τηλεργασία,
διαφορετικότη
τα και
συμπερίληψη.



η τάση για τηλεργασία.

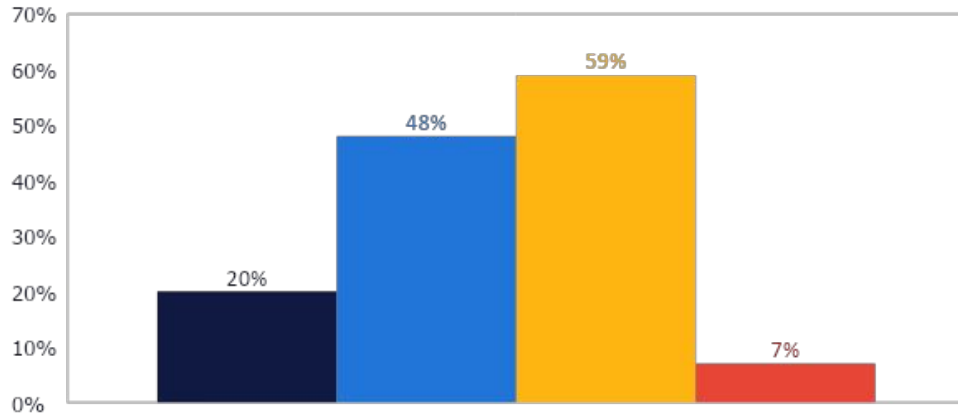
η εξ αποστάσεως εργασία φθίνει



- Η τηλεργασία έχει μειωθεί κατά 5% και συγκεκριμένα μόνο το 21% των Ελλήνων εργαζομένων συνεχίζει να εργάζεται εξ αποστάσεως, με τους περισσότερους από αυτούς να εργάζονται υβριδικά.
- Συγκριτικά με το 2021, το υβριδικό μοντέλο εργασίας, έχει μειωθεί από 48% στο 21%. Ωστόσο, φαίνεται πως ο συγκεκριμένος βαθμός τηλεργασίας φαίνεται να είναι η νέα νόρμα.
- Από την άλλη μεριά, όσο επιστρέφουν οι εργαζόμενοι στο γραφείο, ο παράγοντας “ευχάριστο εργασιακό περιβάλλον” έχει αυξηθεί σημαντικά και πιθανότητα να αυξηθεί κι άλλο.

Τι είναι σημαντικό για τους εργαζόμενους.

Με ποια από τις παρακάτω προτάσεις συμφωνείτε;



- 1 – προτιμώ να είμαι άνεργος/η, από το να εργάζομαι για μία εταιρεία που δεν ταυτίζεται με τις αξίες μου
- 2 – είναι σημαντικό για μένα να εργάζομαι για μία εταιρεία που υποστηρίζει τη διαφορετικότητα και τη συμπερίληψη
- 3 – θέλω να εργάζομαι για μια εταιρεία που παρέχει προγράμματα ευεξίας
- 4 – τίποτα από τα παραπάνω

η συμπερίληψη και η διαφορετικότητα είναι σημαντικές

- 4 στους 5 εργαζόμενους, θα προτιμούσαν να εργάζονται για μία εταιρεία που δεν συνάδει με τις αξίες τους από το να είναι άνεργοι. Μόνο το 20% ισχυρίζεται ότι δεν θα το έκανε.
- Αν και η ενεργή υποστήριξη της Σ&Δ (48%) έχει μεγάλη βαρύτητα, οι εργαζόμενοι θεωρούν πιο σημαντικό να εργάζονται σε μία εταιρεία, που φροντίζει τη ψυχική τους υγεία και προσφέρει παροχές ευεξίας.
- Οι πιο νέοι εργαζόμενοι (ηλικίας 18-34 ετών) νοιάζονται περισσότερο γι' αυτά τα θέματα (56%) σε σύγκριση με τους μεγαλύτερους εργαζόμενους (41%). Γι' αυτούς είναι εξίσου σημαντικό με τις παροχές ευεξίας.

τηλεργασία, διαφορετικότητα και συμπερίληψη - συμπεράσματα για τους εργοδότες.

σημαντικά συμπεράσματα

- Η συχνότητα της τηλεργασίας τη δεδομένη στιγμή, έχει μειωθεί κατά πολύ, σε σχέση με την περίοδο της πανδημίας του Covid-19. Ωστόσο, ένα σημαντικό ποσοστό εξακολουθεί να εργάζεται εξ αποστάσεως, έστω και υβριδικά. Η εξ αποστάσεως εργασία ήρθε για να μείνει και οι εργοδότες θα πρέπει να έχουν ένα μακροπρόθεσμο σχέδιο για το πώς να την προσφέρουν και σε ποιους εργαζόμενους. Ωστόσο, καθώς οι εργαζόμενοι επιστρέφουν στον χώρο εργασίας, αυξάνεται η σημασία και η σπουδαιότητα για ένα ευχάριστο εργασιακό περιβάλλον.
- Οι εργοδότες επίσης προτείνεται να δώσουν προσοχή στην συμπερίληψη και τη διαφορετικότητα, καθώς θεωρείται σημαντική περίπου από το μισό εργατικό δυναμικό ειδικά στις νεότερες ηλικίες (18-34). Τέλος, θα πρέπει να λάβουν υπόψη ότι οι εργαζόμενοι θεωρούν πολύ σημαντικές τις παροχές ευεξίας και ψυχικής υγείας.



ας μιλήσουμε.

Η έρευνά μας έχει πολλές χρήσιμες, αλλά πολύπλοκες πληροφορίες. Θα θέλαμε πολύ να έχουμε την ευκαιρία να σας καθοδηγήσουμε, να μοιραστούμε τις σκέψεις μας και να απαντήσουμε σε οποιαδήποτε απορία ή ερώτηση.

randstad hellas

Άννα Σύκαλου
asykalou@randstad.gr