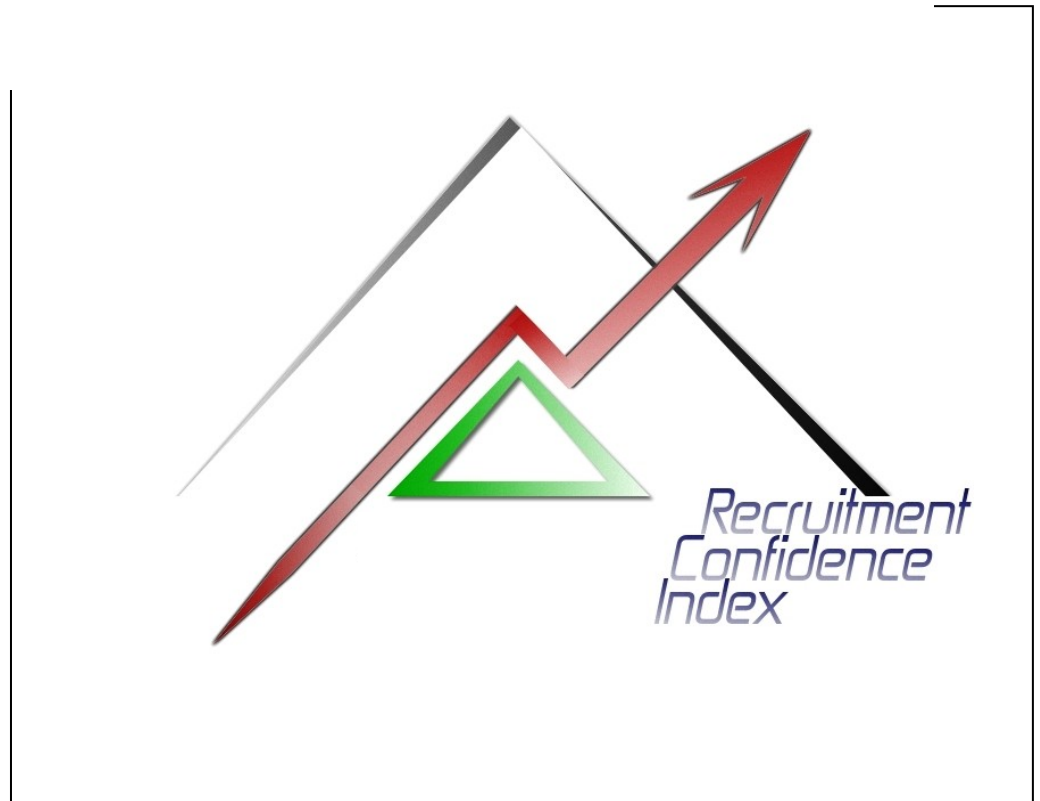


Δείκτης

2013

Τάσεων Αγοράς Εργασίας



1^ο εξάμηνο

Μάρτιος 2013

Η πρωτοβουλία και υλοποίηση του Δείκτη Τάσεων Αγοράς Εργασίας ανήκει στο Τμήμα Εφαρμοσμένης Έρευνας & Καινοτομίας του ALBA Graduate Business School at The American College of Greece.

Την επιστημονική καθοδήγηση της έρευνας έχει η αναπληρώτρια καθηγήτρια Οργανωσιακής Συμπεριφοράς και Διοίκησης Ανθρωπίνων Πόρων, Δρ. Όλγα Επιτροπάκη.

Τη σχεδίαση/ κατασκευή της ιστοσελίδας και του ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου υλοποίησε το 2007 ο κ. Παναγιώτης Ταρσινός, Υπεύθυνος Διαχείρισης Έργων. Η στατιστική ανάλυση και η γραφική απεικόνιση των αποτελεσμάτων πραγματοποιήθηκε από την μεταπτυχιακή φοιτήτρια του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου κα Αλεξάνδρα Μπαγκλατζή, ενώ η συγγραφή της παρούσας έκθεσης και ο σχολιασμός των αποτελεσμάτων έγινε από την κα Ζωή Κουρουνάκου, Υπεύθυνη του τμήματος Εφαρμοσμένης Έρευνας & Διεθνούς Ανάπτυξης.

© 2013



Business unusual
at The American College of Greece

Cranfield
UNIVERSITY
School of Management

Χορηγοί

kariera.gr
careerbuilder greece

PEOPLECERT
GROUP



City & Guilds

Υποστηρικτής επικοινωνίας



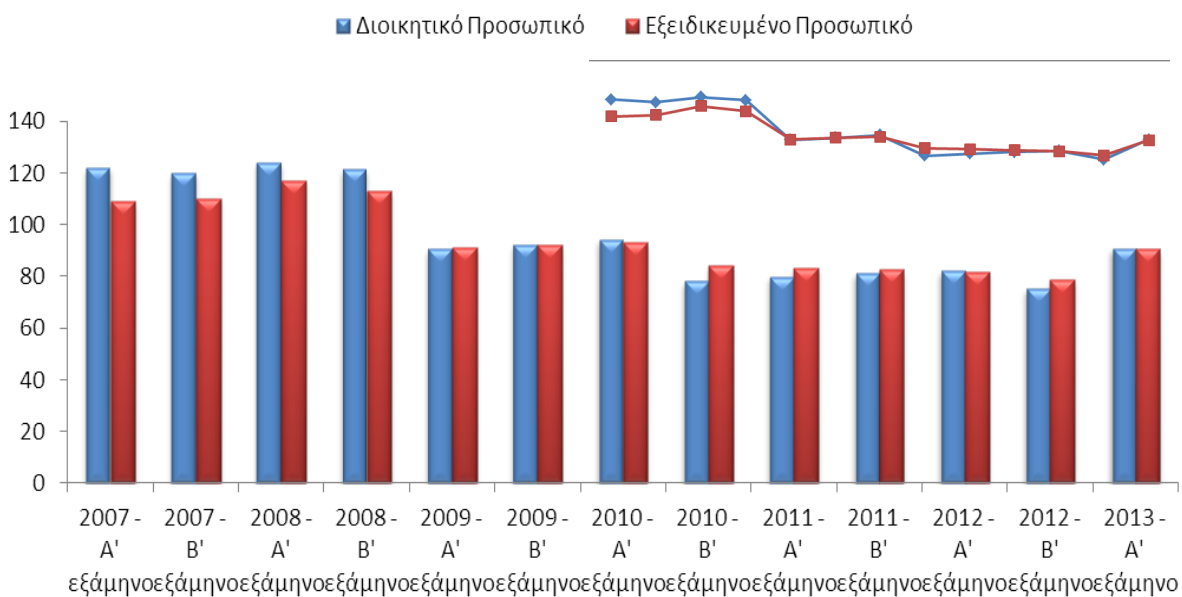
Περιεχόμενα

Κεφάλαιο	Περιγραφή	Σελίδα #
1	Περίληψη	4-5
2	Το «βαρόμετρο»	6
3	Μεθοδολογία	7
3.1	Αντικείμενο και Στόχοι της Έρευνας	7
3.2	Διαδικασία Συλλογής Στοιχείων	7
4	Δημογραφικά	8
	Προφίλ του τελικού Δείγματος	8
5	Αποτελέσματα	11
5.1	Γενικές Τάσεις – Τελευταίοι 6 μήνες	11
5.2	Γενικές Τάσεις – Μελλοντικές Προσδοκίες	11-16
5.3	Αναζήτηση Διευθυντικού και Εξειδικευμένου προσωπικού	17
	<i>Τελευταίοι 6 μήνες</i>	17
	<i>Μελλοντικές Προσδοκίες</i>	17-18
5.4	Μέθοδοι Προσέλκυσης - Προγραμματισμός	19-25
6	Γνώσεις και Δεξιότητες	26
7	Ειδικό Θέμα	30
8	Παράρτημα	38

Δείκτης Τάσεων Αγοράς Εργασίας

Ο 1^{ος} κύκλος (1^ο εξάμηνο) της έρευνας για το έτος 2013 αποτελεί μια προσπάθεια αποτύπωσης των διαδικασιών και μεθόδων προσέλκυσης και επιλογής στελεχών, τις οποίες χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα το τρέχον έτος. Η παρούσα μελέτη επικεντρώνεται στην καταγραφή και ανάλυση απολογιστικών στοιχείων τόσο του 2^{ου} εξαμήνου του 2012, όσο και των τάσεων του 1^{ου} εξαμήνου του 2013 (καταγραφή στοιχείων περιόδου Ιουλίου-Δεκεμβρίου 2012, τάσεις περιόδου Ιανουάριος-Ιούνιος 2013).

Ο Δείκτης Τάσεων Αγοράς Εργασίας - **RCI*** - για το 1^ο εξάμηνο του 2013 είναι **90.91** αναφορικά με το Διοικητικό Προσωπικό των εταιρειών και **90.51** για τα Διευθυντικά Στελέχη/Εξειδικευμένο προσωπικό. Παρατηρείται σημαντική άνοδο στους δείκτες συγκριτικά με το περασμένο εξάμηνο (75.3 και 78.7 αντίστοιχα). Ο Δείκτης συνεχίζει για 9^ο εξάμηνο να είναι κάτω από την τιμή του 100, γεγονός που μεταφράζεται σε **μείωση και στασιμότητα** των δραστηριοτήτων προσέλκυσης και επιλογής νέων στελεχών αλλά πλέον βρίσκεται στα ίδια επίπεδα του 1ου εξαμήνου του 2009 (το 1ο εξάμηνο που παρουσίασε σημαντική πτώση ως αποτέλεσμα της οικονομικής κρίσης)



Τα αποτελέσματα συνοψίζονται στα εξής:

Στασιμότητα στις δραστηριότητες των εταιρειών που αφορούν στην προσέλκυση και επιλογή νέων στελεχών προβλέπεται για το επόμενο εξάμηνο.

1. Το 26.3% των επιχειρήσεων του δείγματος ενδέχεται να προβεί σε **μείωση** του εργατικού δυναμικού μέχρι το τέλος του χρόνου (49.3% το προηγούμενο εξάμηνο). Το 21.5% των εταιρειών θα πραγματοποιήσει προσλήψεις. Το 52.2% δε θα προβεί σε καμία ενέργεια
2. Σε αντίθεση με το γενικότερο οικονομικό κλίμα, οι επιχειρήσεις εμφανίζονται **αισιόδοξες** και μόνο το 8% δηλώνει απαισιοδοξία.

(*) Ο δείκτης **RCI** ενδεικνύει προσδοκώμενες μεταβολές στις δραστηριότητες προσέλκυσης και επιλογής προσωπικού κατά τη διάρκεια των επερχόμενων 6 μηνών. Τιμές μεγαλύτερες του 100 μεταφράζονται ως αναμενόμενη αύξηση των αντίστοιχων δραστηριοτήτων. Τιμές μικρότερες του 100 υποδηλώνουν σχετική μείωση των δραστηριοτήτων. Όταν ο δείκτης παίρνει τιμές γύρω από το 100, αυτό σημαίνει ότι η αναμενόμενη δραστηριότητα σε αυτού του είδους τις ενέργειες θα μείνει στα ίδια επίπεδα.

3. Άνοδο γύρω στο 45% στις ενέργειες προσέλκυσης και επιλογής προσωπικού αναμένεται μόνο στον κλάδο των **Υπηρεσιών** και στις **Τουριστικές**. Στον κλάδο των **Μεταφορών/Logistics**, οι προσδοκίες αύξησης ενεργειών προσέλκυσης νέου προσωπικού είναι μηδενικές ενώ εξίσου πολύ χαμηλό ποσοστό ενεργειών προσέλκυσης και επιλογής προσωπικού παρουσιάζει και ο κλάδος των **Κατασκευαστικών** και της **Εκπαίδευσης**. Στις εταιρείες **Τηλεπικοινωνιών/ Πληροφορικής** αναμένεται άνοδος 35% στις προσλήψεις.
4. Και σε αυτό το εξάμηνο συνεχίζεται η προτίμηση των επιχειρήσεων προς τα νεαρά **στελέχη/ αποφοίτους (53.1%)**
5. Όσες εταιρείες προχωρήσουν σε προσλήψεις θα στραφούν κυρίως στους τομείς των Πωλήσεων, της Εξυπηρέτησης Πελατών, των Οικονομικών/ Λογιστικής και του Marketing.
6. Τα **website αναζήτησης εργασίας** παραμένουν για τις εταιρείες η πιο δημοφιλής μέθοδος προσέλκυσης και αναζήτησης προσωπικού. Ακολουθούν, οι εταιρικές βάσεις βιογραφικών, η ενδο-εταιρική αναζήτηση για εσωτερική κάλυψη θέσεων, τα εταιρικά web sites και η μέθοδος αναζήτησης που σχετίζεται με το κοινωνικό περιβάλλον των εργαζομένων (από στόμα σε στόμα). Οι δύο πιο επιτυχημένες μέθοδοι σε σχέση με το πλήθος των εταιριών που την χρησιμοποίησαν είναι το εταιρικό website και οι head hunters ενώ τα τεστ δεξιοτήτων παρουσιάζονται ως πιο επιτυχημένα εργαλεία επιλογής προσωπικού συγκριτικά με τις συνεντεύξεις.
7. Το 55.1% των εταιρειών χρησιμοποιεί τις συνεντεύξεις ως το βασικό εργαλείο επιλογής προσωπικού, ενώ το **21%** χρησιμοποιεί και άλλα εργαλεία όπως **ψυχομετρικά τεστ** και **τεστ δεξιοτήτων (H/Y, ξένων γλωσσών κλπ)**
8. Περίπου το 40% των εταιρειών απάντησε ότι στις αγγελίες που αφορούν θέσεις γραμματείας, λογιστηρίου, τεχνικούς H/Y, και υπάλληλους γραφείου ζητούν πιστοποιημένη γνώση H/Y. Η πλειοψηφία των εταιρειών κρίνει σημαντική την ύπαρξη πιστοποίησης γνώσης H/Y, αγγλικών ή άλλων επαγγελματικών δεξιοτήτων για την τελική επιλογή νέου προσωπικού.
9. Το **48.7%** των εταιρειών θεωρεί βασική προϋπόθεση για την επιλογή νέου προσωπικού την ύπαρξη **Μεταπτυχιακού** τίτλου σπουδών.

Αποτελέσματα ειδικού θέματος:

1. Το **58.1%** των εταιρειών δηλώνει ότι έχει επηρεαστεί πολύ ή και δραματικά από την παρούσα οικονομική κρίση. Μόνο το 1.1% των εταιρειών δηλώνει ότι έχει μείνει τελείως ανεπηρέαστο.
2. Το 33.6% των εταιρειών θεωρεί πιθανό ή πολύ πιθανό να **μειώσει την εκπαίδευση** των εργαζομένων τους, ενώ στο 33.7% των εταιρειών θα επηρεαστεί αρνητικά και η εκπαίδευση των διευθυντικών στελεχών. Επίσης, το **32.6%** θα προβεί σε **μειώσεις μισθών** (το 19.6% το σκέφτεται επίσης).
3. Το **47.1%** των εταιρειών έχει προβεί σε **απολύσεις** ενώ το **34.8%** έχει **μειώσει μισθούς**.
4. Η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει δραματικά περισσότερο τον κλάδο των Φαρμακευτικών, τις υπηρεσίες, το Εμπόριο και τις Τηλεπικοινωνίες.
5. Το **74%** των εταιρειών πιστεύουν ότι έχει πληγεί από την κρίση η **εικόνα** των εταιρειών ως εργοδότης επιλογής.
6. Η πλειοψηφία των εταιρειών θεωρούν πολύ σημαντικό να υπάρχει ξεκάθαρο employer brand.
7. Η φήμη της εταιρείας και το εργασιακό περιβάλλον, τα brands αλλά και η ποιότητα του εργατικού δυναμικού κάνουν την εταιρεία πιο ελκυστική στους υποψηφίους και όχι τόσο το πακέτο αμοιβών και το κοινωνικό της έργο.
8. Το Employer Brand ενισχύει την προσέλκυση ταλέντων, δημιουργεί αίσθημα περηφάνιας, αυξάνει την εργασιακή δέσμευση και ικανοποίηση και ωφελεί την εταιρεία σε όλα τα επίπεδα. Οι εταιρείες το θεωρούν σημαντικό θέμα αλλά δεν κάνουν κάτι παραπάνω στην προκειμένη φάση καθώς προτιμούν κάποιες να δίνουν έμφαση σε άλλα πράγματα λόγω της δύσκολης θέσης που έχουν περιέλθει. Μόνο το 12.7% το θεωρεί βασική προτεραιότητα ειδικά τώρα για να ανακτήσουν την χαμένη εμπιστοσύνη των εργαζομένων και των υποψηφίων.

Δείκτης Τάσεων Αγοράς Εργασίας

Η έρευνα «Δείκτης Τάσεων Αγοράς Εργασίας» (Recruitment Confidence Index – RCI) έχει ως στόχο την καταγραφή των τάσεων που επικρατούν στις διαδικασίες προσέλκυσης και επιλογής στελεχών για τους 6 μήνες που έπονται. Στην Ελλάδα η έρευνα διενεργείται από το ALBA Graduate Business School από το 2006.

Ιστορικά, η έρευνα ξεκίνησε το 1999 στην Αγγλία από το Cranfield School of Management σε συνεργασία με την εφημερίδα Daily Telegraph. Στην Αγγλία η έρευνα διεκόπη το 2007. Από το 2005 η εν λόγω έρευνα πραγματοποιείται στην Ισπανία από το Πανεπιστήμιο ESADE, ενώ το 2008 η έρευνα ξεκίνησε και στην Πορτογαλία με στόχο να εξαπλωθεί και σε άλλες Ευρωπαϊκές χώρες. Τον Ιανουάριο του 2011 η έρευνα πραγματοποιήθηκε στην Ουκρανία από το Πανεπιστήμιο IIB.

Οφέλη

Συμμετέχοντας στην έρευνα αυτή, οι επιχειρήσεις συμβάλλουν με ουσιαστικό τρόπο στην αποτύπωση των μελλοντικών τάσεων στο χώρο της επιλογής και προσέλκυσης προσωπικού. Τα αποτελέσματα της έρευνας είναι ευρύτερου ενδιαφέροντος στο βαθμό που η τρέχουσα κατάσταση και η αναμενόμενη δραστηριότητα στην αγορά εργασίας δίνουν μια έμμεση εικόνα της οικονομικής πραγματικότητας ενός κλάδου και της ελληνικής οικονομίας συνολικά.

Οι συμμετέχουσες εταιρείες έχουν πρώτες πρόσβαση στα συγκριτικά αποτελέσματα και μπορούν να εξετάσουν τη θέση τους σε σχέση με το δείγμα των υπόλοιπων επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα. Επιπρόσθετα, μπορούν να καταστρώσουν το δικό τους πλάνο ενεργειών προσέλκυσης και επιλογής του προσωπικού βάσει των τάσεων του ανταγωνισμού (ανά κλάδο και ανά κατηγορία υπαλλήλων), και να συγκρίνουν τα επίπεδα μισθών της αγοράς και πώς αυτά τείνουν να διαμορφωθούν μέσα στο επόμενο εξάμηνο.

Ο **Δείκτης Τάσεων Αγοράς Εργασίας** περιλαμβάνει μια σειρά από εξειδικευμένες ερωτήσεις σχετικά με την προσέλκυση και επιλογή εργαζομένων. Επιπλέον, παρουσιάζει αναλυτικά τα αποτελέσματα ανά ερώτηση και κλάδο δραστηριότητας, αποτελώντας έτσι σημαντικό σημείο αναφοράς δημιουργώντας ταυτόχρονα ένα εργαλείο πρόβλεψης διαθέσιμο προς όλες τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα. Επιπρόσθετα, η έρευνα καταγράφει με τον πλέον παραστατικό τρόπο το γενικότερο κλίμα που επικρατεί στην επιχειρηματική αγορά εν μέσω της οικονομικής κρίσης τόσο για τους τελευταίους 6 μήνες, όσο και για τις προβλέψεις για το επόμενο εξάμηνο. Η έρευνα διενεργείται και σε ακόμα 3 Ευρωπαϊκές χώρες, παρέχοντας έτσι τη δυνατότητα σύγκρισης των αποτελεσμάτων και εξαγωγής χρήσιμων συμπερασμάτων αναφορικά με την αγορά εργασίας στη χώρας μας και τη θέση της στην Ευρώπη.

επόμενος κύκλος: 2013 - 2^ο εξάμηνο

Η συλλογή στοιχείων για το δεύτερο εξάμηνο του 2013 θα πραγματοποιηθεί κατά την περίοδο **Ιούνιο -Ιούλιο 2013**.

Αντικείμενο και στόχοι της έρευνας

Σκοπός της έρευνας είναι η παρουσίαση των προσδοκώμενων τάσεων στην πρόσληψη προσωπικού και συγχρόνως η ανάλυση της υπάρχουσας κατάστασης των εταιριών στην χώρα μας. Με τον τρόπο αυτό, το αντικείμενο της έρευνας επικεντρώνεται στην προκαταρκτική απεικόνιση των διαδικασιών προσέλκυσης και επιλογής προσωπικού στις επιχειρήσεις που εδρεύουν στην Ελλάδα. Η μελέτη εστιάζεται στην καταγραφή αυτών των πρακτικών, στην αποτύπωση της συχνότητας εφαρμογής τους, στην αποτελεσματικότητά τους, καθώς και στη διερεύνηση ευρύτερων κοινωνικών ή εταιρικών παραμέτρων που επηρεάζουν το βαθμό εφαρμογής των πρακτικών αυτών.

Διαδικασία συλλογής στοιχείων

Για τις ανάγκες της έρευνας, σχεδιάστηκε ο δικτυακός τόπος www.alba.edu.gr/rci στην ιστοσελίδα του ALBA Graduate Business School, όπου φιλοξενήθηκε και το αντίστοιχο ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο. Κάθε ενδιαφερόμενος έχει τη δυνατότητα να αντλήσει γενικές πληροφορίες για την έρευνα και το ιστορικό της, όπως και να προχωρήσει στην online συμπλήρωση του ερωτηματολογίου.

Ο 2^{ος} κύκλος (2^ο εξάμηνο) του 2012 διεξήχθη κατά το χρονικό διάστημα Ιούλιο - Σεπτέμβριο 2012. Εστάλησαν περισσότερες από 2000 προσκλήσεις μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και φαξ σε εταιρείες που εδρεύουν στην Ελλάδα, τα στοιχεία των οποίων ανήκουν στη βάση δεδομένων του ALBA Graduate Business School. Οι προσκλήσεις αφορούσαν στελέχη του τμήματος Ανθρώπινου Δυναμικού, όπως για παράδειγμα διευθυντές ή υπεύθυνους προσλήψεων (προσέλκυσης και επιλογής προσωπικού) καθώς και υπεύθυνους εταιρειών, Γεν. Διευθυντές, Προέδρους κ.λ.π.)

Η συλλογή των απαντήσεων στο ερωτηματολόγιο ολοκληρώθηκε στις 31 Ιανουαρίου 2013. Το τμήμα Εφαρμοσμένης Έρευνας & Καινοτομίας του ALBA Graduate Business School at The American College of Greece, παρείχε υποστήριξη αναφορικά με τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου, τη φύση της έρευνας, τεχνικές δυσκολίες αλλά και θέματα προς συζήτηση που σχετίζονται με το αντικείμενό της.

Σε αυτόν τον κύκλο συγκεντρώθηκαν **188 έγκυρες** απαντήσεις.

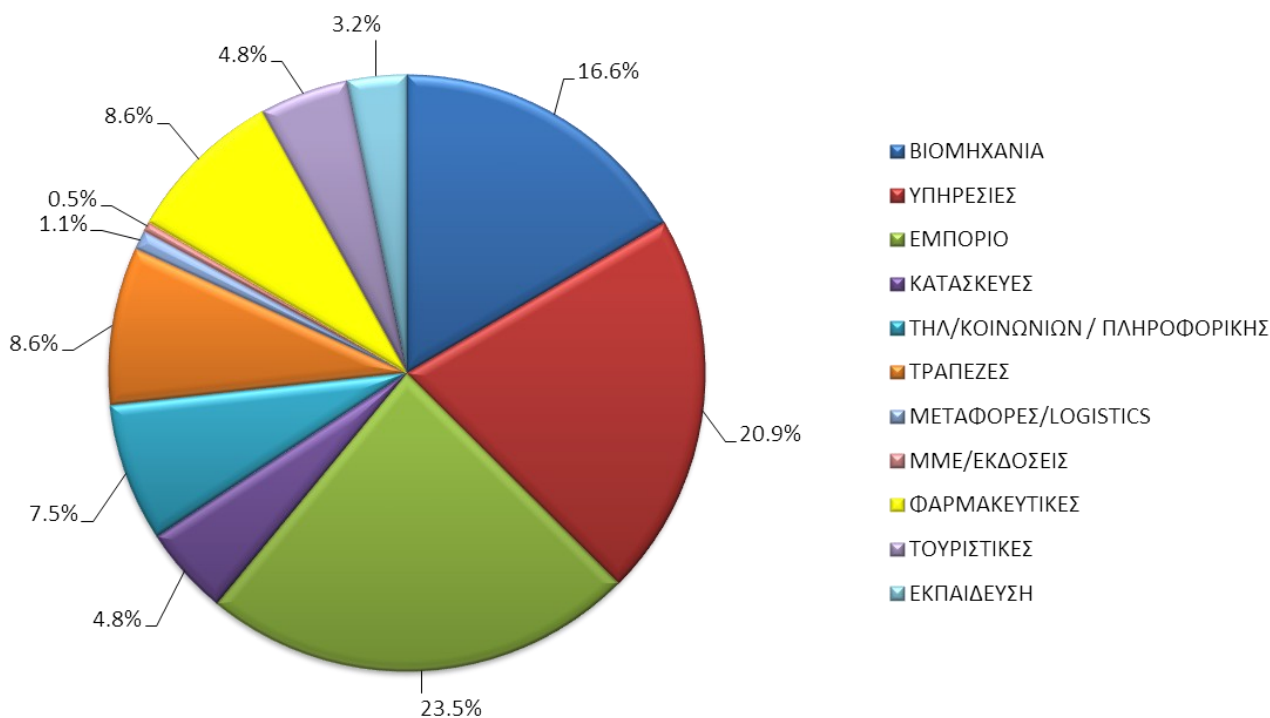
Προφίλ του τελικού δείγματος

Δεν υπάρχει αξιοσημείωτη μεταβολή στα ποσοστά των δημογραφικών στοιχείων που αφορούν στους κλάδους των συμμετεχόντων εταιρειών σε σχέση με το περασμένο εξάμηνο (Σχήματα 1-5). Το 7.5% του δείγματος είναι εταιρίες που ανήκουν στον κλάδο των Τηλεπικοινωνιών και της Πληροφορικής. Το 16.6% προέρχεται από τον κλάδο της Βιομηχανίας, το 20.9% δραστηριοποιούνται στον κλάδο της παροχής Υπηρεσιών, ενώ το 23.5% των επιχειρήσεων δραστηριοποιούνται στον κλάδο του Εμπορίου. Στο πρώτο εξάμηνο της έρευνας για το 2013 συμμετέχουν επίσης Τράπεζες σε ποσοστό 8.6%, εταιρίες του κλάδου των Κατασκευών σε ποσοστό 4.8%, Τουριστικές επιχειρήσεις σε ποσοστό 4.8% του δείγματος, Φαρμακευτικές 8.6%, Εκπαιδευτικοί Οργανισμοί 3.2%, ενώ τα ΜΜΕ/Εκδόσεις και ο κλάδος των Μεταφορών/Logistics ανέρχονται σε 0.5% και 1,1% αντίστοιχα.

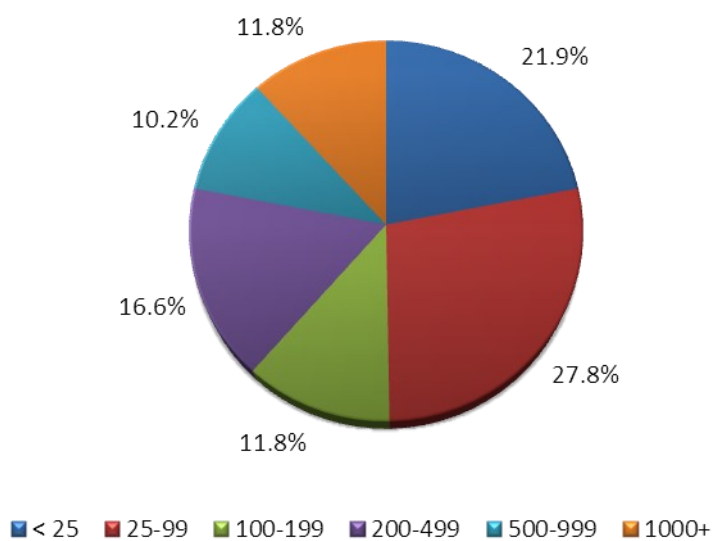
Το 94,7% των επιχειρήσεων του δείγματος είναι ιδιωτικές. Ένας σημαντικός αριθμός εταιρειών του δείγματος δραστηριοποιείται σε περισσότερες από μία περιοχές της Ελλάδος αλλά η πλειοψηφία (87.7%) των εταιρειών δηλώνει τον νομό Αττικής και την Θεσσαλονίκη (43.3%) δηλαδή τα δύο μεγάλα αστικά κέντρα της Ελλάδος.

Αναφορικά με το μέγεθος των επιχειρήσεων που πήραν μέρος στην έρευνα, το 49,7% είναι εταιρίες με λιγότερους από 100 εργαζομένους, το 28.3% είναι μεγάλες επιχειρήσεις (100-499 άτομα), και ακολουθούν σε ποσοστό 21.9% εταιρίες με προσωπικό άνω των 500 εργαζομένων

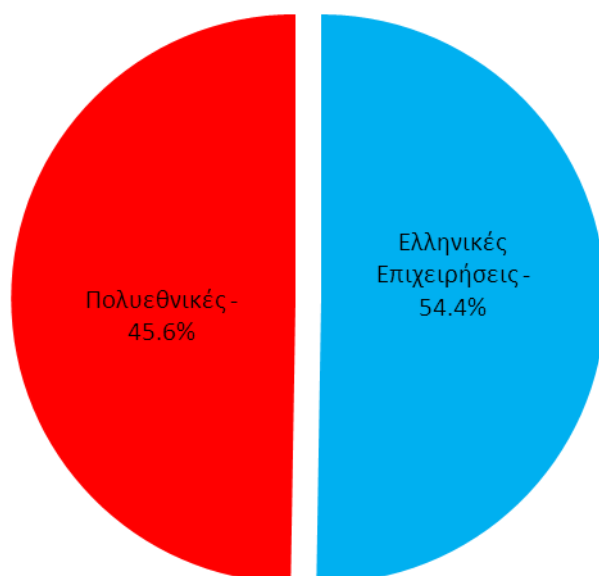
Το 54.4% είναι ελληνικές εταιρίες και το 45.6% πολυεθνικές.



Σχήμα 1 - Κλάδος



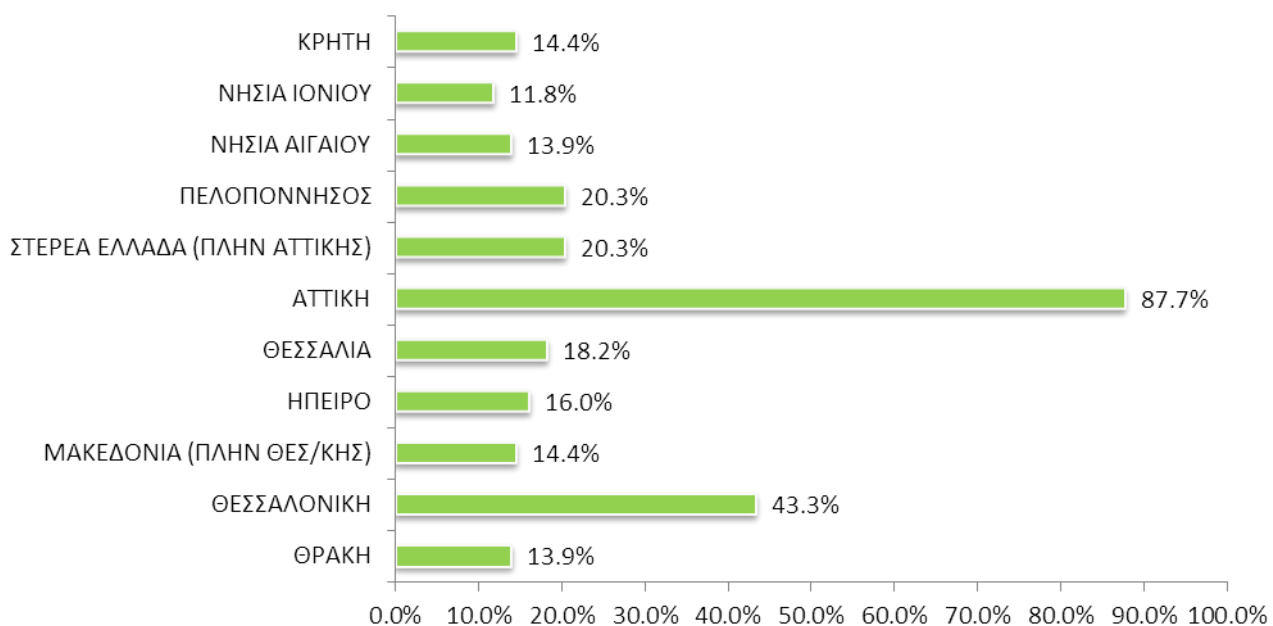
Σχήμα 2 - Αριθμός Εργαζομένων



Σχήμα 3 - Εθνικότητα



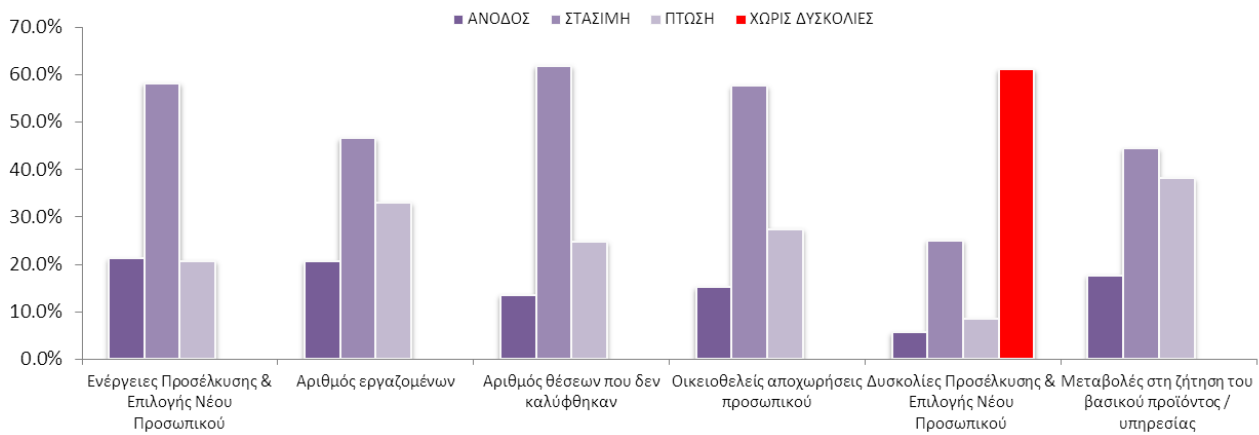
Σχήμα 4 - Είδος Επιχείρησης



Σχήμα 5 - Γεωγραφική περιοχή/ δραστηριοποίηση της εταιρείας (%) *

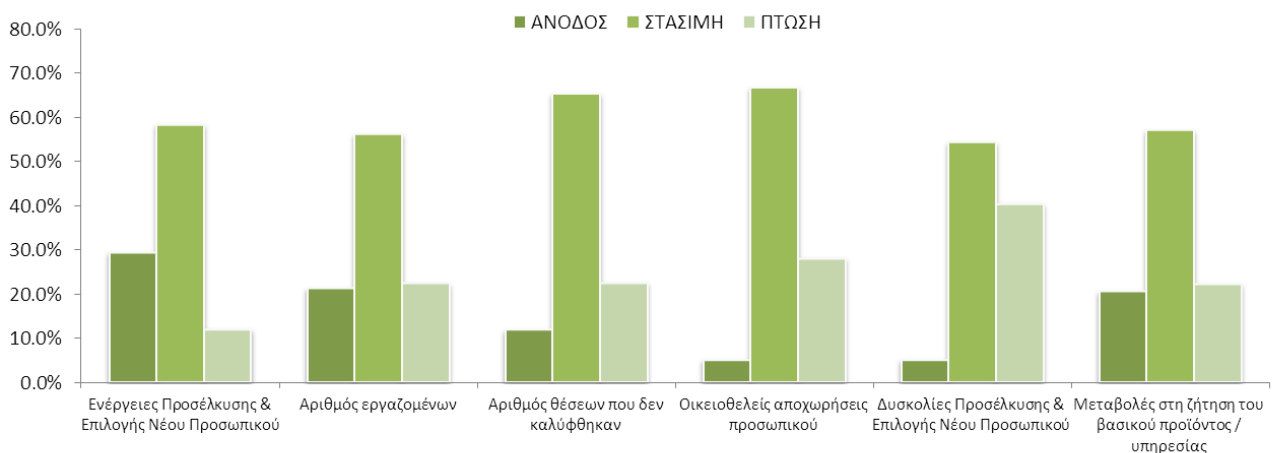
* Δραστηριοποίηση των εταιριών σε περισσότερες από μία περιοχές

Γενικές τάσεις

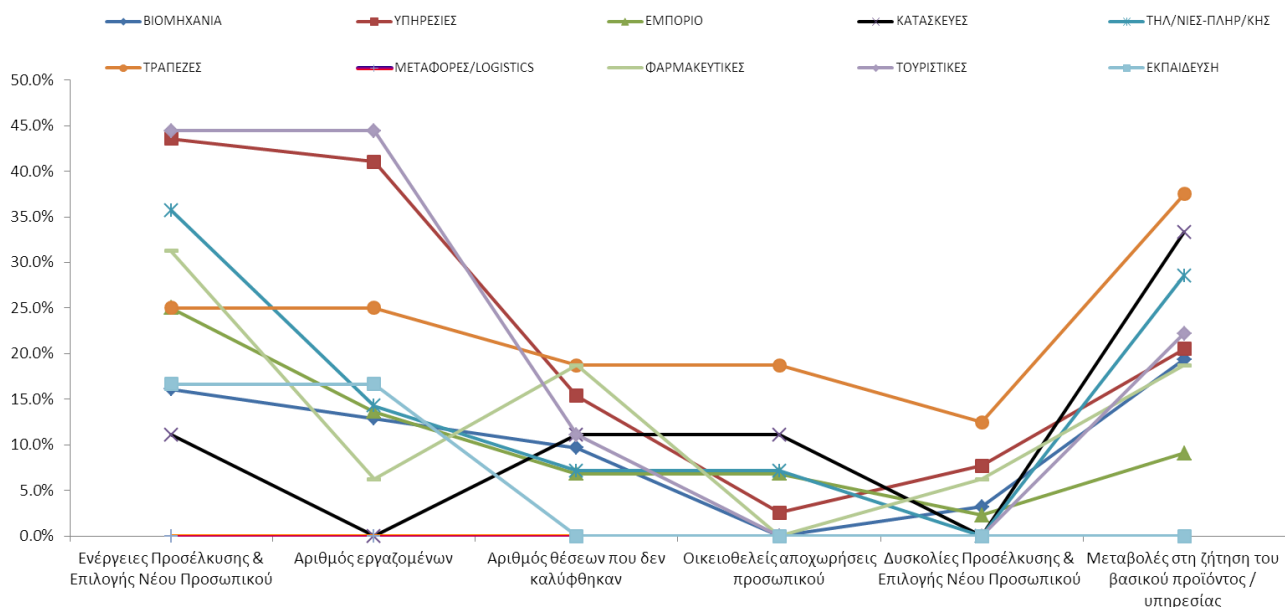


Σχήμα 6 - Οργανωσιακές Τάσεις - Τελευταίοι 6 μήνες

Τα διαγράμματα 6 και 7 καταδεικνύουν ως επί το πλείστον στασιμότητα και πτώση στην πλειοψηφία των οργανωσιακών τάσεων. Οι τάσεις στις ενέργειες προσέλκυσης και επιλογής καθώς και στον αριθμό των εργαζομένων τόσο για τους τελευταίους όσο και για τους επόμενους 6 μήνες στις μισές περίπου εταιρείες του δείγματος θα παραμείνουν ανεπηρέαστες, ενώ οι εταιρείες που αναμένουν αύξηση στη ζήτηση του προϊόντος/ υπηρεσίας τους περιορίζονται σε ποσοστό κάτω του 20%. Η στασιμότητα φαίνεται ότι θα παραμείνει η κυρίαρχη τάση στην πλειοψηφία του δείγματος ενώ οι τάσεις για το επόμενο 6μηνο δείχνουν να είναι στα ίδια χαμηλά επίπεδα. Είναι σημαντικό ότι και η ζήτηση των προϊόντων και των υπηρεσιών των εταιρειών παρουσίασε πτώση περίπου στο 40% του δείγματος τους τελευταίους 6 μήνες. Είναι σημαντικό όμως ότι το 30% των εταιρειών αναμένουν άνοδο στις ενέργειες προσέλκυσης προσωπικού το επόμενο 6μηνο.

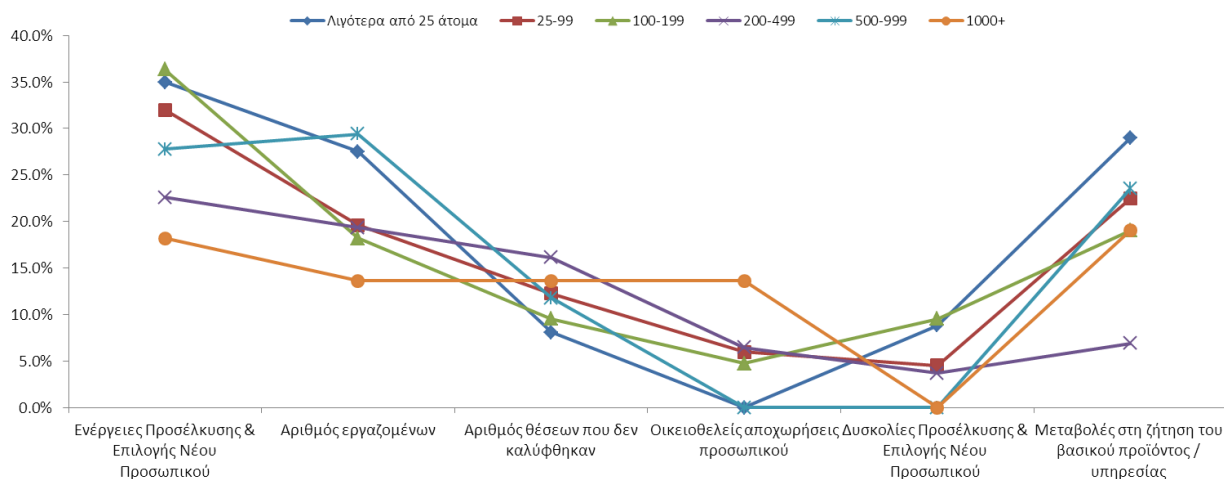


Σχήμα 7 - Οργανωσιακές Τάσεις - Προσδοκίες για τους επόμενους 6 μήνες



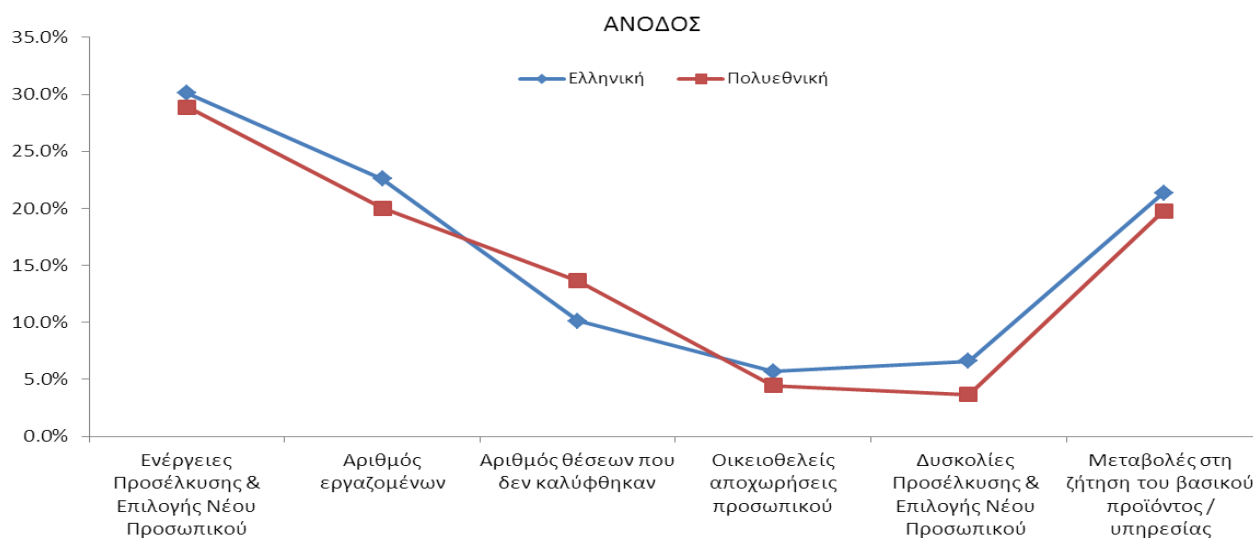
Σημάδια 8α - Προσδοκίες Ανόδου ανά Κλάδο

Άνοδο γύρω στο 45% στις ενέργειες προσέλκυσης και επιλογής προσωπικού αναμένεται μόνο στον κλάδο των **Υπηρεσιών** και στις **Τουριστικές**. Στον κλάδο των **Μεταφορών/Logistics**, οι προσδοκίες αύξησης ενεργειών προσέλκυσης νέου προσωπικού είναι μηδενικές ενώ εξίσου πολύ χαμηλό ποσοστό ενεργειών προσέλκυσης και επιλογής προσωπικού παρουσιάζει και ο κλάδος των **Κατασκευαστικών** και της **Εκπαίδευσης**. Στις εταιρείες **Τηλεπικοινωνιών/Πληροφορικής** αναμένεται άνοδος 35% στις προσλήψεις ενώ στον Τραπεζικό τομέα παρατηρείται το υψηλότερο ποσοστό στην άνοδο των οικειοθελών αποχωρήσεων συγκριτικά με τους άλλους κλάδους καθώς και το υψηλότερο ποσοστό στην ζήτηση του προϊόντος.



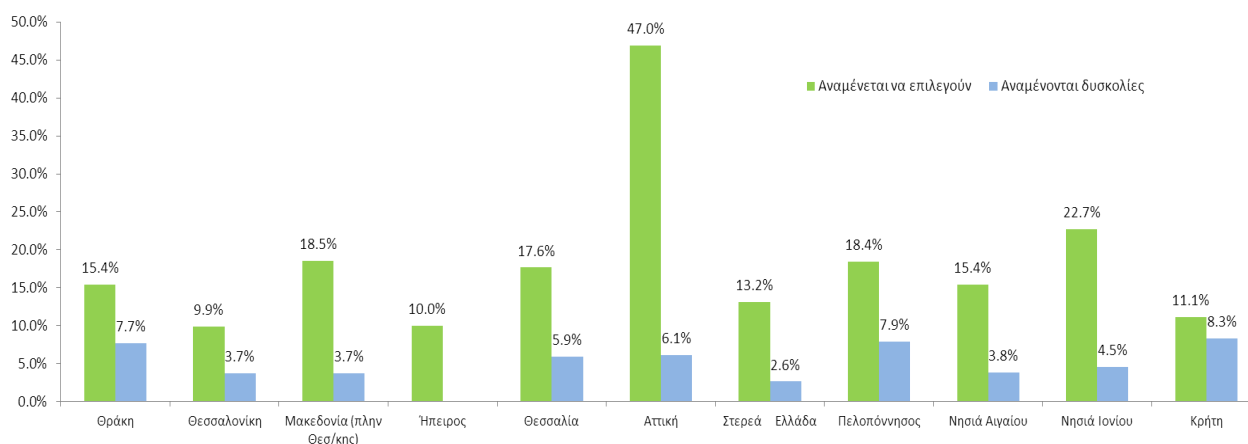
Σημάδια 8β - Προσδοκίες Ανόδου ανά Μέγεθος

Οι εταιρείες μέχρι 200 άτομα παρουσιάζουν τα υψηλότερα ποσοστά στις ενέργειες προσέλκυσης και επιλογής νέου προσωπικού συγκριτικά με τις υπόλοιπες κατηγορίες. Οι εταιρείες αυτές αναμένουν και την υψηλότερη συγκριτικά άνοδο και στην ζήτηση των προϊόντων και υπηρεσιών τους.



Σχήμα 8γ - Προσδοκίες Ανόδου ανά Εθνικότητα

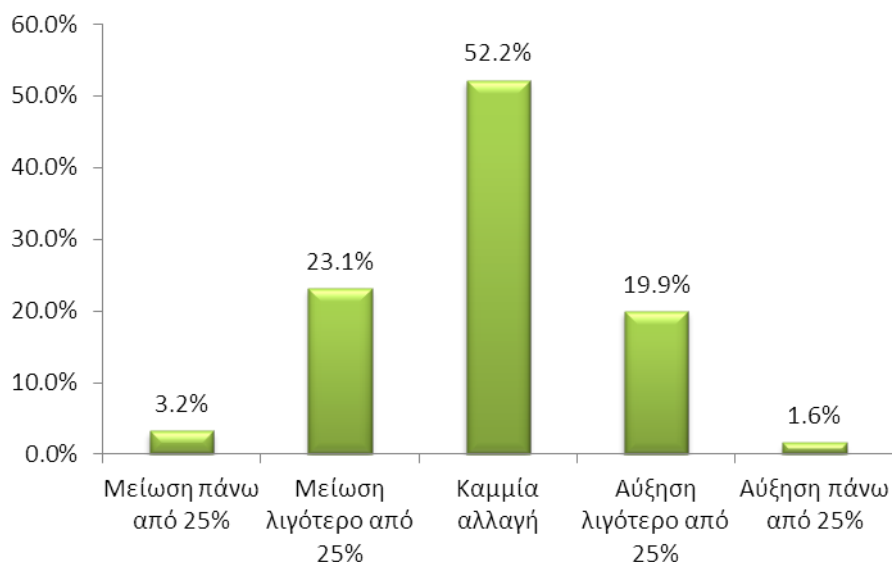
Οι ελληνικές επιχειρήσεις εμφανίζουν παρόμοια ποσοστά με αυτά των πολυεθνικών στις προσδοκίες ανόδου ενεργειών προσέλκυσης & επιλογής νέου προσωπικού



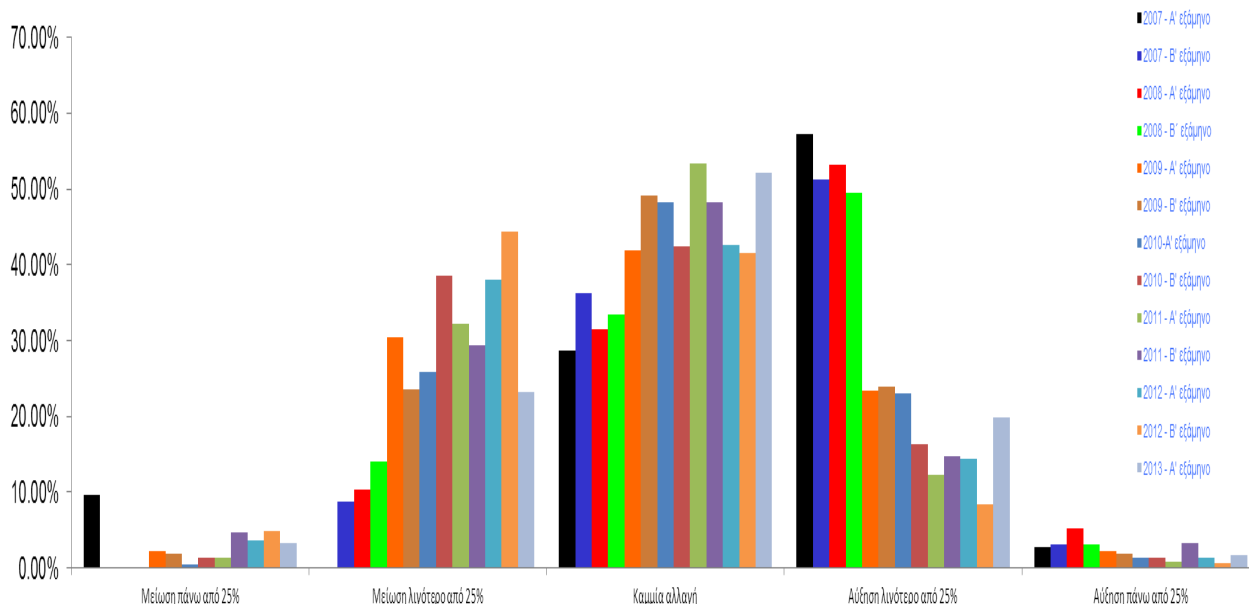
Σχήμα 9 - Προσδοκίες Προσλήψεων ανά Περιοχή

Πιο αισιόδοξες παρουσιάζονται οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Αττική σε σχέση με τις επιχειρήσεις της περιφέρειας καθώς και οι εταιρείες που δραστηριοποιούνται στα νησιά του Ιονίου, στην περιοχή της Μακεδονίας και στην Πελοπόννησο οι οποίες παρουσιάζουν τα ποσοστά κοντά στο 18-22% για ενέργειες πρόσληψης. Μικρά ποσοστά παρουσιάζονται στην Θεσσαλονίκη και στην Ήπειρο.

Στο παραπάνω γράφημα τα επιμέρους ποσοστά είναι επί του συνόλου των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε κάθε περιοχή και όχι επί του συνολικού δείγματος της έρευνας. Κάποιες εταιρείες του δείγματος δραστηριοποιούνται σε περισσότερες από μία περιοχές της Ελλάδας.

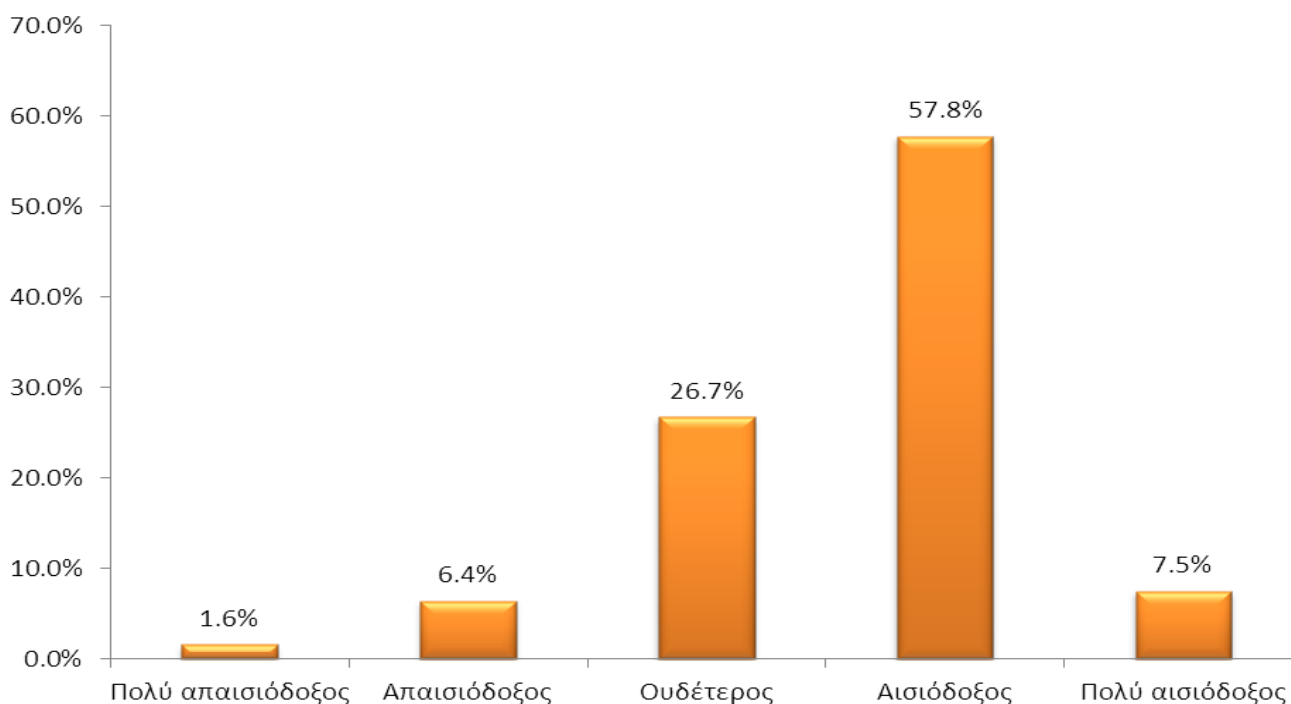


Σχήμα 10α - Ποσοστό Μεταβολής του Αριθμού των Εργαζομένων (%)

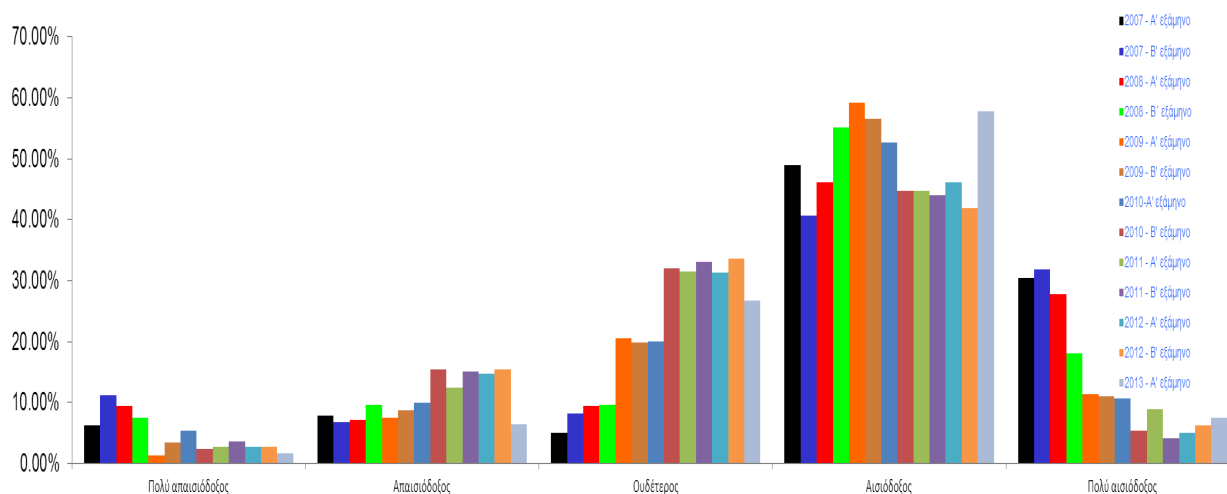


Σχήμα 10β - Ποσοστό Μεταβολής του Αριθμού των Εργαζομένων / Συγκριτικά αποτελέσματα

Το 26.3% των επιχειρήσεων του δείγματος ενδέχεται να προβεί σε **μείωση** του εργατικού δυναμικού το επόμενο εξάμηνο (49.3% το προηγούμενο εξάμηνο). Το 21.5% των εταιρειών θα πραγματοποιήσει προσλήψεις. Το 52.2% δε θα προβεί σε καμία ενέργεια. Υπάρχει σημαντική μεταβολή στην τάση συγκριτικά με το προηγούμενο εξάμηνο.



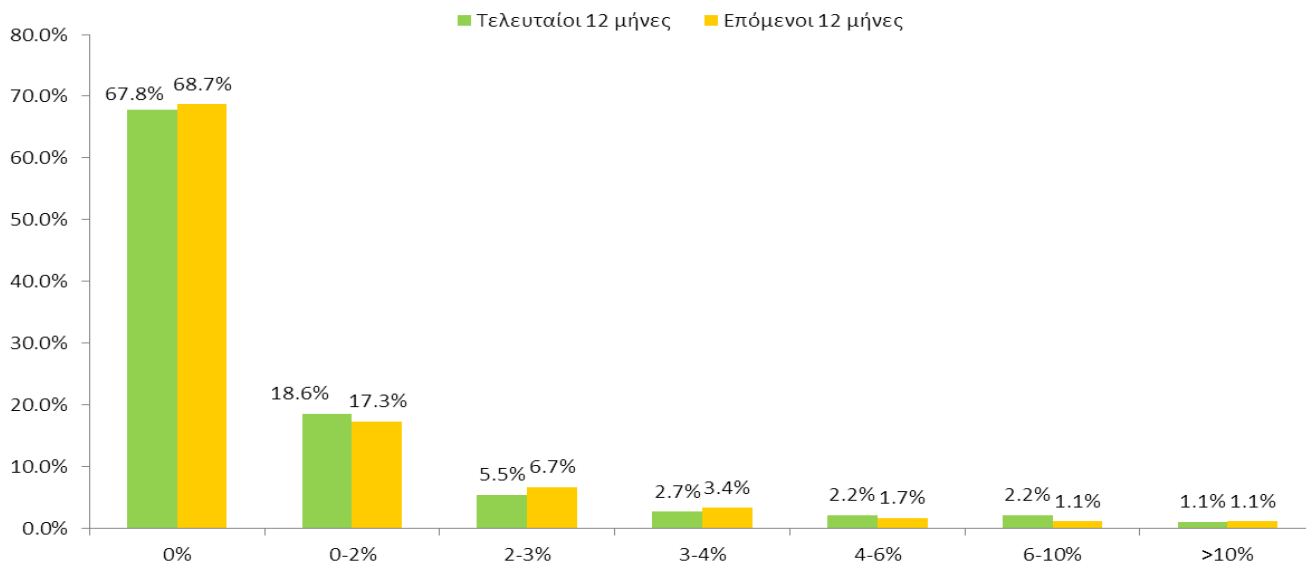
Σχήμα 11α - Αισιοδοξία για το Μέλλον της Επιχείρησης



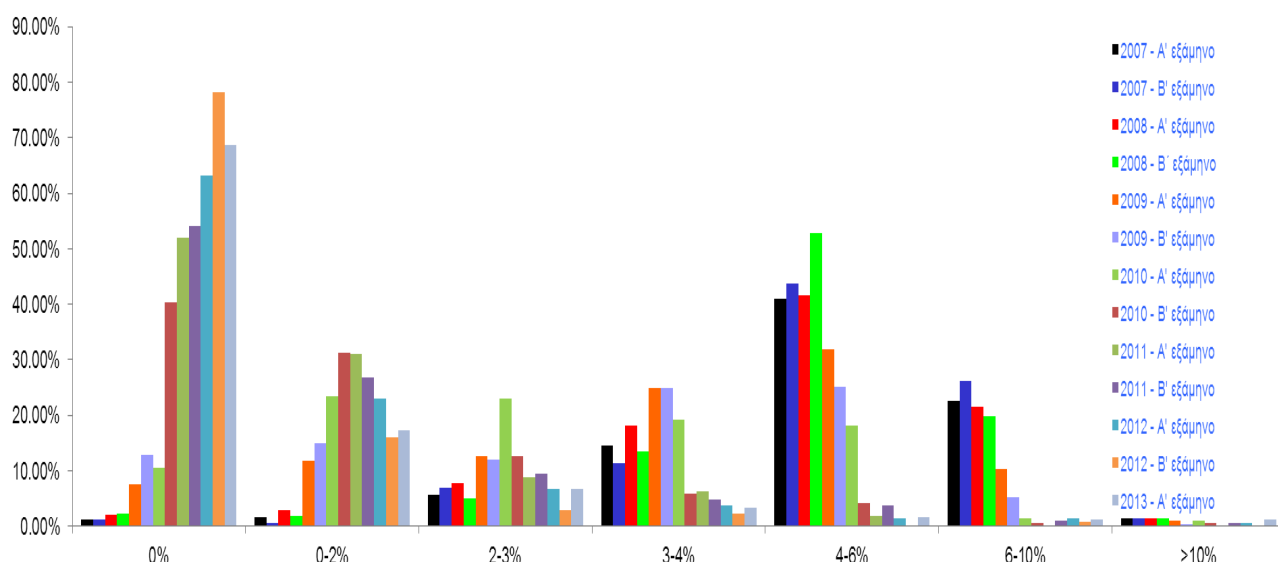
Σχήμα 11β - Αισιοδοξία για το Μέλλον της Επιχείρησης / Συγκριτικά αποτελέσματα

Παρατηρώντας τους 7 προηγούμενους κύκλους της έρευνας διαπιστώνεται μια σταθερή μείωση στα επίπεδα αισιοδοξίας με ταυτόχρονη αύξηση του ποσοστού που δηλώνει απαισιόδοξο για το μέλλον της επιχείρησής τους. Σε αυτόν τον κύκλο υπάρχει μεγάλη άνοδο στο ποσοστό αισιοδοξίας για το επόμενο εξάμηνο, προσεγγίζοντας τα επίπεδα αισιοδοξίας του 2009.

Ο αντίκτυπος της οικονομικής κρίσης όπως αυτός αποτυπώνεται από τις επιχειρήσεις, καταγράφεται στο κεφάλαιο 7.



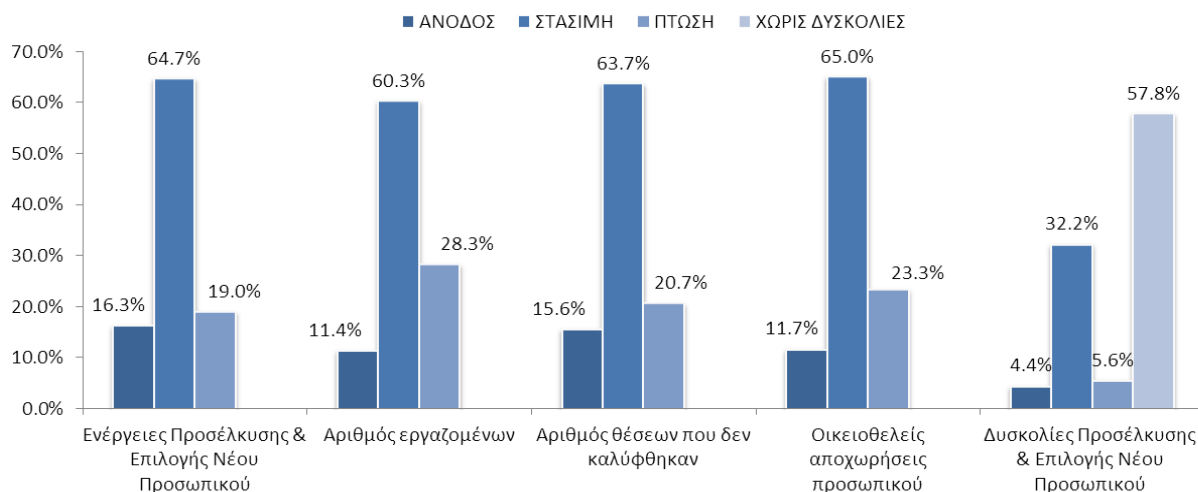
Σχήμα 12α - Ποσοστό Αύξησης Μισθών (τελευταίοι 12 μήνες/ επόμενοι 12 μήνες)



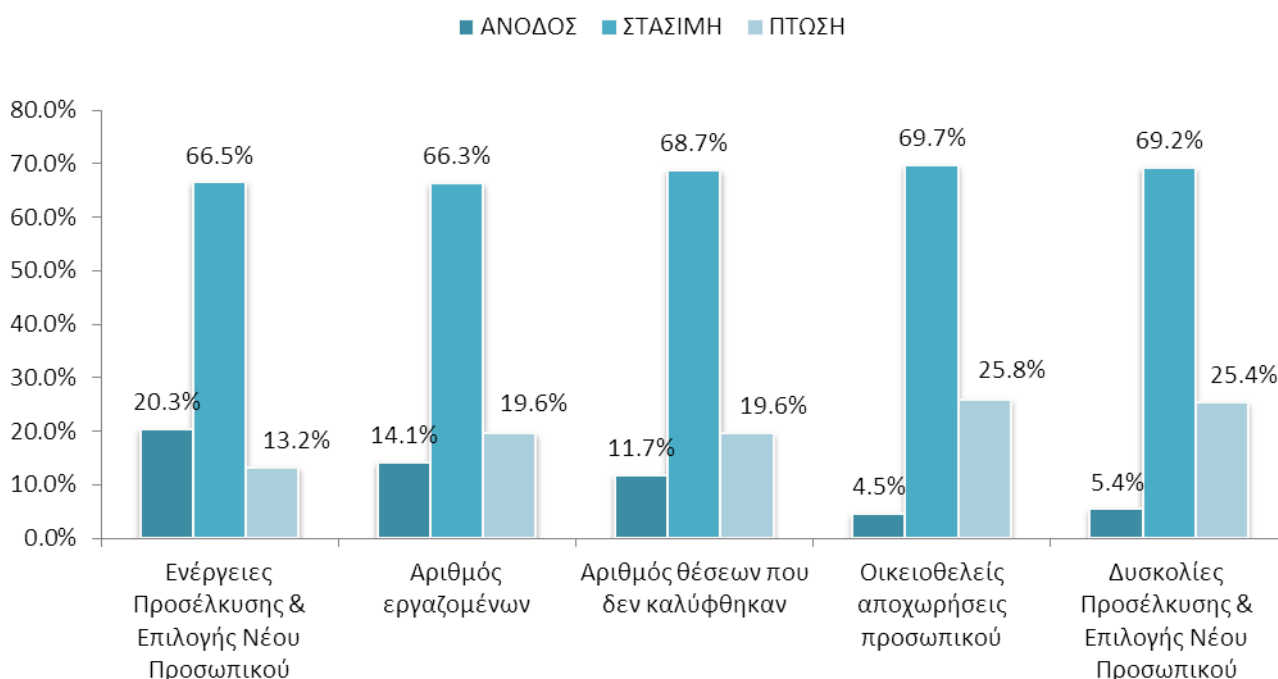
Σχήμα 12β - Ποσοστό Αύξησης Μισθών (πρόβλεψη για τους επόμενους 12 μήνες) / Συγκριτικά αποτελέσματα

Το 68,7% δεν θα προβεί σε αυξήσεις τους επόμενους 12 μήνες, και μόνο το 24% θα δώσει αυξήσεις έως 3%. Τα επίπεδα μισθών έχουν μειωθεί σταδιακά από το 2008 και μετά, όπως ήταν αναμενόμενο. Παρόλο που ο δείκτης προσέγγισε τα επίπεδα του 2009, οι αυξήσεις μισθών δεν πλησιάζουν καθόλου τα ποσοστά εκείνης της περιόδου. Αντίστοιχα στο κεφάλαιο 7 αναφέρονται και τα ποσοστά των εταιριών που προχώρησαν σε μειώσεις μισθών.

Αναζήτηση Διοικητικού και Εξειδικευμένου Προσωπικού



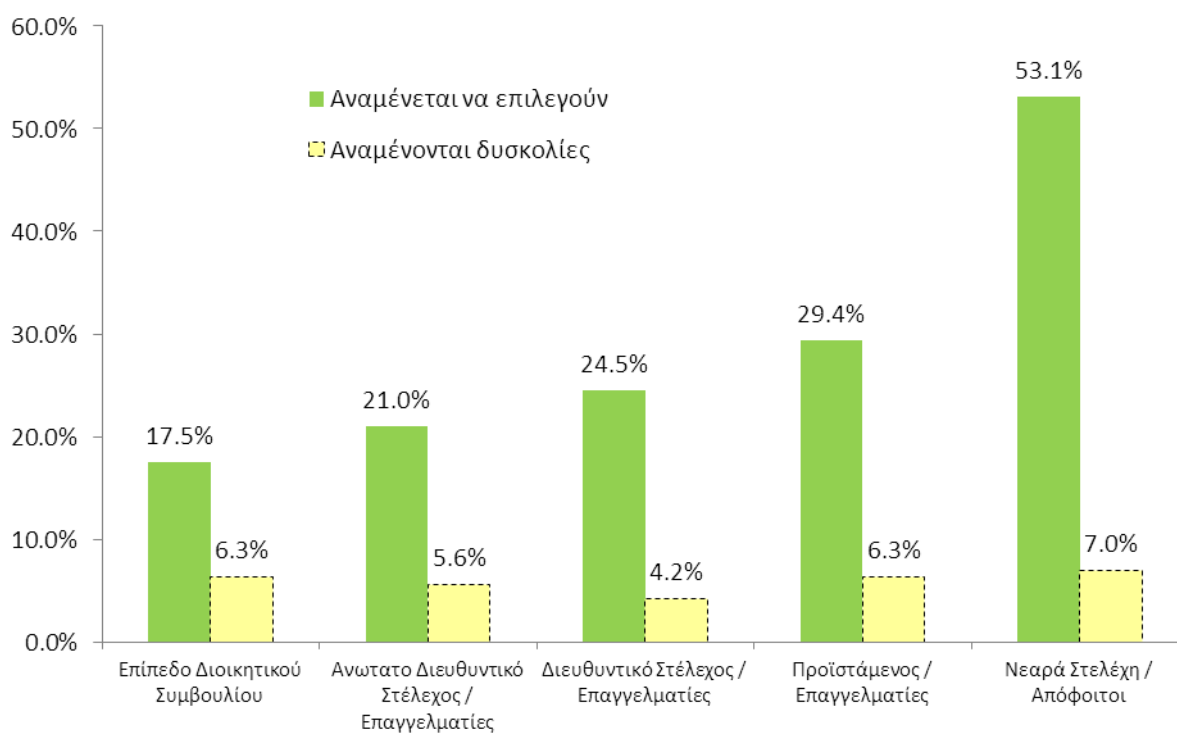
Σχήμα 13 - Τελευταίοι 6 μήνες



Σχήμα 14 - Μελλοντικές Προσδοκίες

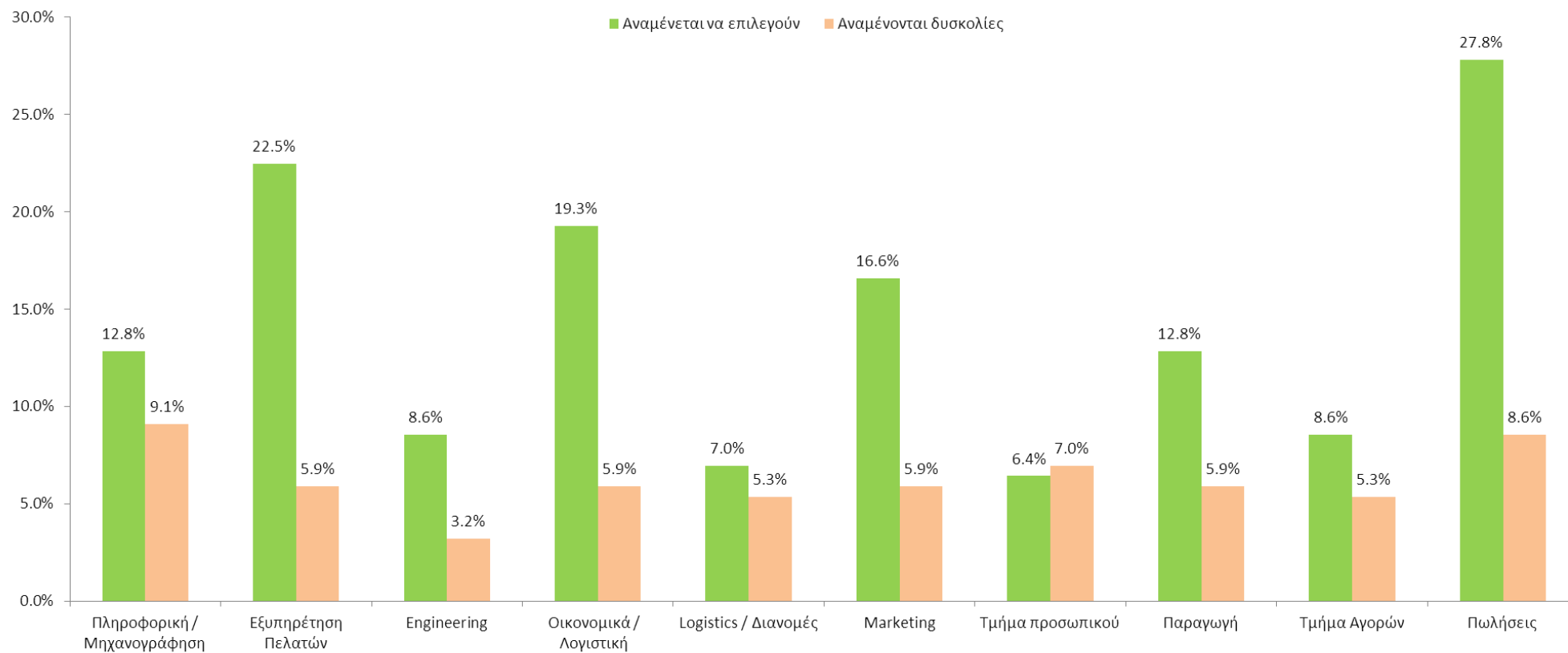
Οι προσδοκίες του περασμένου εξαμήνου αναφορικά με την αναζήτηση Διευθυντικού και Εξειδικευμένου προσωπικού επιβεβαιώνονται στο σχήμα 13, με τις εταιρείες να παραμένουν κυρίως στάσιμες σε όλες τις δραστηριότητες. Στασιμότητα θα επικρατήσει ως επί το πλείστον και σε όλες τις ενέργειες προσέλκυσης & επιλογής Εξειδικευμένου και Διευθυντικού Προσωπικού καθώς και στις οικειοθελείς αποχωρήσεις και κατά τη διάρκεια του επόμενου εξαμήνου. Μια μικρή βελτίωση παρατηρείται στα ποσοστά ανόδου συγκριτικά με το περασμένο εξάμηνο.

Μέθοδοι Προσέλκυσης - Προγραμματισμός



Σχήμα 15 - Επίπεδα Θέσεων (%)

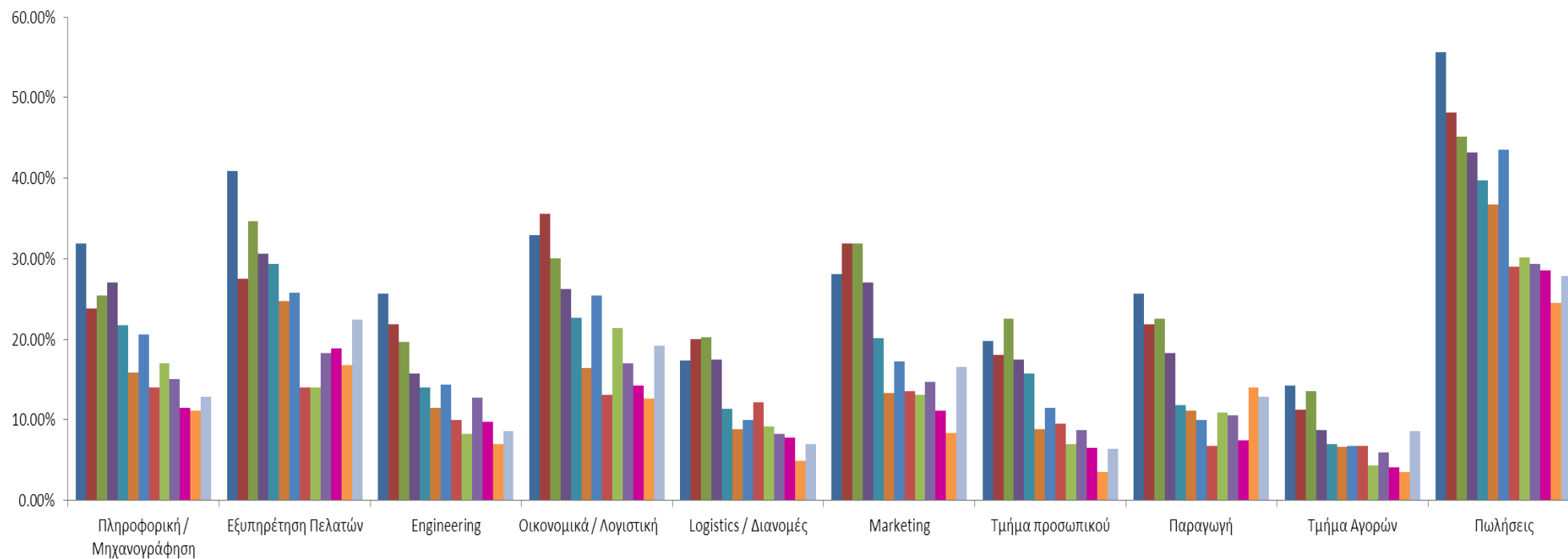
Τα Νεαρά Στελέχη/απόφοιτοι εξακολουθούν να αποτελούν προτεραιότητα για τις επιχειρήσεις, σε ποσοστό (53.1%). Οι εταιρείες δεν αναμένουν ιδιαίτερες δυσκολίες κατά την προσέλκυση και επιλογή νέου προσωπικού.



Σχήμα 16 - Τομείς Απασχόλησης / Τάσεις επόμενου εξαμήνου

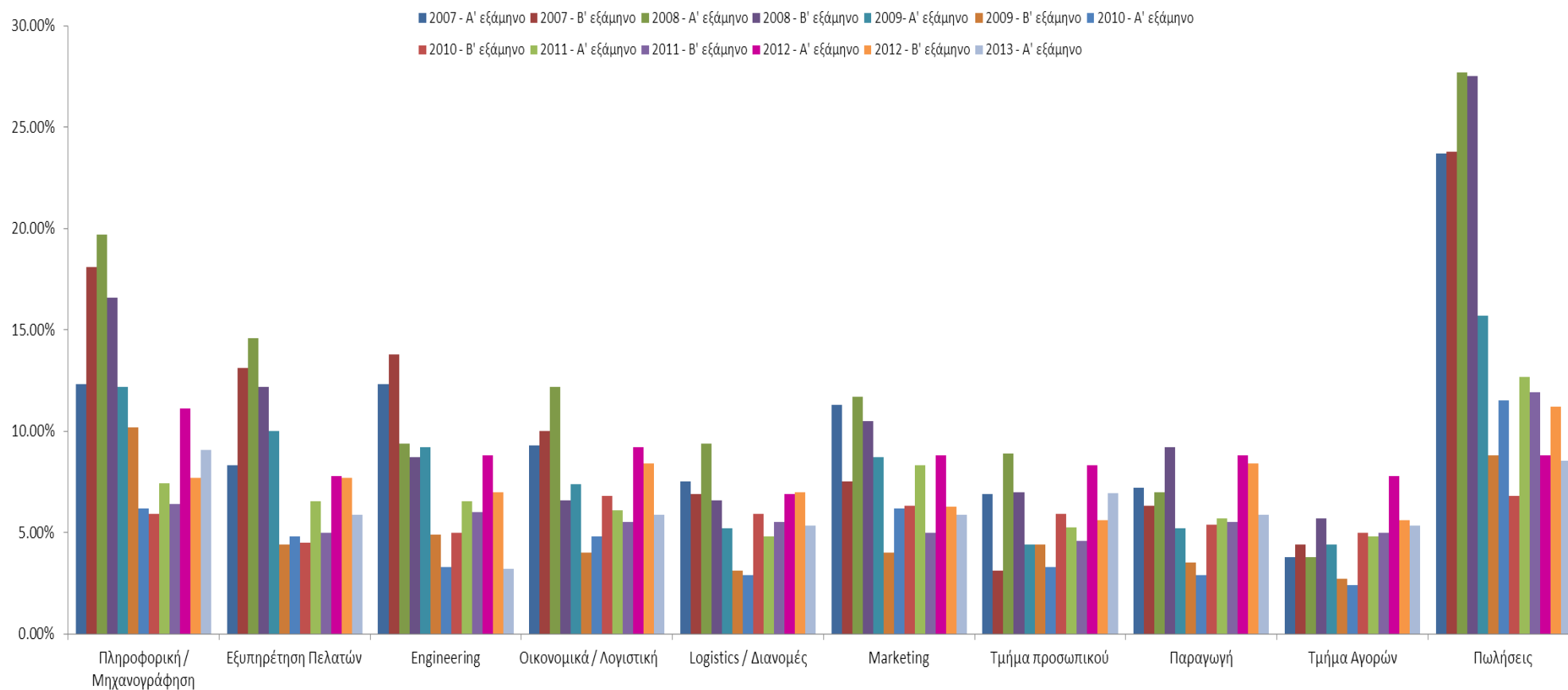
Υψηλότερα ποσοστά καταγράφουν οι τομείς των Πωλήσεων, της Εξυπηρέτησης Πελατών, των Οικονομικών/Λογιστικής και του Marketing. Οι δυσκολίες στην προσέλκυση και επιλογή στελεχών παρουσιάζονται στα ίδια επίπεδα σε σύγκριση με το προηγούμενο εξάμηνο αλλά αναμένονται και πάλι χαμηλές κάτω από 10% για σχεδόν όλους τους τομείς απασχόλησης των εταιρειών.

■ 2007 - Α' εξάμηνο ■ 2007 - Β' εξάμηνο ■ 2008 - Α' εξάμηνο ■ 2008 - Β' εξάμηνο ■ 2009 - Α' εξάμηνο ■ 2009 - Β' εξάμηνο ■ 2010 - Α' εξάμηνο
 ■ 2010 - Β' εξάμηνο ■ 2011 - Α' εξάμηνο ■ 2011 - Β' εξάμηνο ■ 2012 - Α' εξάμηνο ■ 2012 - Β' εξάμηνο ■ 2013 - Α' εξάμηνο



Σχήμα 17 - Τομείς Απασχόλησης / Αναμένεται να επιλεγούν (συγκριτικά αποτελέσματα)

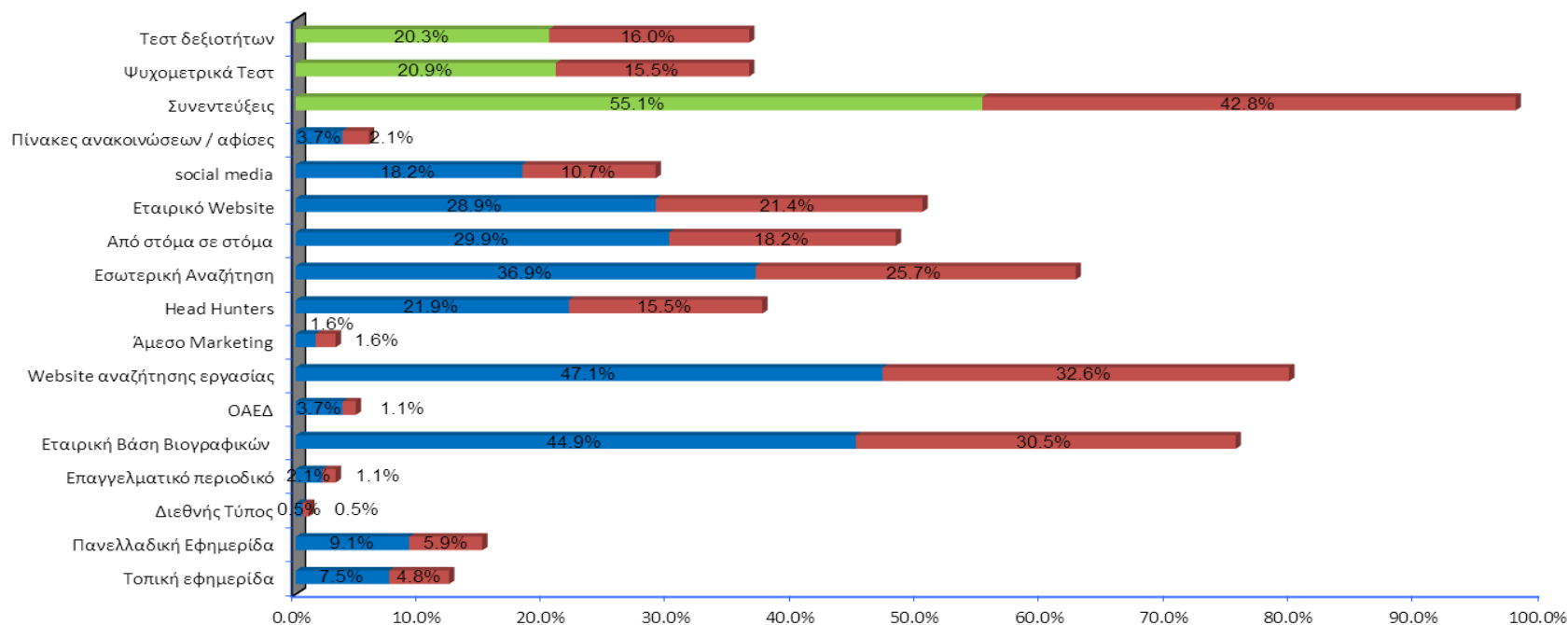
Συγκριτικά με το προηγούμενο εξάμηνο οι τάσεις αναζήτησης στελεχών παραμένουν χαμηλές σε όλους τους τομείς αυξημένες μεν αλλά χαμηλές όπως η γενική τάση. Ο τομέας του Marketing και των Οικονομικών δείχνουν ότι έχουν υψηλότερη ζήτηση αυτό το εξάμηνο συγκριτικά με το προηγούμενο.



Σχήμα 18 - Τομείς Απασχόλησης / Αναμένονται δυσκολίες (συγκριτικά αποτελέσματα)

Οι δυσκολίες προσέλκυσης νέου προσωπικού παρουσιάζονται μειωμένες για σχεδόν όλους τους τομείς εκτός της πληροφορικής και του τμήματος προσωπικού και παραμένουν αισθητά χαμηλές συγκριτικά με προηγούμενες χρονιές (πριν από το 2008).

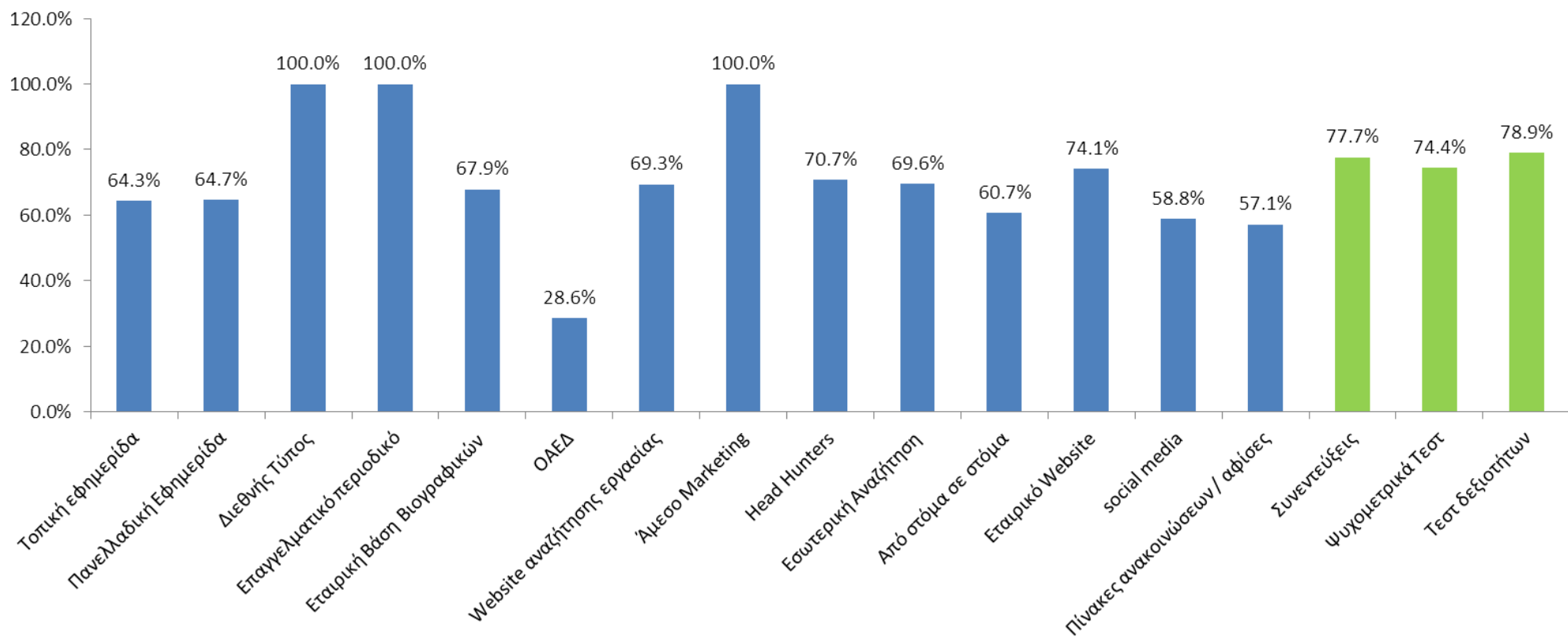
■ Χρησιμοποιήθηκε ■ Επιτυχημένη



Σχήμα 19α - Μέθοδοι Προσέλκυσης / Εργαλεία Επιλογής

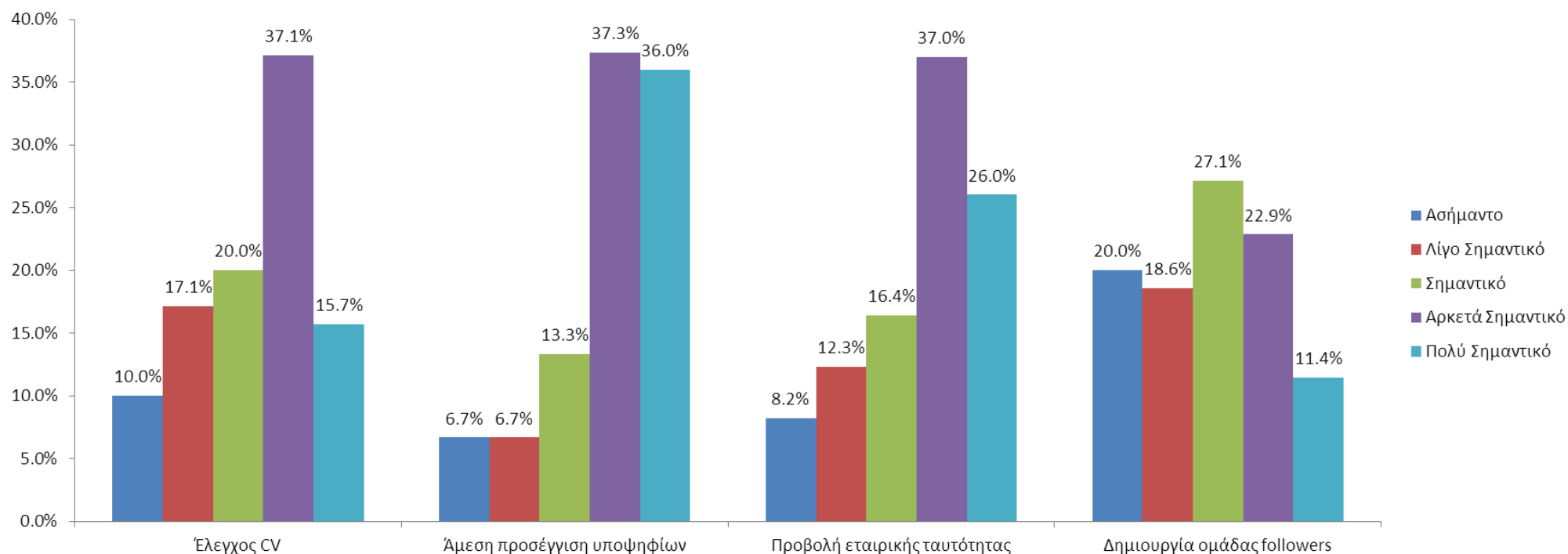
Οι μέθοδοι που παραμένουν περισσότερο δημοφιλείς στη διαδικασία της προσέλκυσης και επιλογής προσωπικού είναι τα website αναζήτησης εργασίας, οι εταιρικές βάσεις βιογραφικών, η ενδο-εταιρική αναζήτηση για εσωτερική κάλυψη θέσεων, τα εταιρικά web sites και η μέθοδος αναζήτησης που σχετίζεται με το κοινωνικό περιβάλλον των εργαζομένων (από στόμα σε στόμα). Τα Social Media (Linkedin etc) παρουσιάζονται υψηλότερα στις προτιμήσεις των εταιρειών συγκριτικά με το προηγούμενο εξάμηνο.

Οι συνεντεύξεις αποτελούν το πιο δημοφιλές εργαλείο (πράσινες μπάρες) κατά την διαδικασία επιλογής νέου προσωπικού (55.1%). Το 20.9% των εταιρειών χρησιμοποίησε ψυχομετρικά εργαλεία (τεστ αριθμητικά, τεστ προσωπικότητας κλπ), ενώ το 20.3% χρησιμοποίησε τεστ δεξιοτήτων (γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών, ξένων γλωσσών κλπ)



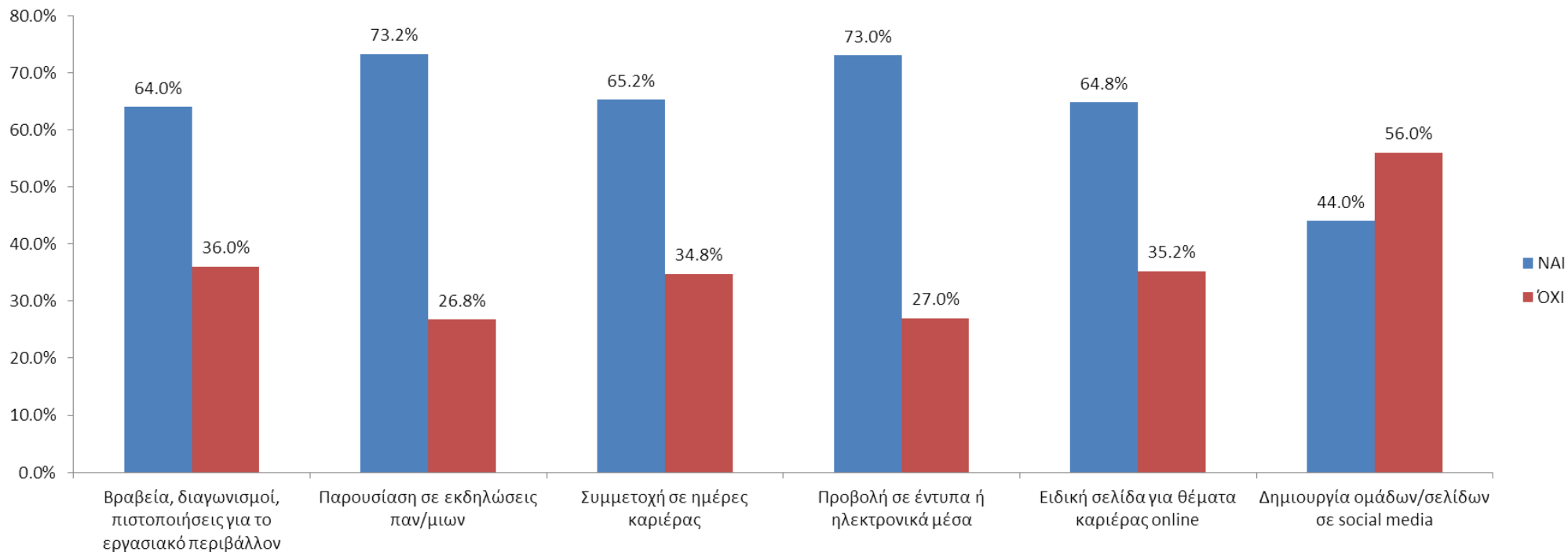
Σχήμα 19β- Μέθοδοι Προσέλκυσης / Εργαλεία Επιλογής—Ποσοστό Επιτυχίας

Οι δύο πιο επιτυχημένες μέθοδοι σε σχέση με το πλήθος των εταιριών που την χρησιμοποίησαν είναι το εταιρικό website και οι head hunters ενώ τα τεστ δεξιοτήτων παρουσιάζονται ως πιο επιτυχημένα εργαλεία επιλογής προσωπικού συγκριτικά με τις συνεντεύξεις.



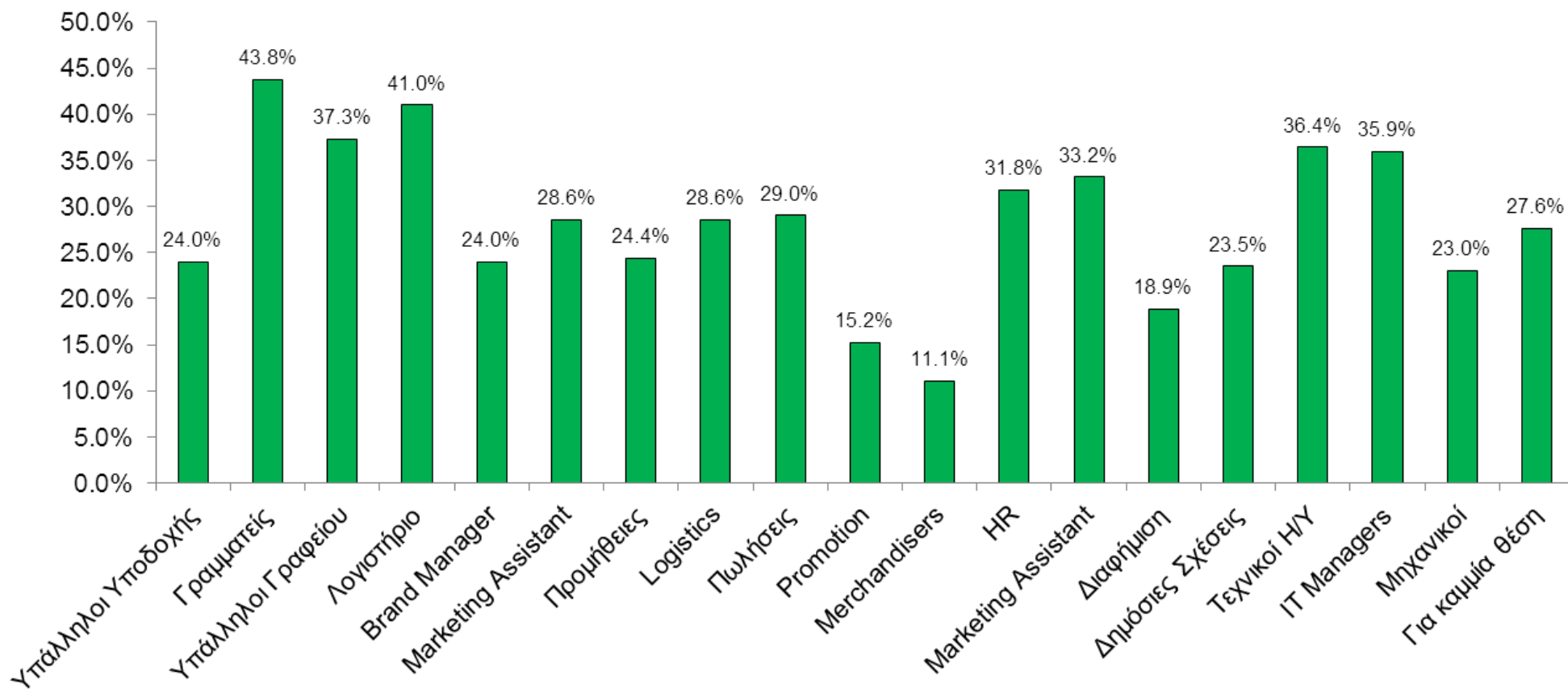
Σχήμα 19γ - Μέθοδος Προσέλκυσης Social Media (LinkedIn, FB, Twitter, Branchout κλπ) — Για ποιους λόγους οι εταιρείες τα χρησιμοποιούν

Ένας από τους βασικούς λόγους που μια εταιρεία επιλέγει να χρησιμοποιήσει social media για την προσέλκυση και επιλογή προσωπικού είναι η προβολή της εταιρικής της ταυτότητας καθώς και η άμεση προσέγγιση υποψηφίων. Το 52.8% των εταιρειών που απάντησαν στην έρευνα θεωρούν πολύ και αρκετά σημαντική την χρήση social media για τον έλεγχο των βιογραφικών των υποψηφίων, ενώ το 63% επιθυμεί να προβάλλει την εταιρική τους ταυτότητα μέσω αυτών των καναλιών επικοινωνίας.



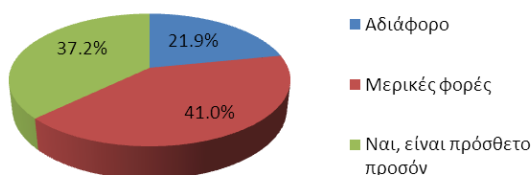
Σχήμα 19δ - Ανάπτυξη Εταιρικής Ταυτότητας ως εργοδότης επιλογής— Τρόποι / εργαλεία

Στην ερώτηση πώς οι εταιρείες αναπτύσσουν την εταιρική τους ταυτότητα ως εργοδότης επιλογής, πάνω από 60% των απαντήσεων αναφέρθηκαν στην προβολή σε έντυπα ή ηλεκτρονικά μέσα, σε συμμετοχή σε ημέρες καριέρας, σε παρουσιάσεις σε εκδηλώσεις Πανεπιστημίων καθώς και στην δημιουργία εταιρικής σελίδας online που εστιάζει σε θέματα καριέρας. Με αυτά τα εργαλεία οι εταιρείες προωθούν την εταιρική τους ταυτότητα και το εργασιακό τους περιβάλλον και προσελκύουν περισσότερα ικανά στελέχη και ταλέντα (υποψηφίους).

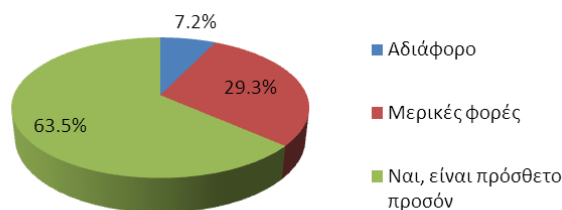


Σχήμα 20 - Αγγελίες για θέσεις που περιλαμβάνουν ως βασική ή επιθυμητή προϋπόθεση την πιστοποίηση γνώσης Η/Υ

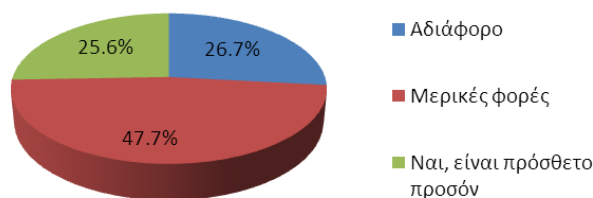
Οι εταιρείες που συμμετείχαν στην έρευνα ερωτήθηκαν εάν στις αγγελίες που δημοσιεύουν για νέους εργαζόμενους, περιλαμβάνουν ως βασική ή επιθυμητή προϋπόθεση την ύπαρξη πιστοποιητικού γνώσης Η/Υ. Γύρω στο 40% των εταιρειών απάντησε ότι στις αγγελίες που αφορούν θέσεις γραμματείας, λογιστηρίου, υπάλληλους γραφείου και τεχνικούς Η/Υ ζητούν πιστοποιημένη γνώση Η/Υ.



A. Ύπαρξη πιστοποιητικού χρήσης εφαρμογών γραφείου Η/Υ ECDL Core, ECDL Expert ή αντίστοιχα



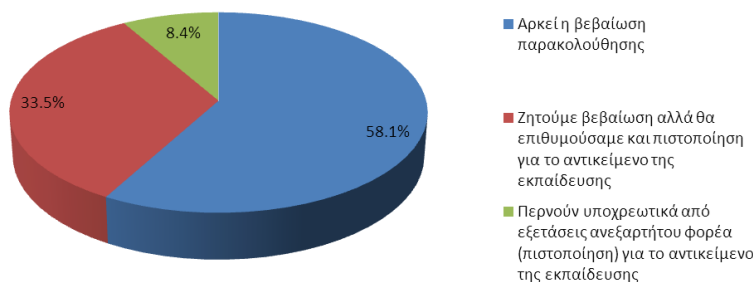
B. Ύπαρξη πιστοποιητικού αγγλικής γλώσσας: Cambridge, Michigan, City & Guilds



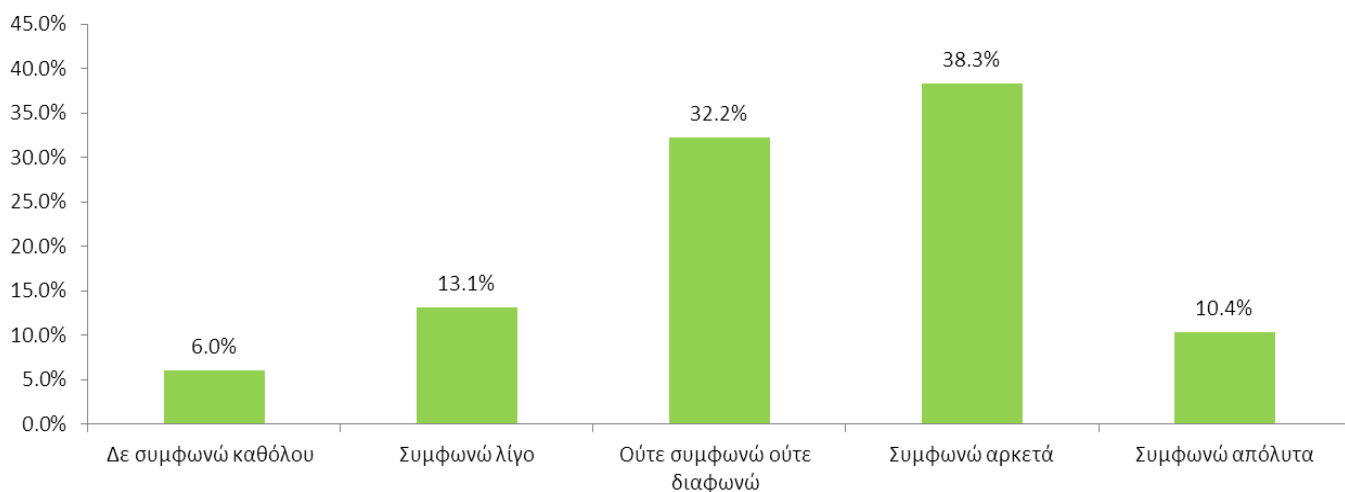
Γ. Ύπαρξη πιστοποιητικού για άλλες επαγγελματικές γνώσεις (π.χ. εξυπηρέτησης πελατών: City & Guilds Customer Service κλπ.)

Σχήμα 21 Α, Β και Γ - Σημαντικότητα ύπαρξης Πιστοποίησης της γνώσης χρήσης Η/Υ στην τελική επιλογή νέων στελεχών

Η πλειοψηφία των εταιρειών του δείγματος κρίνει σημαντική την ύπαρξη πιστοποίησης γνώσης Η/Υ, αγγλικών ή άλλων επαγγελματικών δεξιοτήτων σε κάποιες περιπτώσεις για την τελική επιλογή νέου προσωπικού. Έπειτα από εταιρικά εκπαιδευτικά σεμινάρια οι εταιρείες στην πλειοψηφία τους αρκούνται σε μια απλή βεβαίωση παρακολούθησης ενώ το 33.5% θα προτιμούσε πέρα από την βεβαίωση να υπήρχε και πιστοποίηση στο αντικείμενο της εκπαίδευσης.

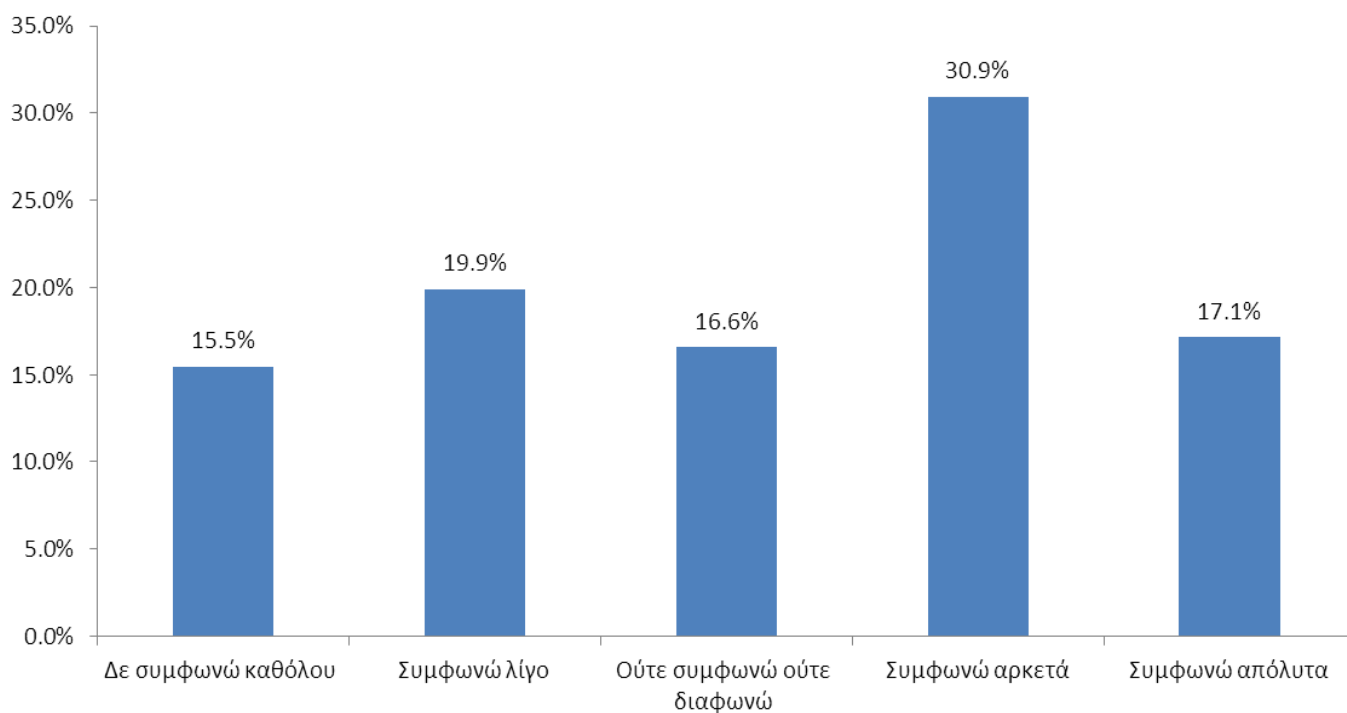


Σχήμα 22 - Διασφάλιση γνώσης νέων δεξιοτήτων έπειτα από εταιρικά εκπαιδευτικά σεμινάρια



Σχήμα 23 - Η ύπαρξη μεταπτυχιακού τίτλου παίζει καθοριστικό ρόλο στην επιλογή προσωπικού;

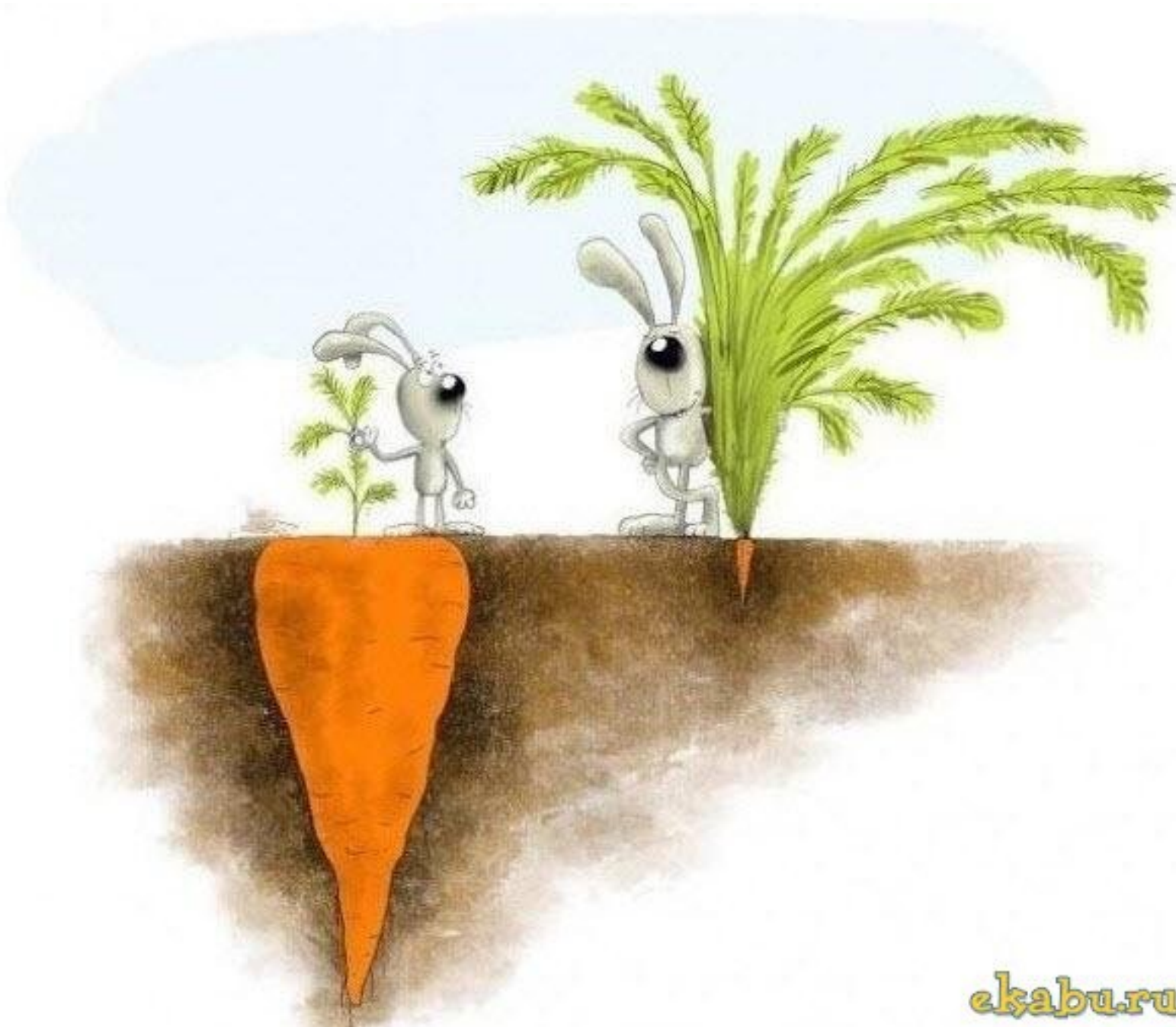
Η ύπαρξη μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, όπως φαίνεται και από το παραπάνω διάγραμμα, παίζει σημαντικό ρόλο κατά τη διαδικασία επιλογής προσωπικού στην πλειοψηφία των εταιρειών του δείγματος.



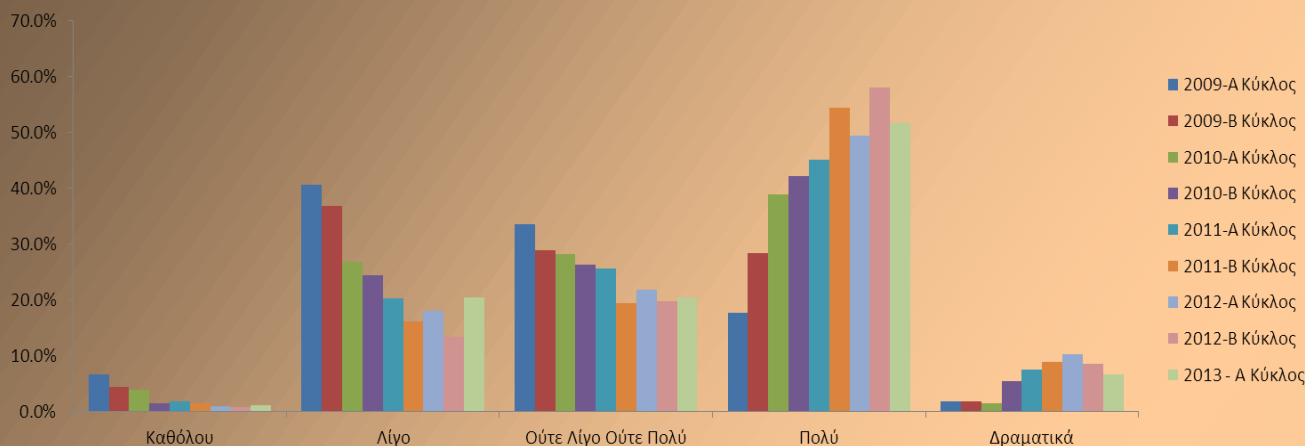
Σχήμα 24 - Η εταιρεία επενδύει στη προσωπική ανάπτυξη εργαζομένων χρηματοδοτώντας μεταπτυχιακά προγράμματα σπουδών

Το 48% των εταιρειών του δείγματος επενδύει στην προσωπική ανάπτυξη των εργαζομένων χρηματοδοτώντας μεταπτυχιακά προγράμματα σπουδών

Στρατηγικές Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού—Employer Brand

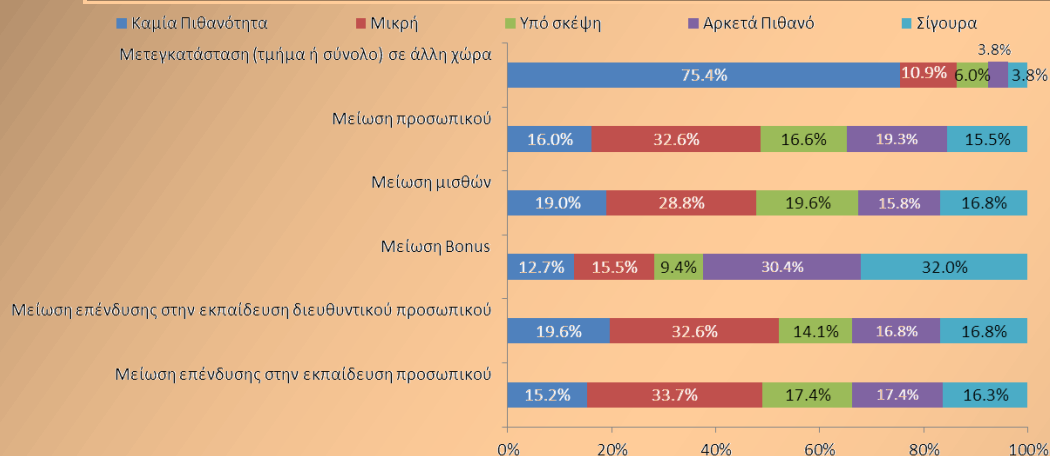


ekabu.ru



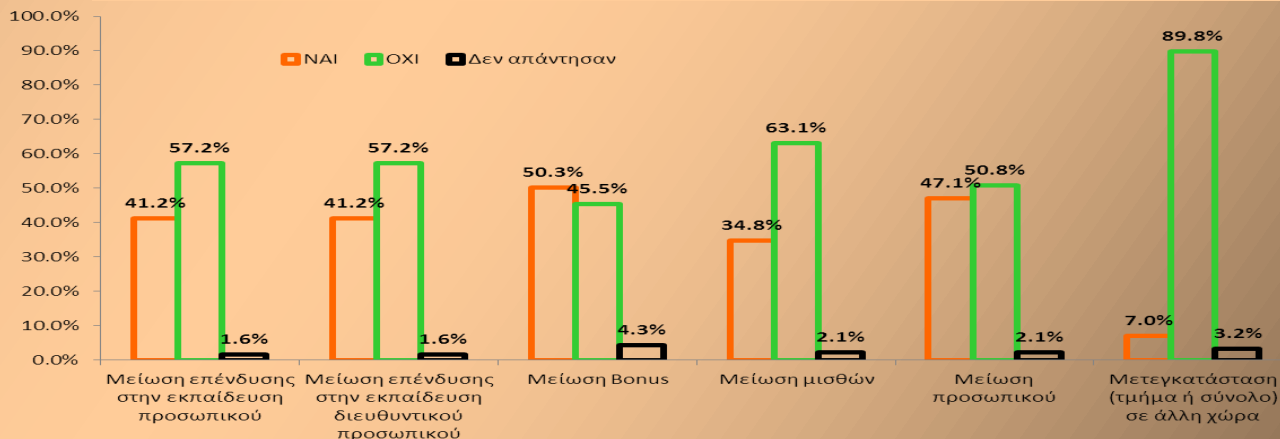
Σχήμα 25 - Σε ποιο βαθμό έχει επηρεάσει η οικονομική κρίση την επιχείρησή σας;

Το 58.1% των εταιρειών δηλώνει ότι έχει επηρεαστεί πολύ ή και δραματικά από την παρούσα οικονομική κρίση. Μόνο το 1.1% των εταιρειών δηλώνει ότι έχει μείνει τελείως ανεπηρέαστο.



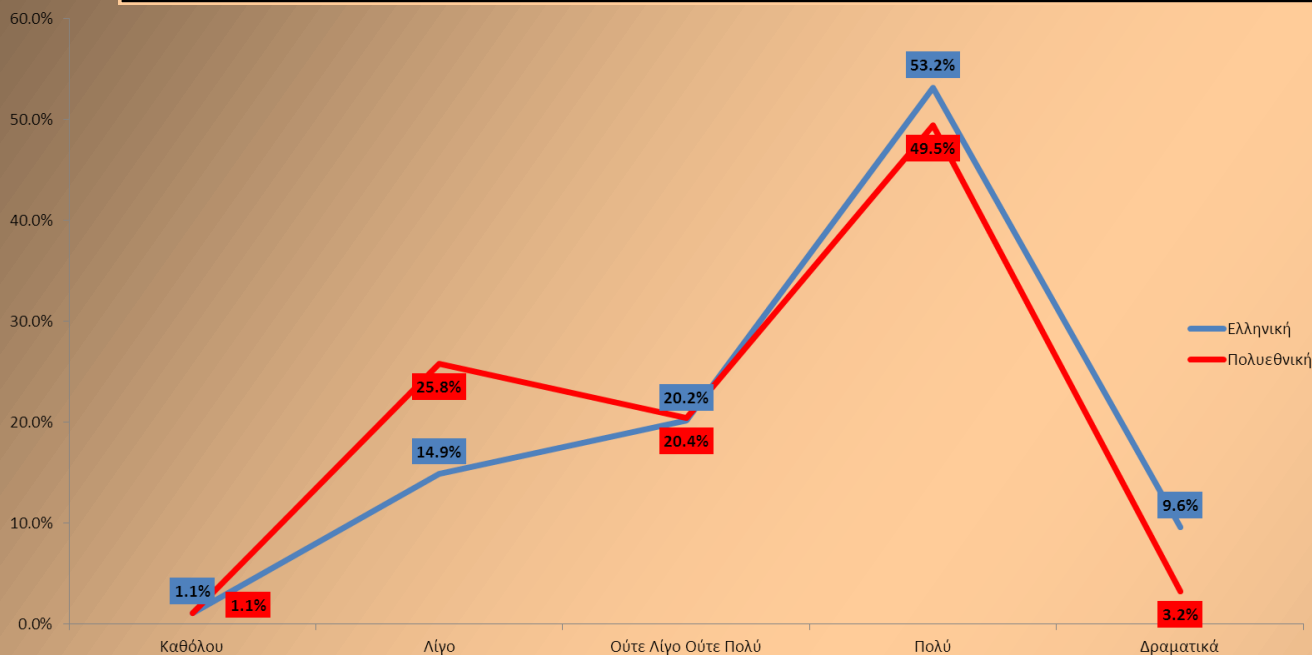
Σχήμα 26 - Πόσο πιθανό είναι η επιχείρησή σας να προβεί στις παραπάνω ενέργειες;

Το 33.6% των εταιρειών θεωρεί πιθανό ή πολύ πιθανό να μειώσει την εκπαίδευση των εργαζομένων τους, ενώ στο 33.7% των εταιρειών θα επηρεαστεί αρνητικά και η εκπαίδευση των διευθυντικών στελεχών. Το 32.6% θα προβεί σε μειώσεις μισθών (το 19.6% το σκέφτεται επίσης). Το 7.6% μόνο των εταιρειών σκέφτεται να μετεγκαταστήσει τμήμα ή ολόκληρη την εταιρεία στο εξωτερικό (ποσοστό μειωμένο συγκριτικά με το προηγούμενο εξάμηνο).



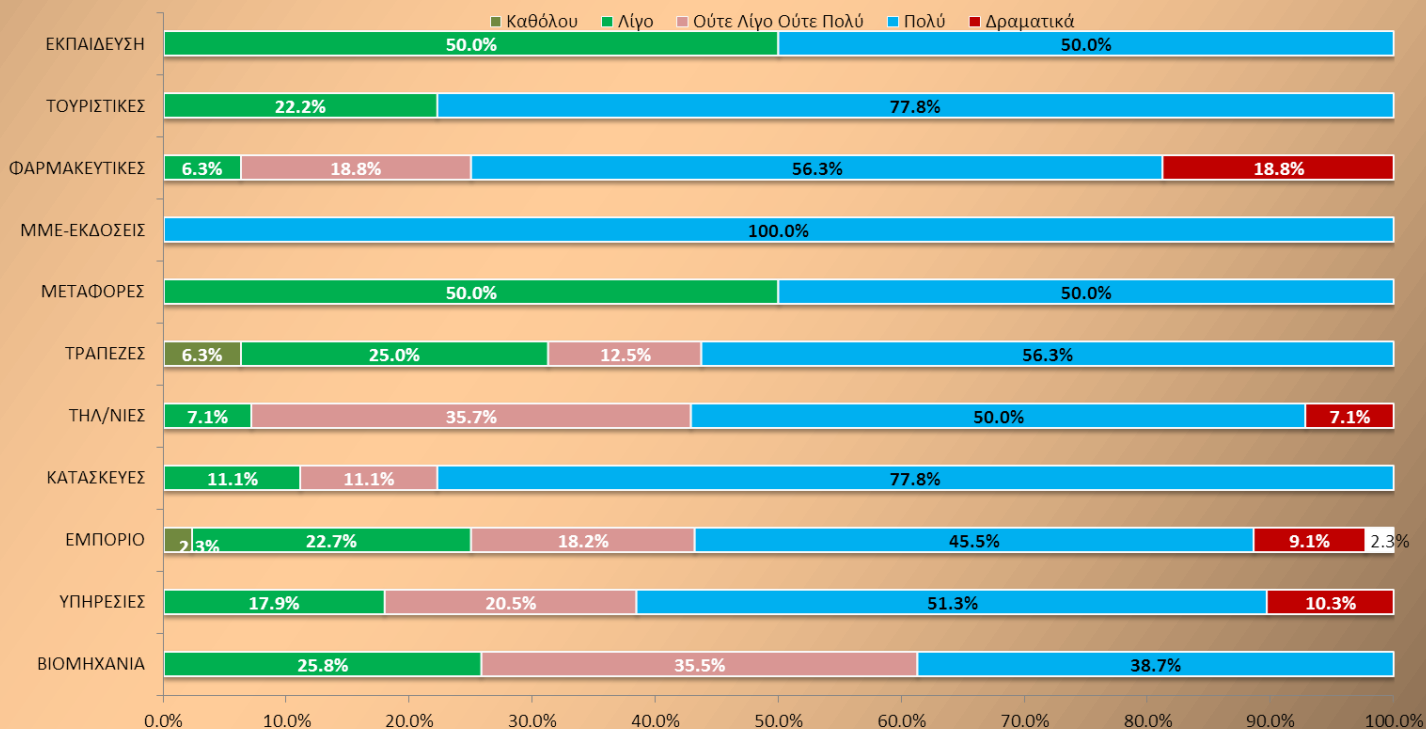
Σχήμα 27 - Τους Τελευταίους 6 μήνες έχει προβεί η επιχείρησή σας σε κάποια από αυτές τις ενέργειες;

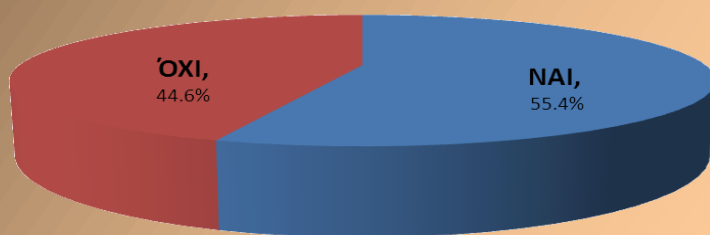
Κατά τους τελευταίους 6 μήνες το 50.3% των εταιρειών έχει μειώσει τα μπόνους, ενώ η επένδυση σε εκπαίδευση τόσο για τη μεγάλη μερίδα του προσωπικού όσο και για τα διευθυντικά στελέχη έχει μειωθεί σε ποσοστό 41.2%. Το 47.1% των εταιρειών έχει προβεί σε απολύσεις ενώ το 34.8% έχει μειώσει μισθούς.



Σχήμα 28Α & 28Β - Σε ποιο βαθμό έχει επηρεάσει η οικονομική κρίση την επιχείρησή σας; (Ελληνικές - Πολυεθνικές και ανά κλάδο)

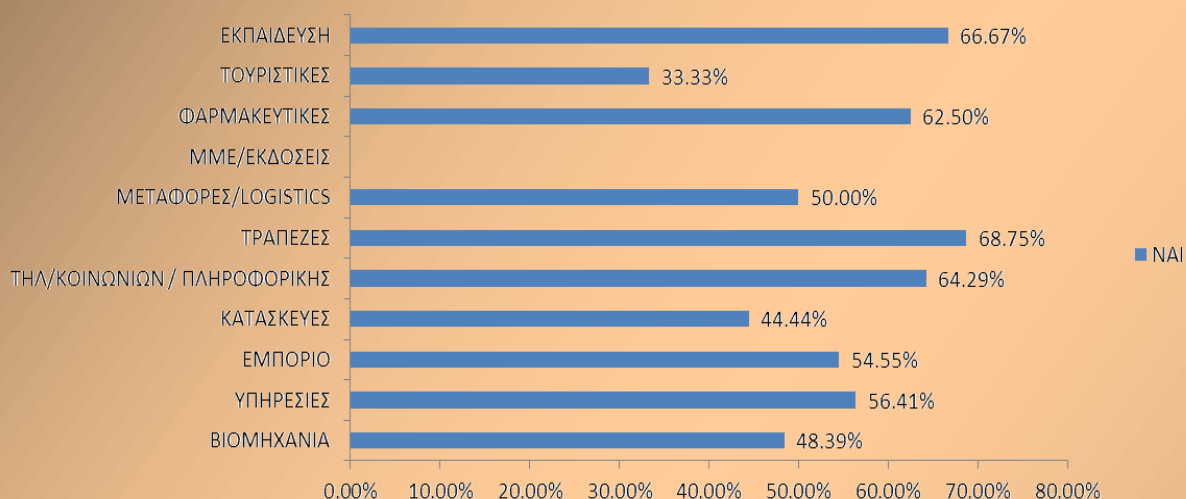
Περισσότερο έχουν επηρεαστεί οι ελληνικές επιχειρήσεις συγκριτικά με τις πολυεθνικές. Η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει δραματικά περισσότερο τον κλάδο των Φαρμακευτικών, τις υπηρεσίες, το Εμπόριο και τις Τηλεπικοινωνίες.



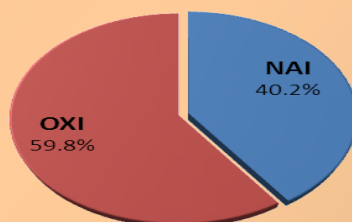


RCI 2013 © ALBA

Σχήμα 29α & 29β - Έχετε ως εταιρεία ένα ξεκάθαρο Employer Brand;



Το 55.4% των εταιρειών δηλώνουν ότι έχουν ένα ξεκάθαρο Employer Brand. Το 68.75% των τραπεζών, το 64.29% των εταιρειών πληροφορικής και το 66.6% των εκπαιδευτικών εταιρειών που συμμετείχαν στην έρευνα δήλωσαν ότι έχουν ξεκάθαρο Employer Brand.

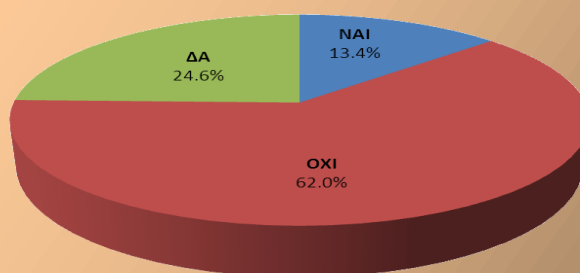


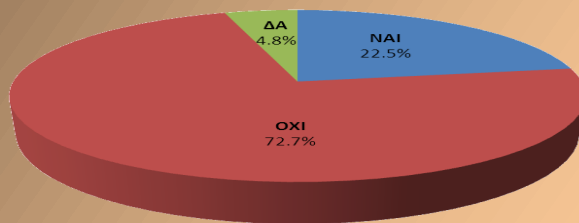
RCI 2013 © ALBA

Σχήμα 30α - Έχετε αναπτύξει μια ξεκάθαρη Πρόταση Αξίας Εργοδότη (Employer Value Proposition);

Το 40.2% των εταιρειών κυρίως εμπορικές και φαρμακευτικές έχουν αναπτύξει μια ξεκάθαρη Πρόταση Αξίας Εργοδότη ήδη, ενώ το 62% των ερωτηθέντων δεν σκοπεύει να το κάνει ούτε το επόμενο δίμηνο

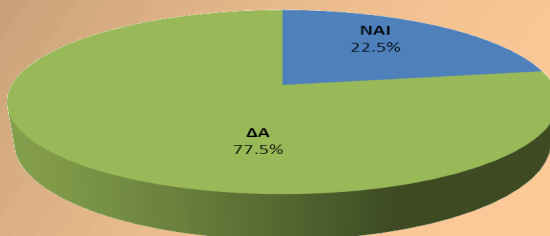
Σχήμα 30β - Αν όχι, σκοπεύετε να το κάνετε μέσα στους επόμενους 6 μήνες;



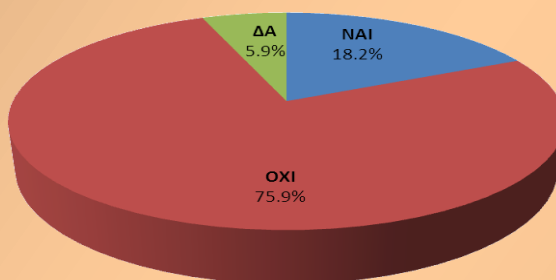


RCI 2013 © ALBA

Σχήμα 31α & 31β - Μπορεί ένας πιθανός υποψήφιος εργαζόμενος να δει την Πρόταση Αξίας Εργοδότη (EVP) της εταιρείας σας στην εταιρική ιστοσελίδα;

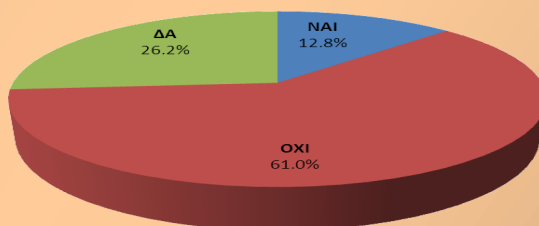


Μόνο το 22.5% των εταιρειών εμφανίζουν ξεκάθαρα το EVP τους στην εταιρική τους ιστοσελίδα. Και το ίδιο ποσοστό σκοπεύει να το κάνει το επόμενο έτη. Το 77.5% δεν απάντησαν καν την ερώτηση.

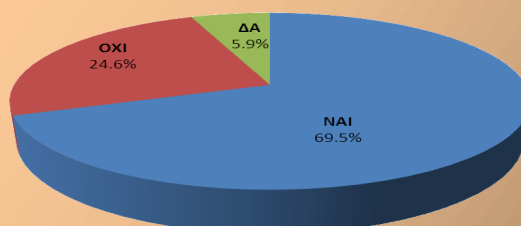


RCI 2013 © ALBA

Σχήμα 32α & β - Έχετε αναπτύξει ένα ξεκάθαρο employer branding tagline, δηλαδή μια φράση-κλειδί που εμπεριέχει την Πρόταση Αξίας Εργοδότη;

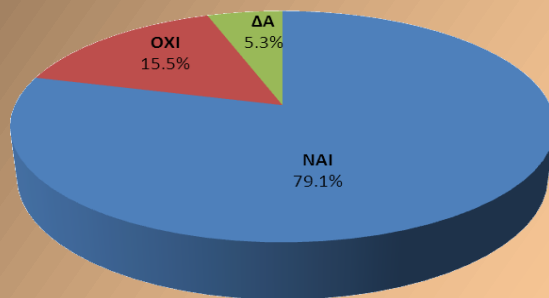


Οι εταιρείες στην πλειοψηφία τους δεν έχουν αναπτύξει μια φράση κλειδί που να εμπεριέχει την πρόταση Αξίας Εργοδότη και δεν προτίθενται να το κάνουν στο επόμενο έτη. Παράλληλα όμως δηλώνουν ότι οι πιθανοί υποψήφιοι γνωρίζουν ξεκάθαρα τι διαφοροποιεί τις εταιρείες από άλλες εταιρείες του κλάδου.



RCI 2013 © ALBA

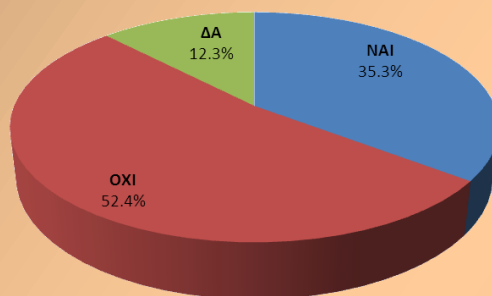
Σχήμα 33 - Είναι ξεκάθαρο σε πιθανούς υποψηφίους τί σας διαφοροποιεί από παρόμοιες εταιρείες του κλάδου σας;



RCI 2013 © ALBA

Σχήμα 34—Μπορούν οι εργαζόμενοι σας να απαντήσουν εύκολα στο ερώτημα σχετικά με το τι σας διαφοροποιεί ως εργοδότη από παρόμοιες εταιρείες του κλάδου σας;

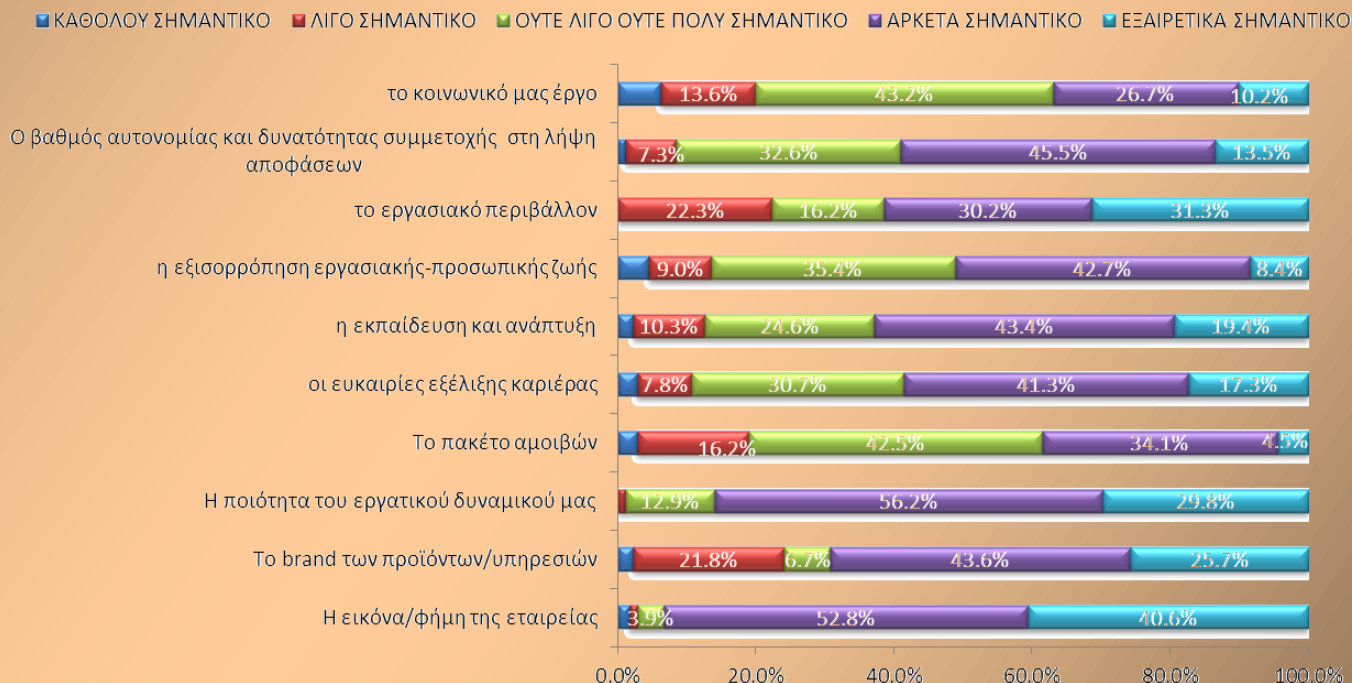
Το 79.1% των εταιρειών πιστεύουν ότι οι εργαζόμενοι εύκολα αναγνωρίζουν τι διαφοροποιεί την εταιρεία ως καλός εργοδότης συγκριτικά με τις άλλες εταιρείες του κλάδου.



RCI 2013 © ALBA

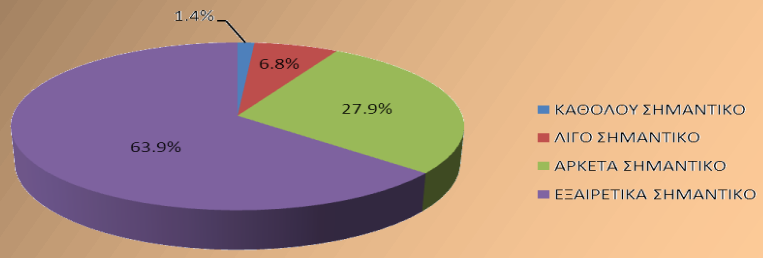
Σχήμα 35—Υπάρχει ευθυγράμμιση του Employer Brand με το Customer Brand;

Μόνο στο 35,3% των εταιρειών υπάρχει ευθυγράμμιση του Employer Brand με το Customer Brand και αυτό κυρίως σε φαρμακευτικές και εμπορικές εταιρείες.



Σχήμα 36—Ποιοι είναι οι σημαντικότεροι παράγοντες που καθιστούν την εταιρεία σας πιο ελκυστική από τους ανταγωνιστές σας για τους υποψήφιους εργαζομένους;

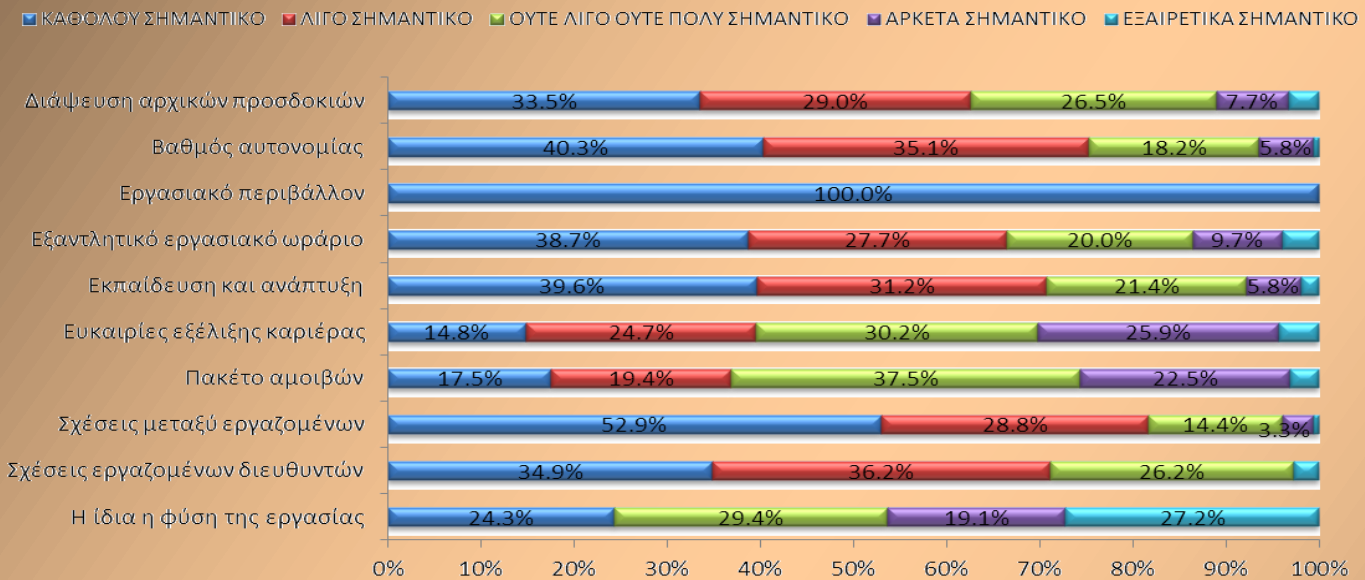
Η φήμη της εταιρείας και το εργασιακό περιβάλλον, τα brands αλλά και η ποιότητα του εργατικού δυναμικού κάνουν την εταιρεία πιο ελκυστική στους υποψηφίους και όχι τόσο το πακέτο αμοιβών και το κοινωνικό της έργο.



RCI 2013 © ALBA

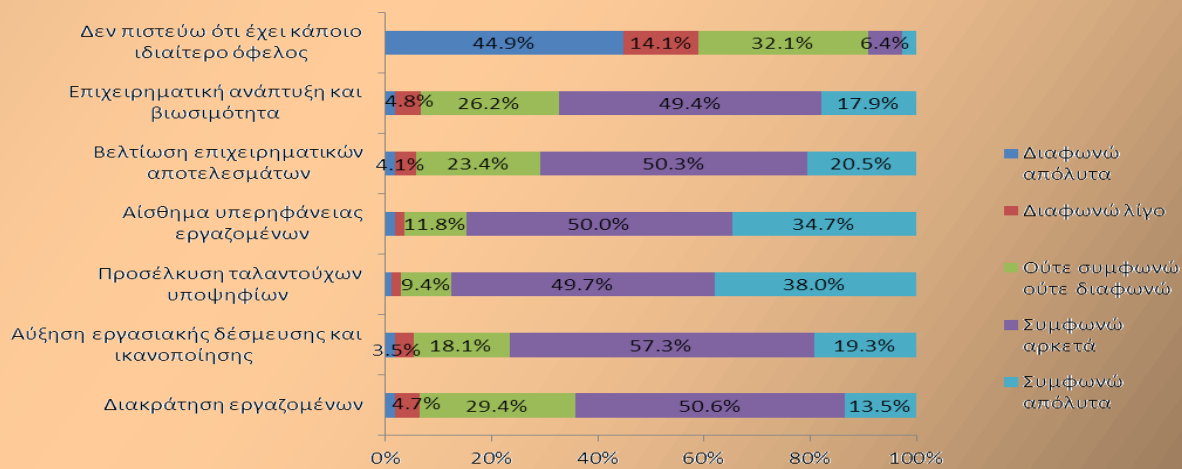
Σχήμα 36β - Πόσο σημαντικό θεωρείτε για μια εταιρεία να έχει ξεκάθαρο Employer Brand;

Η πλειοψηφία των εταιρειών θεωρούν πολύ σημαντικό να υπάρχει ξεκάθαρο employer brand.



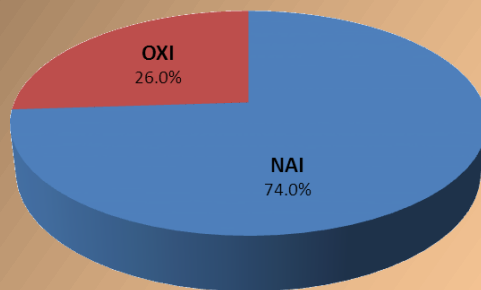
Σχήμα 37α— Ποιοί είναι οι σημαντικότεροι λόγοι για τους οποίους ταλαντούχοι εργαζόμενοι αποχωρούν από την εταιρεία σας;

Αν και το πακέτο αμοιβών δεν κάνουν ελκυστικό έναν εργοδότη όπως απάντησαν οι εταιρείες σε προηγούμενη ερώτηση εν τούτοις είναι ένας από τους λόγους που χάνουν τα talέντα τους. Η ίδια φύση της εργασίας και οι ευκαιρίες εξέλιξης παίζουν το σημαντικότερο ρόλο. Αντίθετα οι εταιρείες πιστεύουν ότι το εργασιακό περιβάλλον και οι σχέσεις μεταξύ των εργαζομένων δεν είναι λόγοι για να αποχωρήσουν τα talέντα.



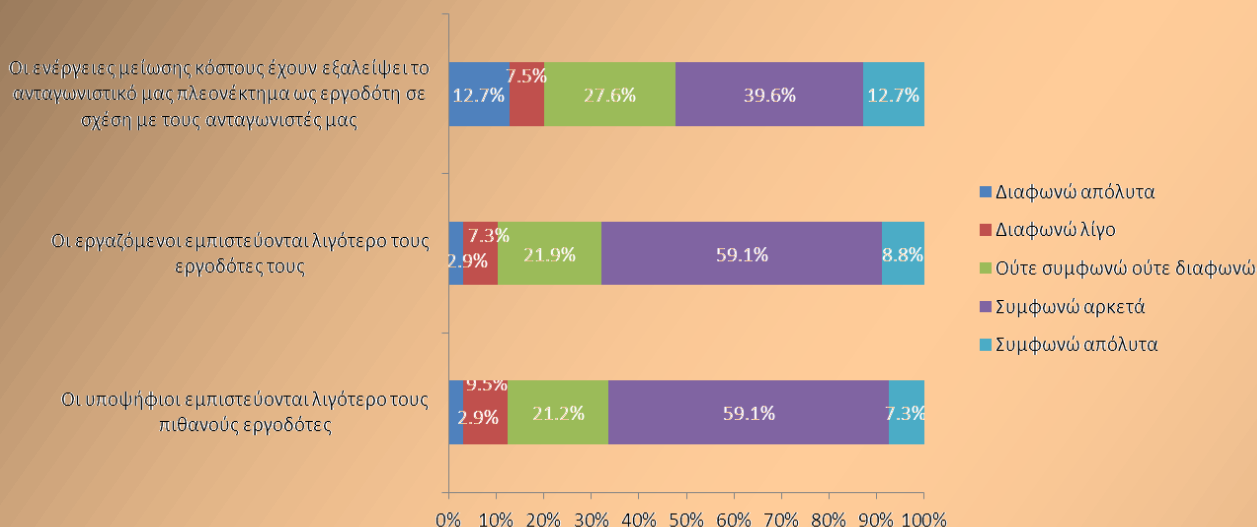
Σχήμα 37β— Ποια οφέλη θεωρείτε ότι έχει μια εταιρεία που έχει ξεκάθαρο Employer Brand;

Το Employer Brand ενισχύει την προσέλκυση ταλέντων, δημιουργεί αίσθημα περηφάνιας, αυξάνει την εργασιακή δέσμευση και ικανοποίηση και ωφελεί την εταιρεία σε όλα τα επίπεδα.

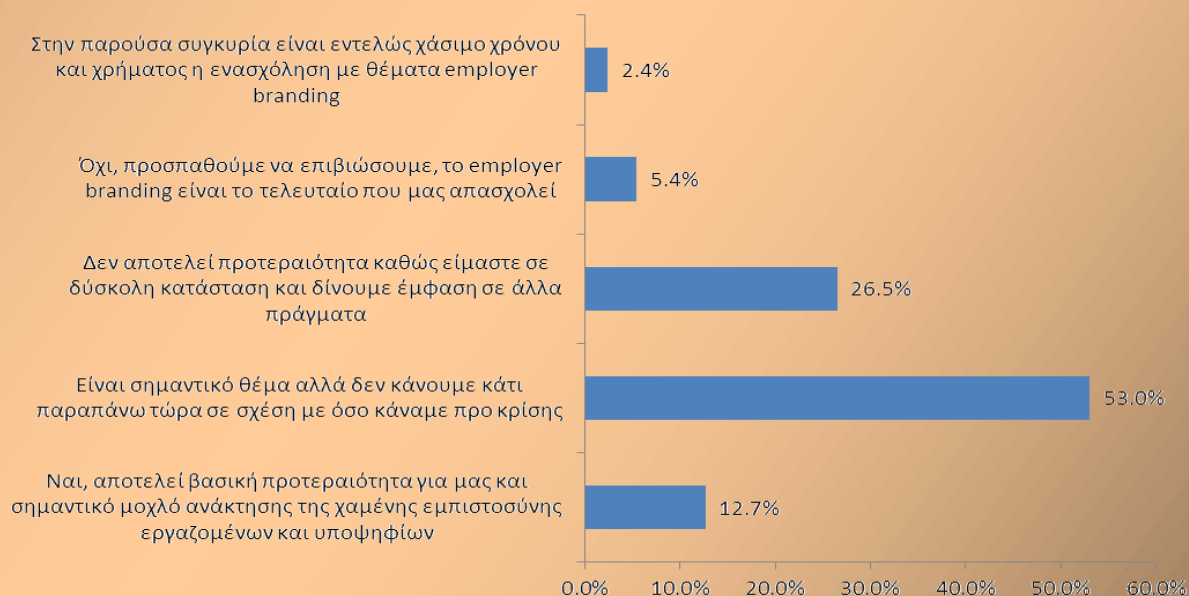


RCI 2013 © ALBA

Σχήμα 38α & β—Πιστεύετε ότι τα employer brands έχουν πληγεί από την κρίση;

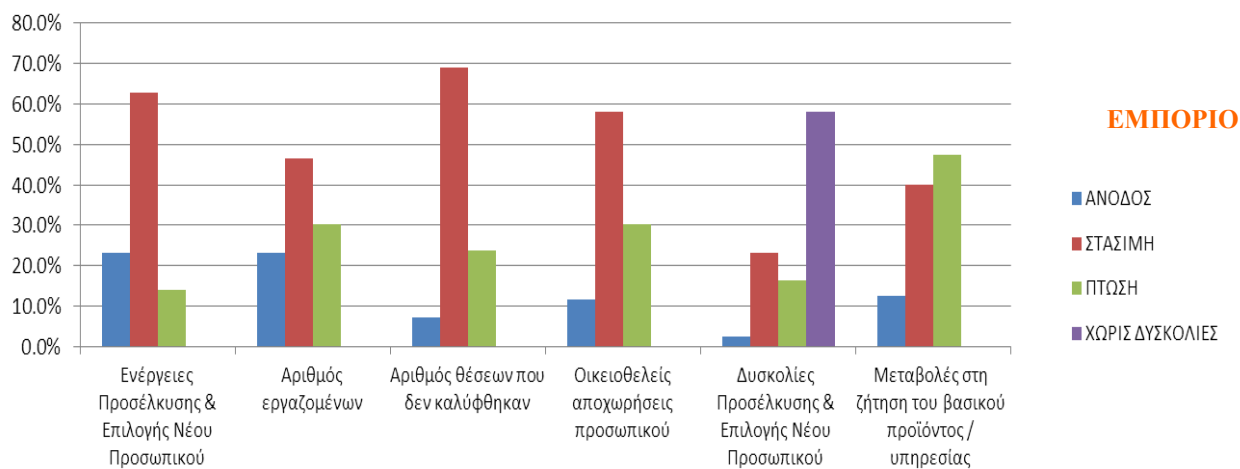
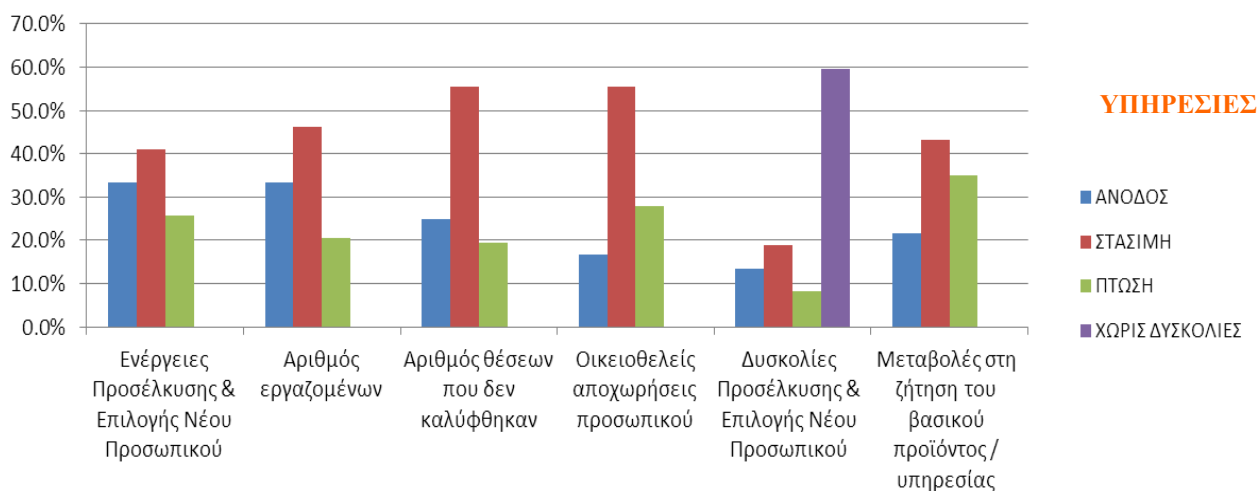
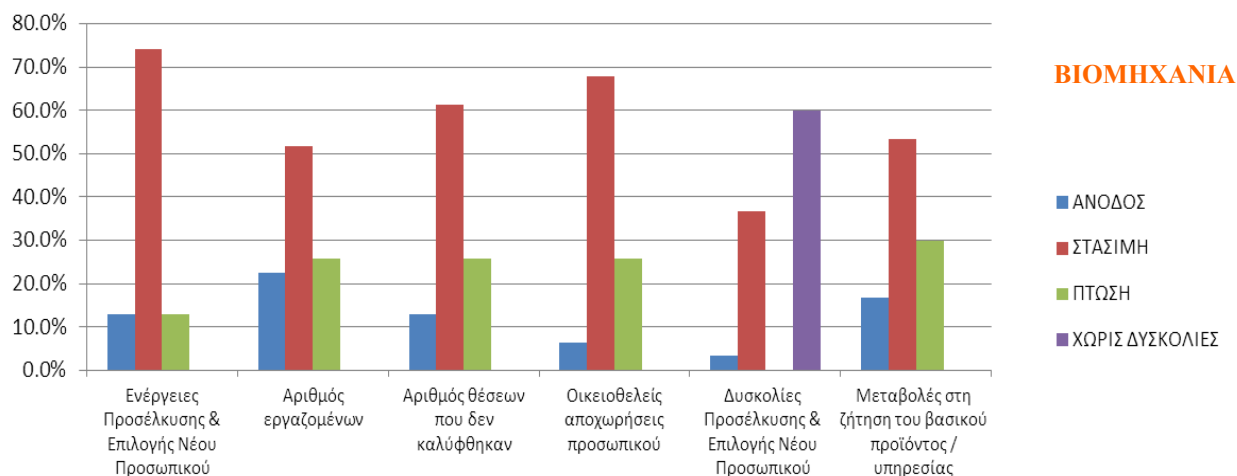


Το 74% των εταιρειών πιστεύουν ότι έχει πληγεί από την κρίση η εικόνα των εταιρειών ως εργοδότης επιλογής. Και οι εργαζόμενοι αλλά και οι υποψήφιοι εμπιστεύονται λιγότερο τις εταιρείες ως εργοδότες ενώ οι μειώσεις κόστους έχουν πλήξει ακόμα περισσότερο την εικόνα των εταιρειών ως καλοί εργοδότες.

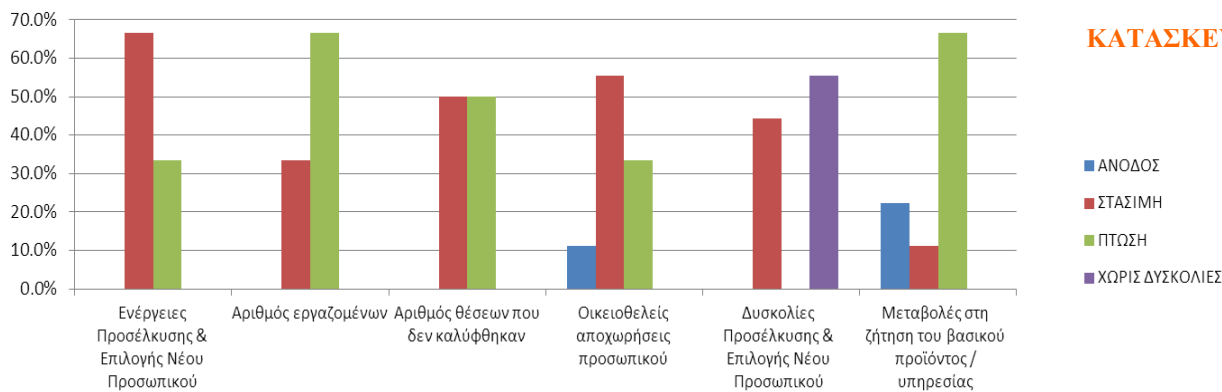


Σχήμα 39—Αποτελεί το employer branding προτεραιότητα στην ατζέντα του HR σε καιρούς κρίσης;

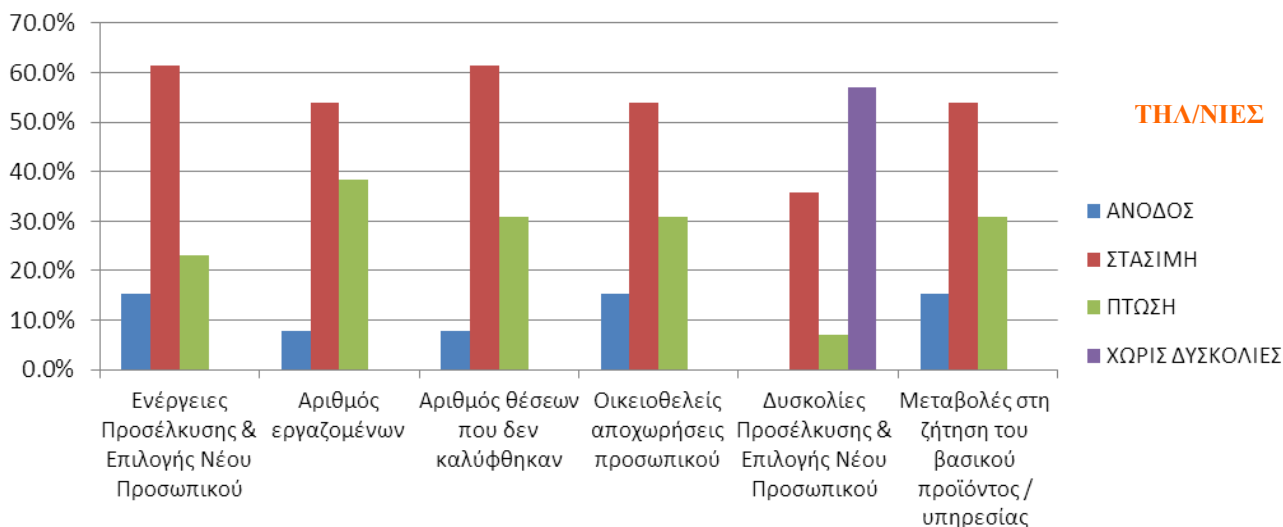
Οι εταιρείες το θεωρούν σημαντικό θέμα αλλά δεν κάνουν κάτι παραπάνω στην προκειμένη φάση καθώς προτιμούν κάποιες να δίνουν έμφαση σε άλλα πράγματα λόγω της δύσκολης θέσης που έχουν περιέλθει. Μόνο το 12.7% το θεωρεί βασική προτεραιότητα ειδικά τώρα για να ανακτήσουν την χαμένη εμπιστοσύνη των εργαζομένων και των υποψηφίων.



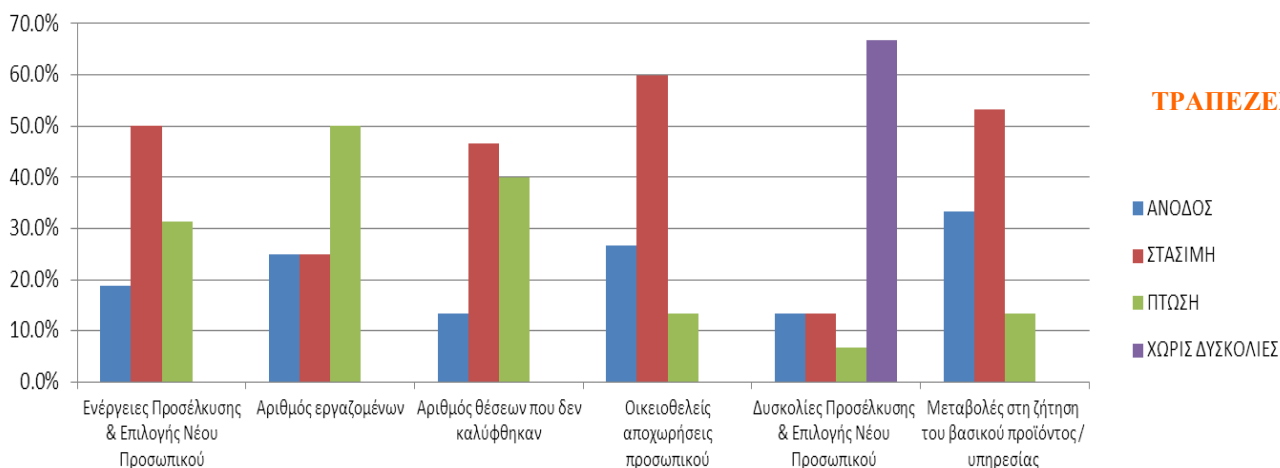
ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ

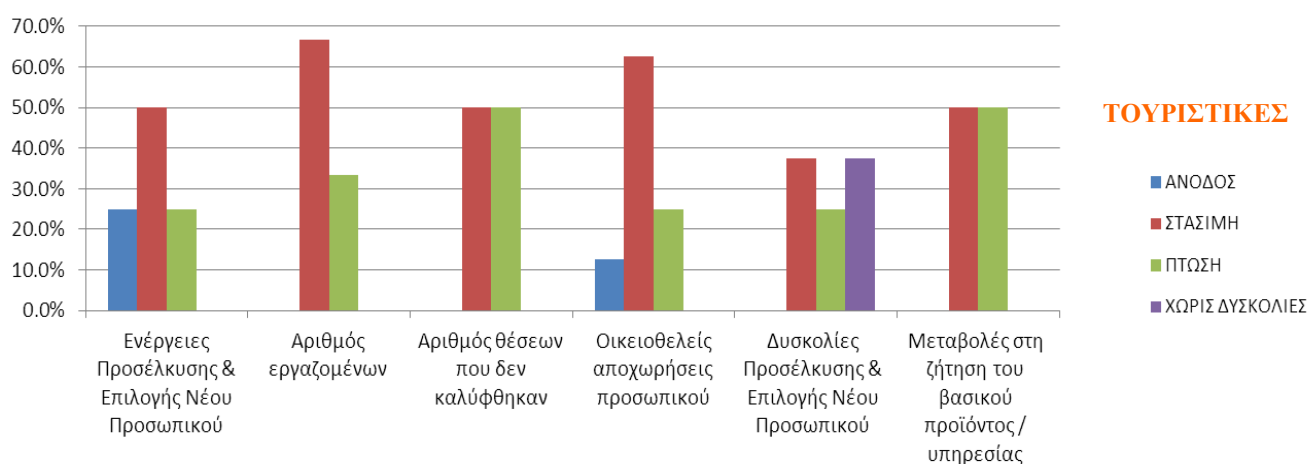
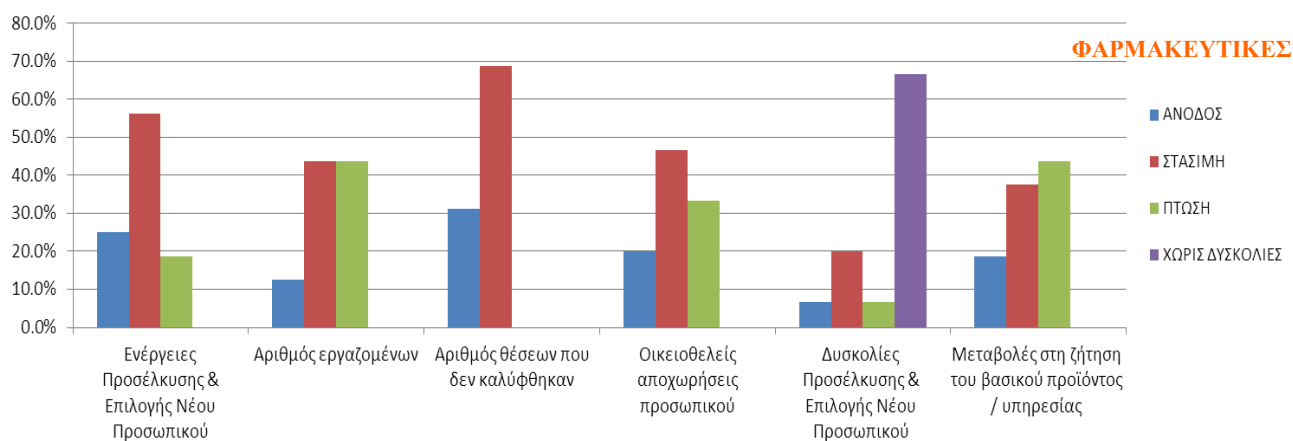
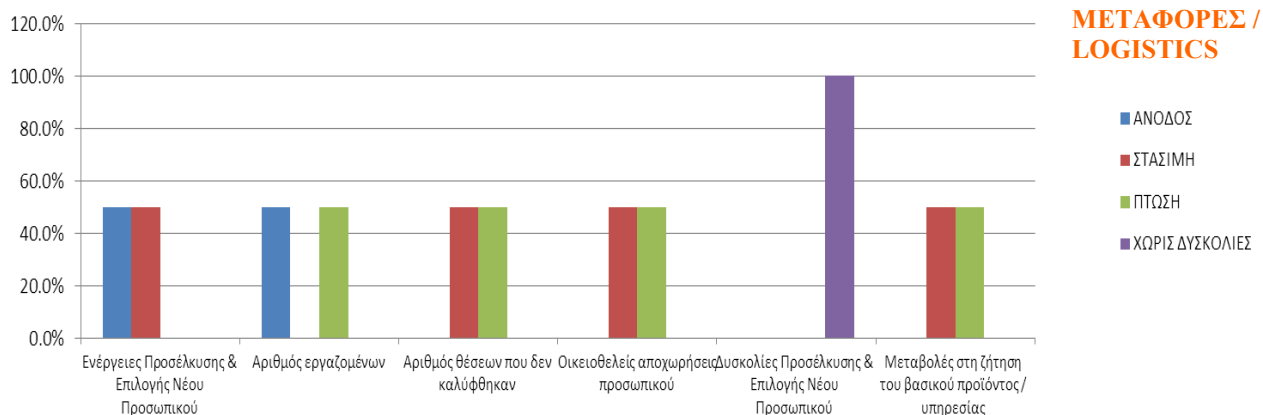


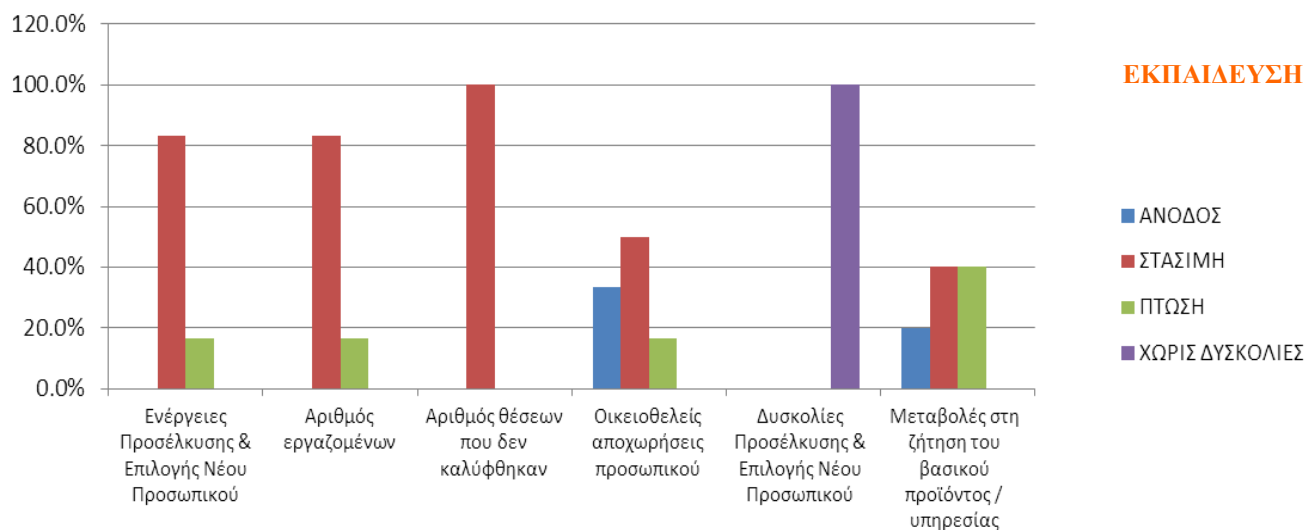
ΤΗΛ/ΝΙΕΣ

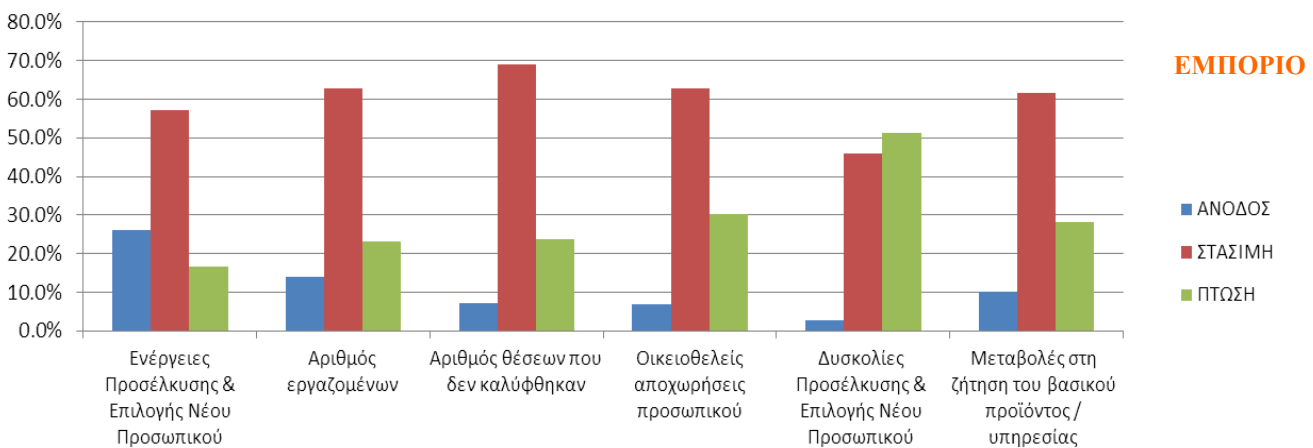
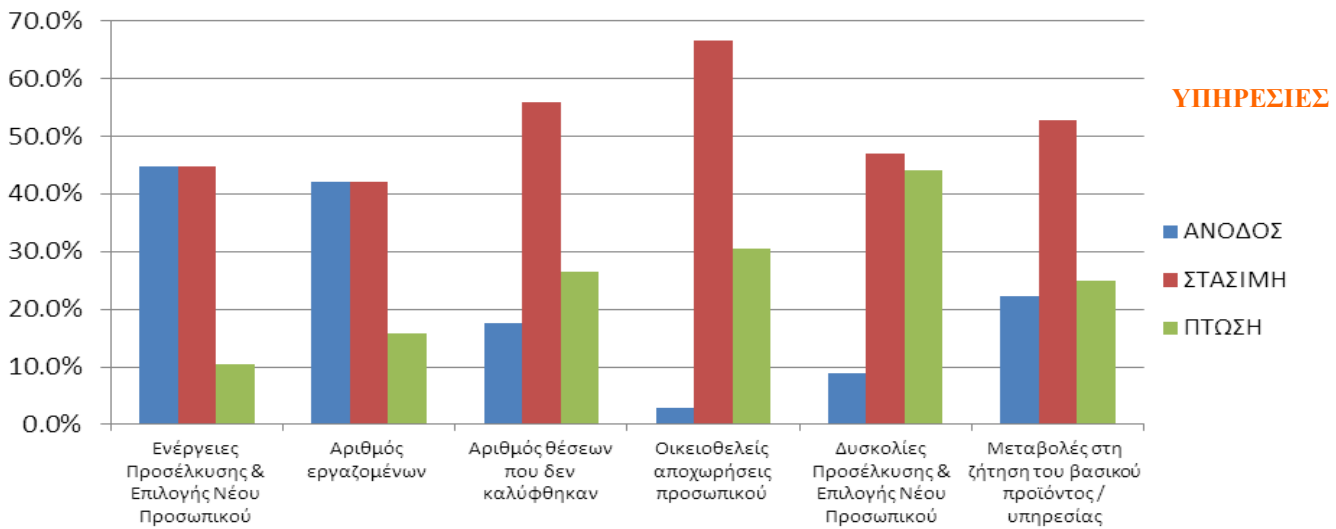
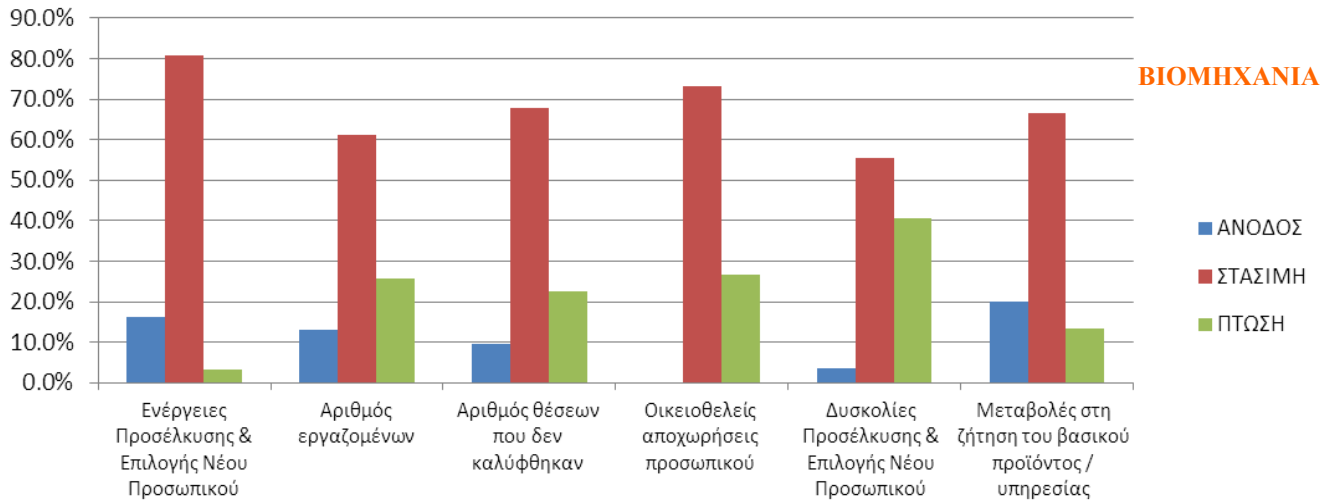


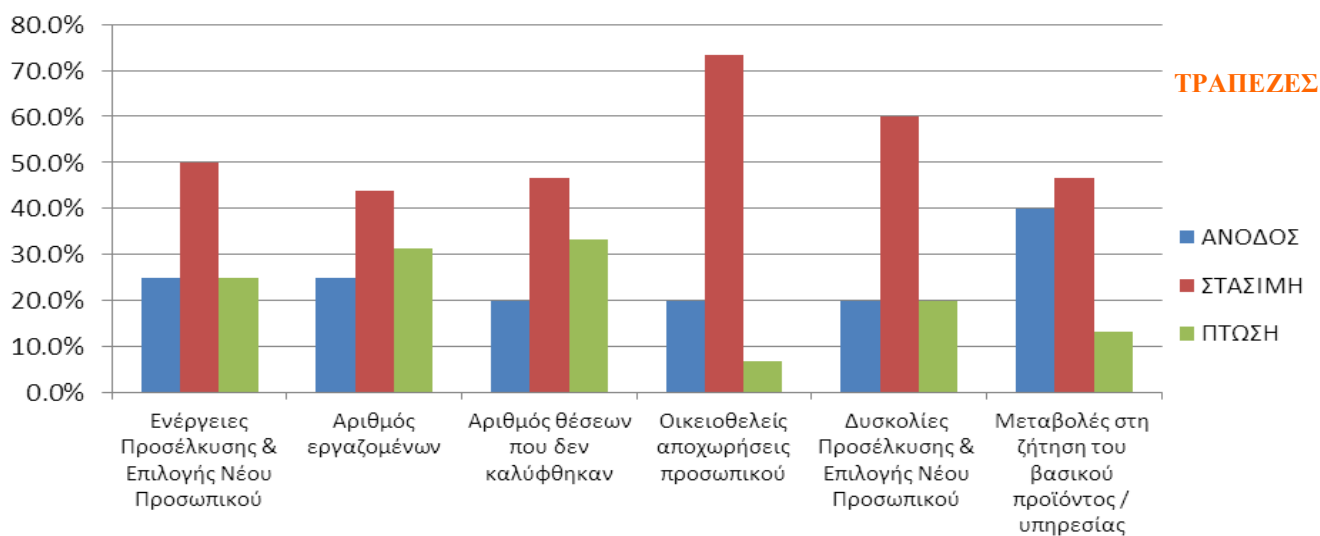
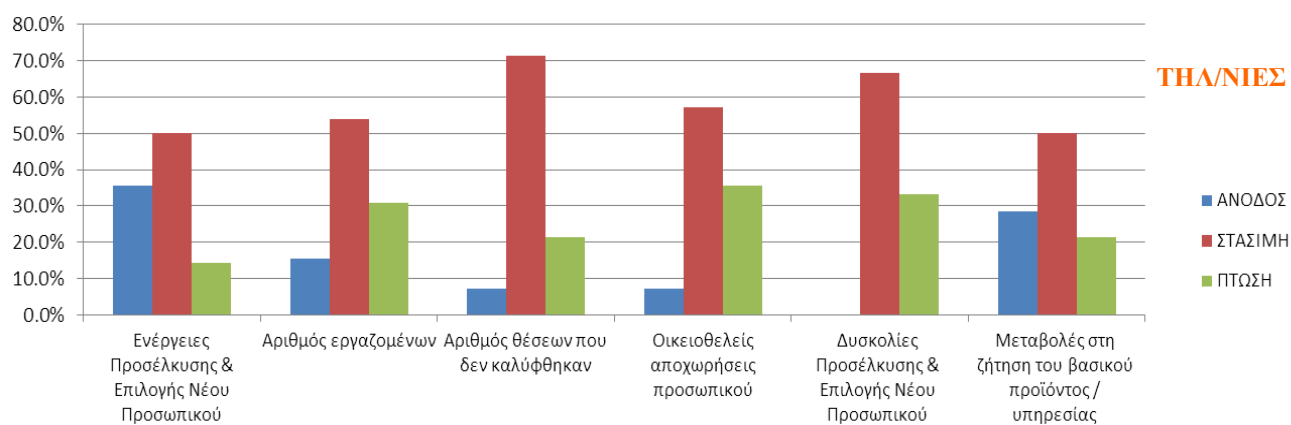
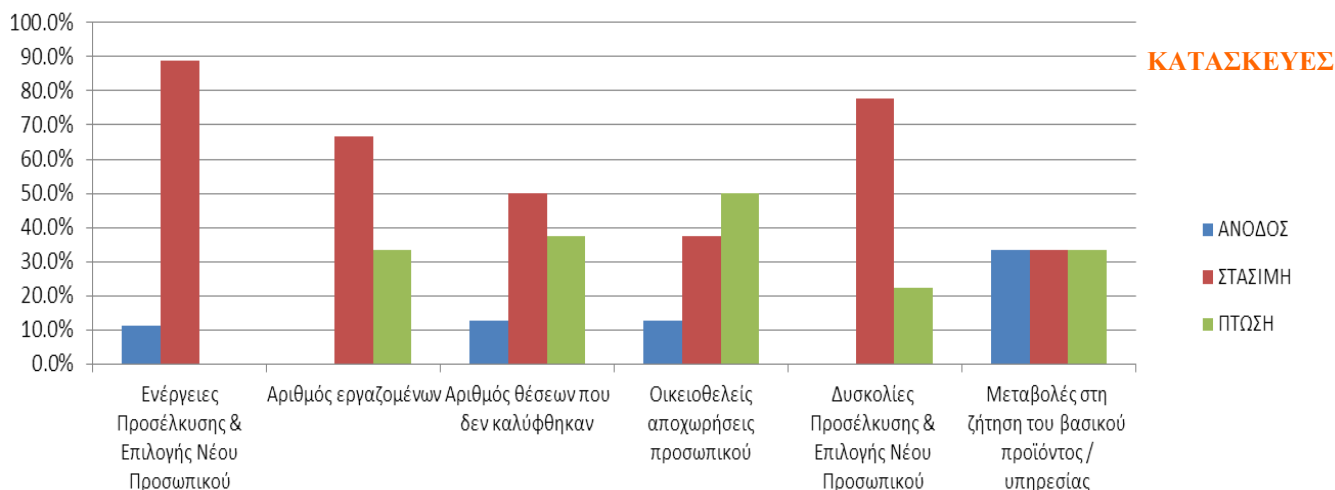
ΤΡΑΠΕΖΕΣ

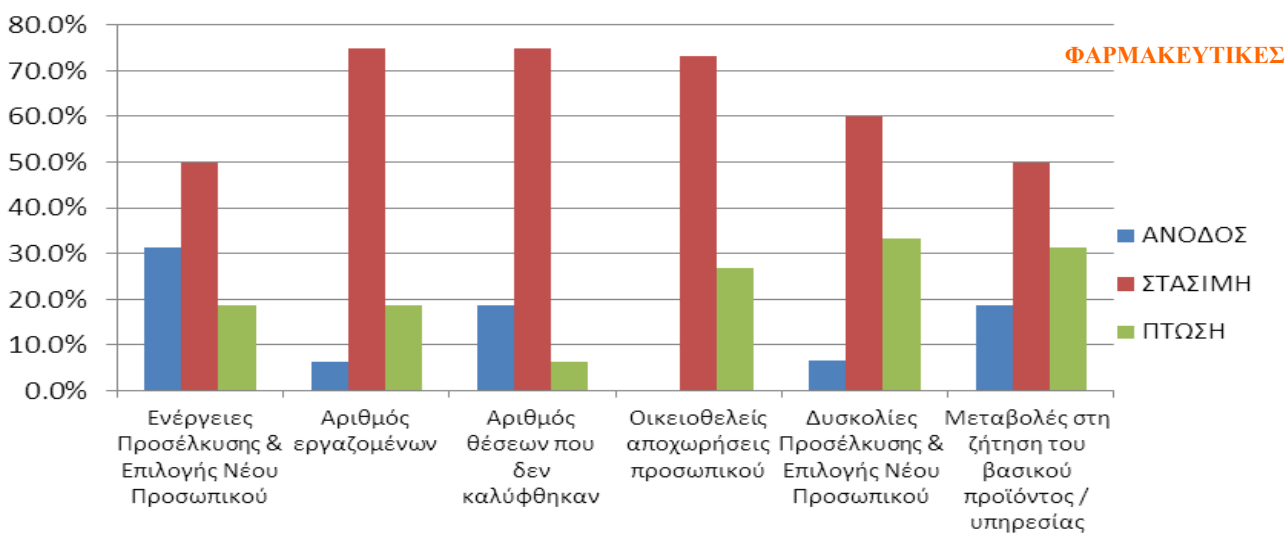
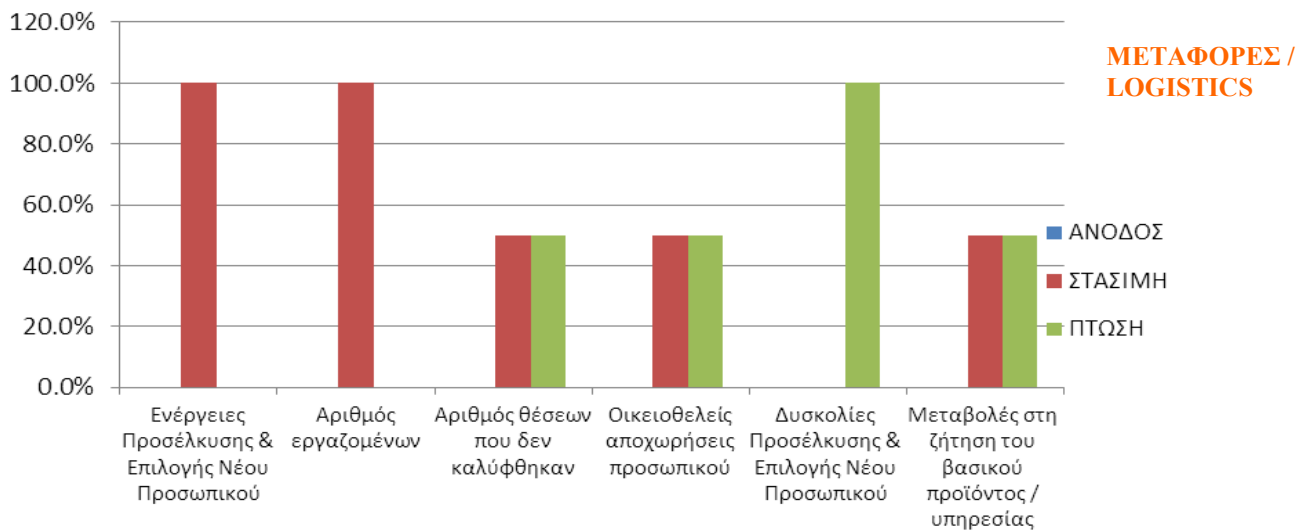


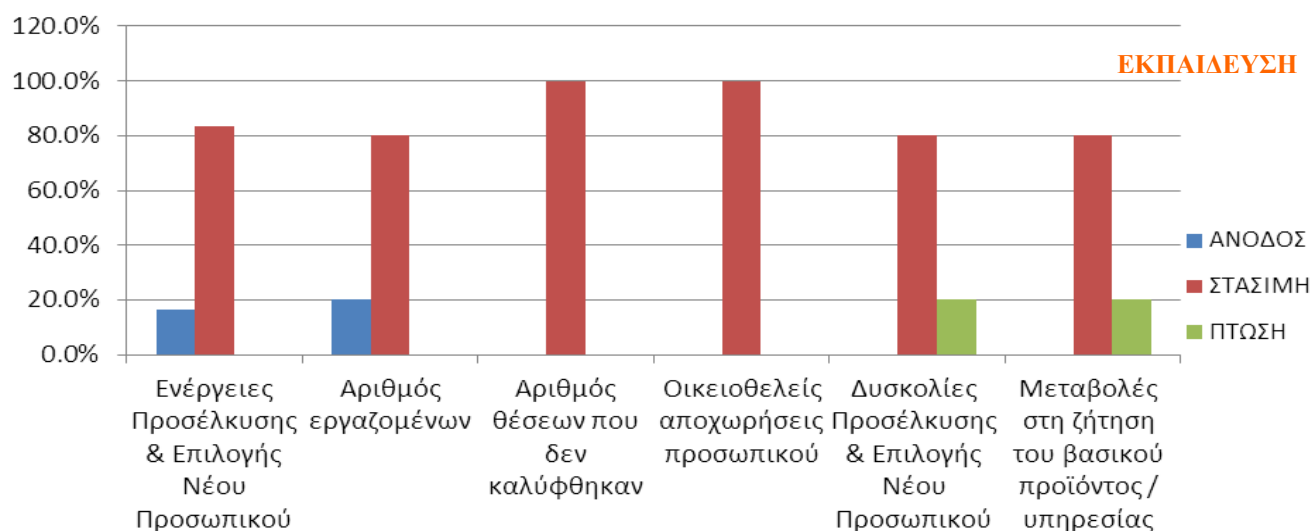
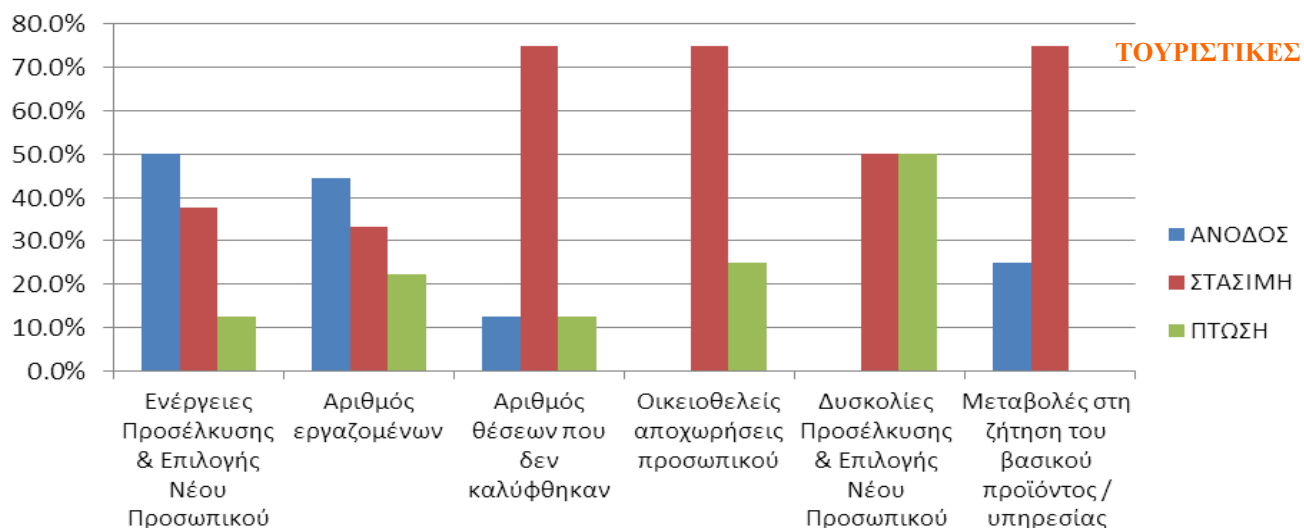




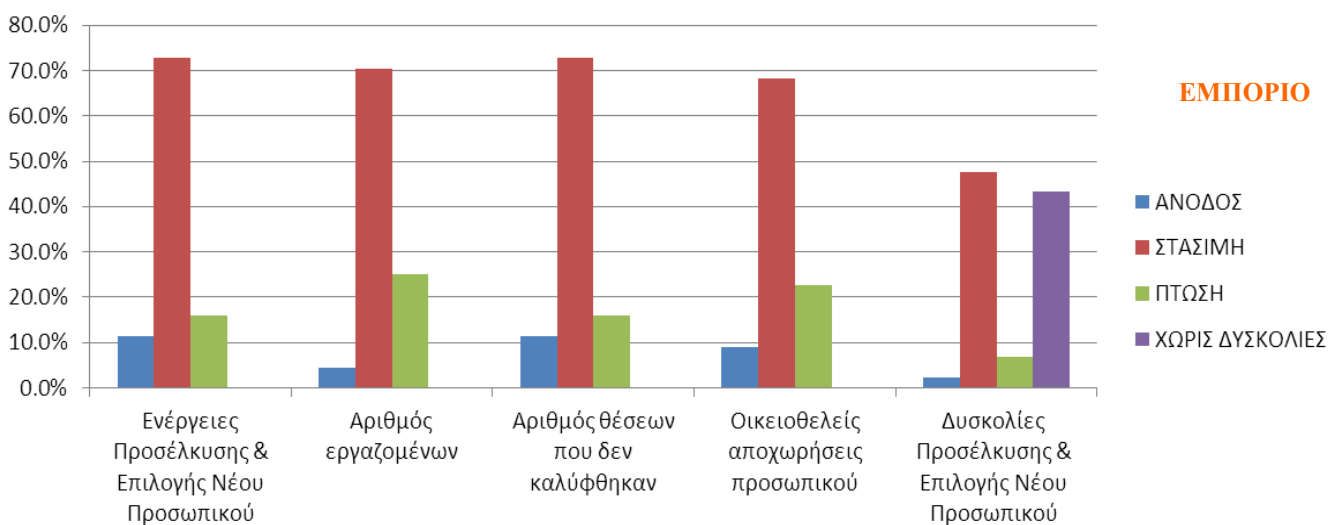
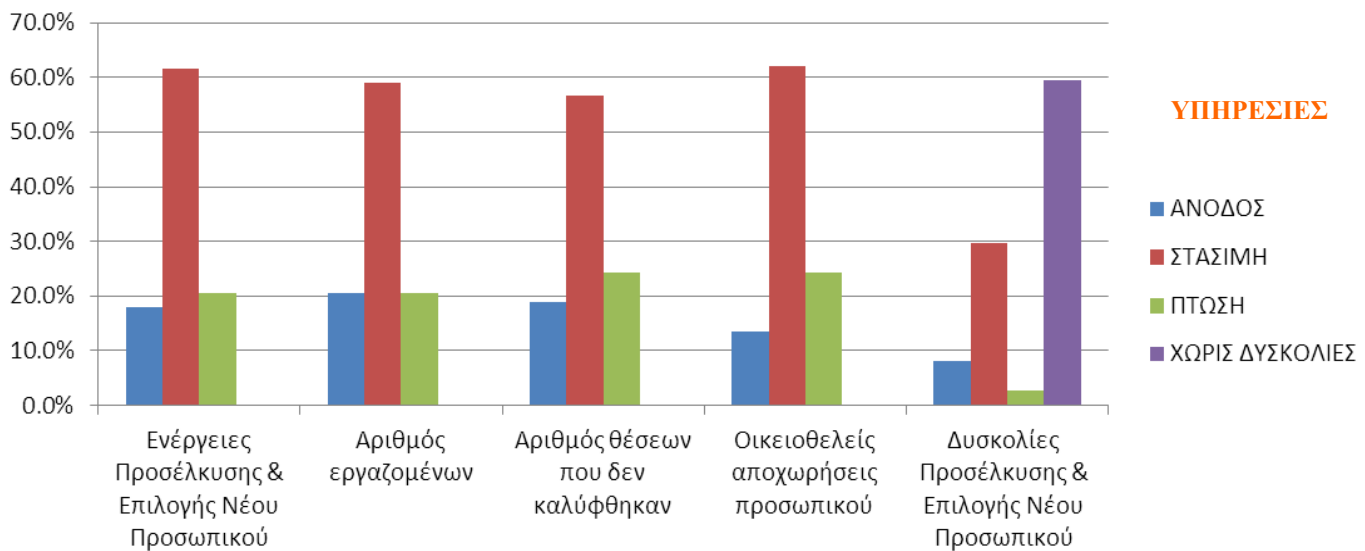
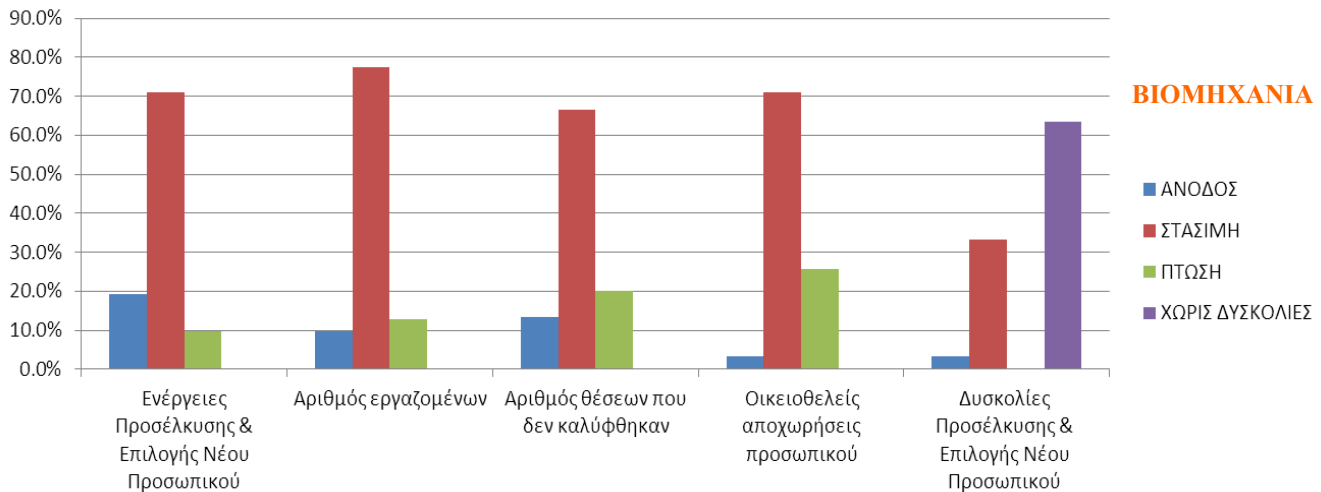


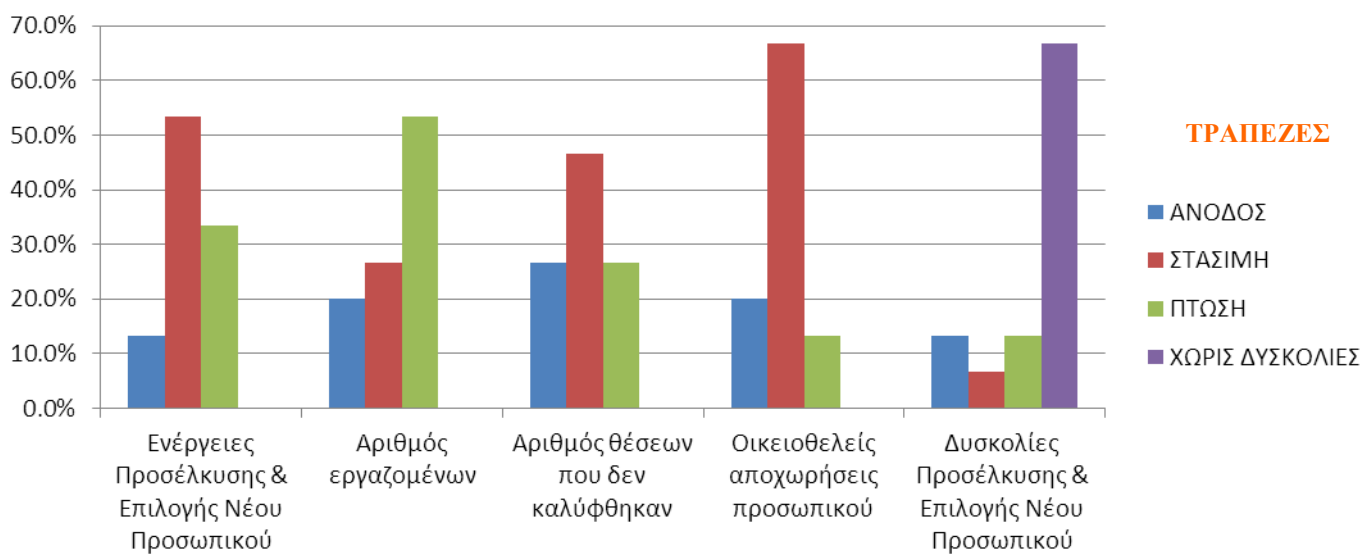
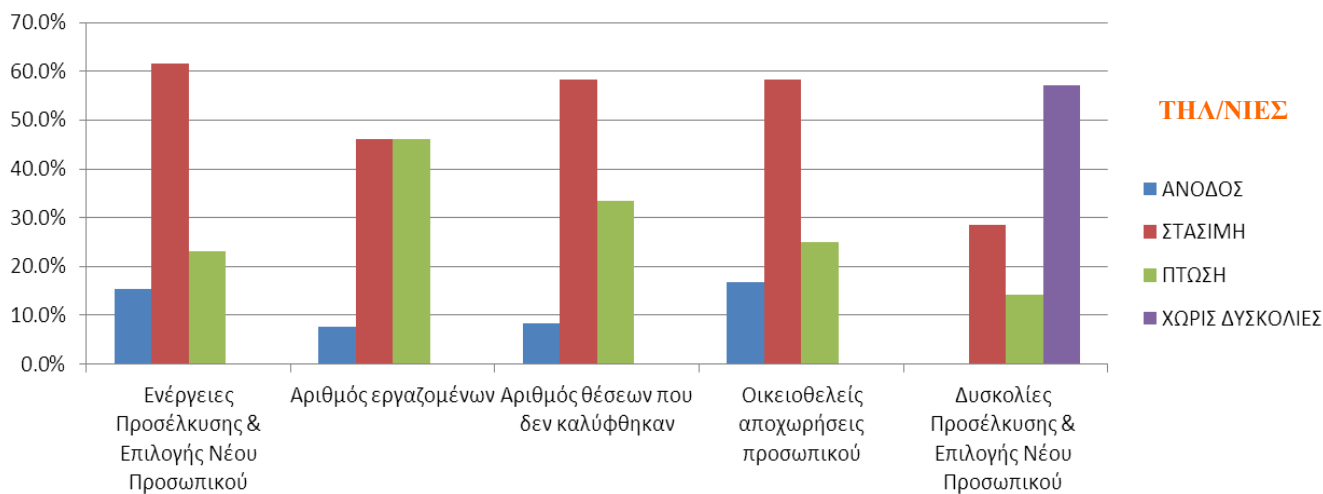
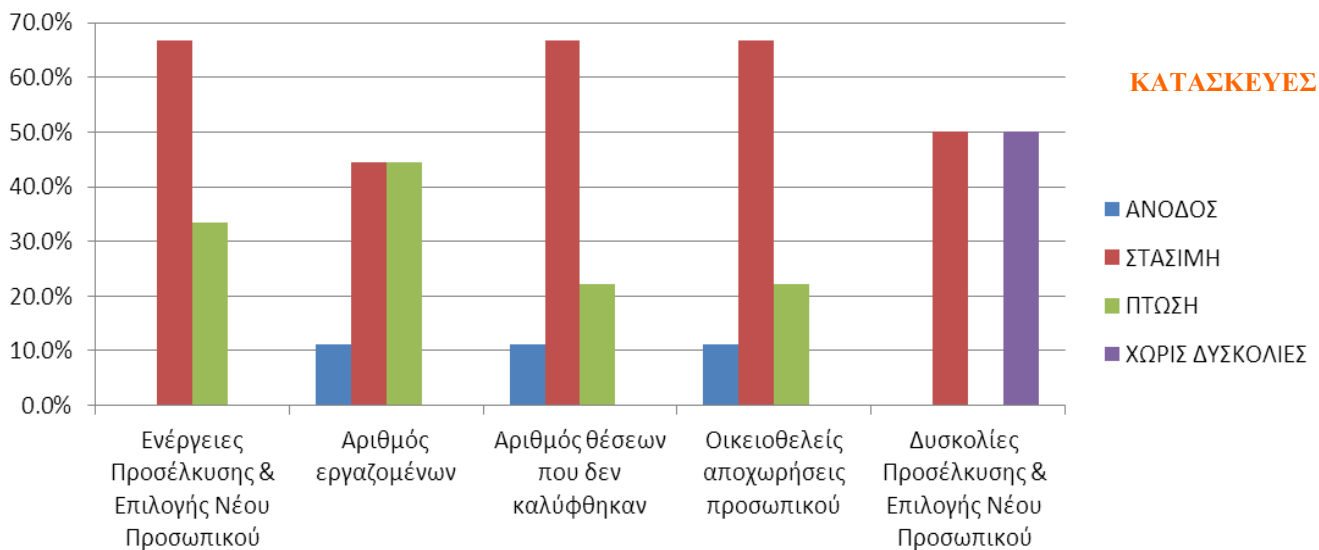


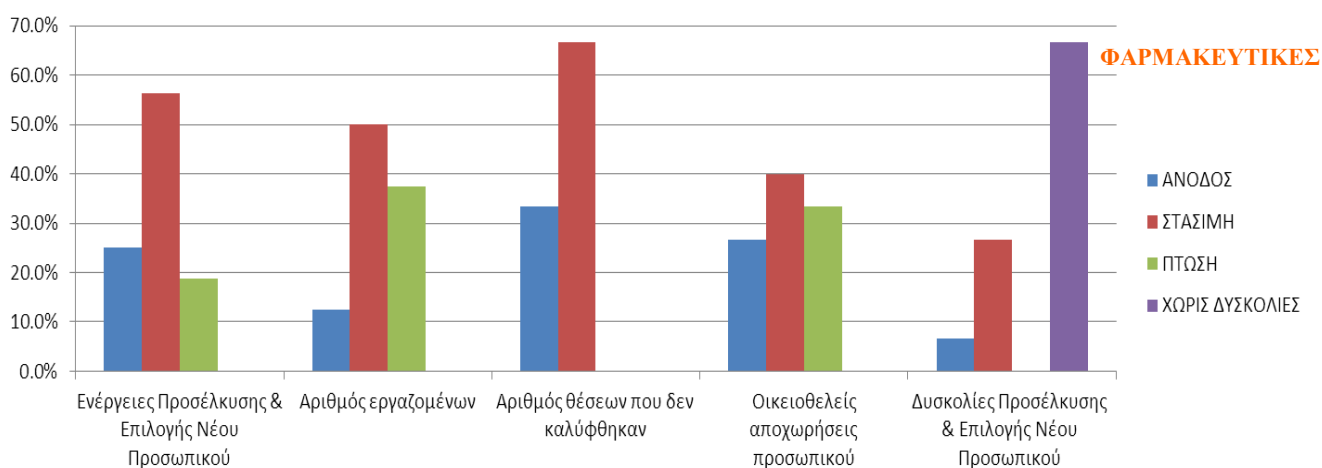
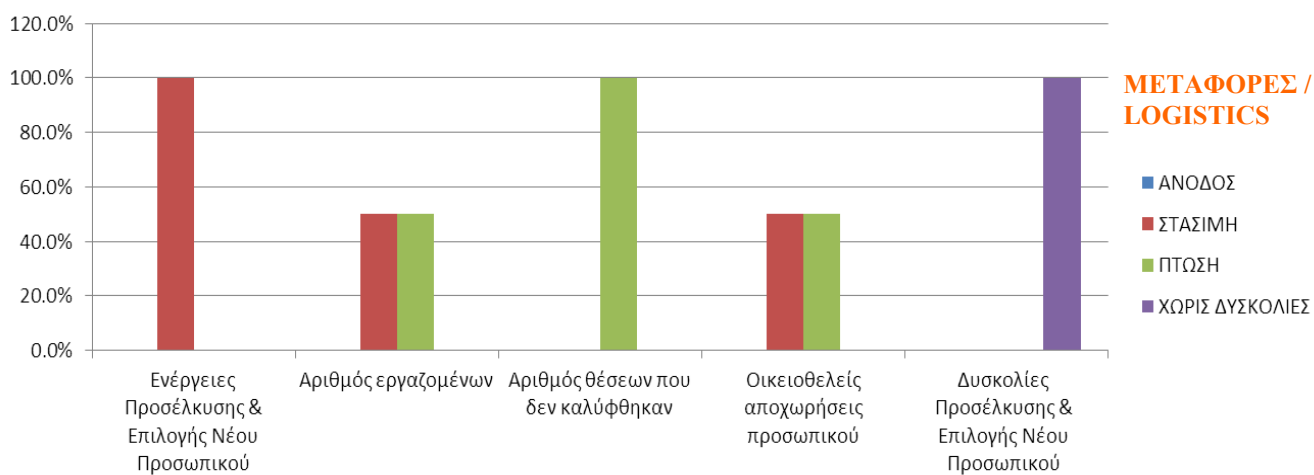


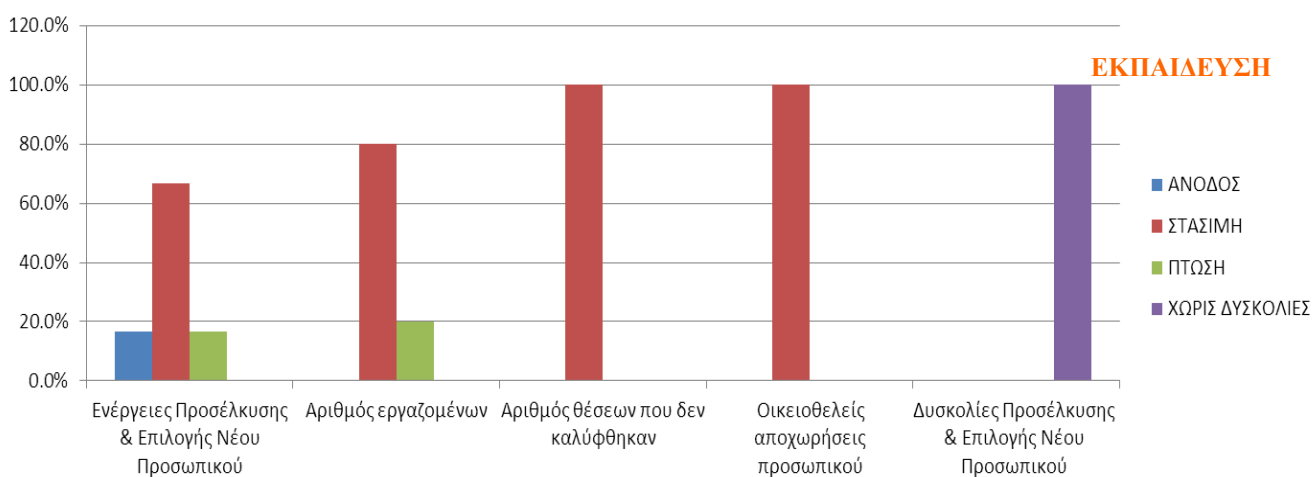
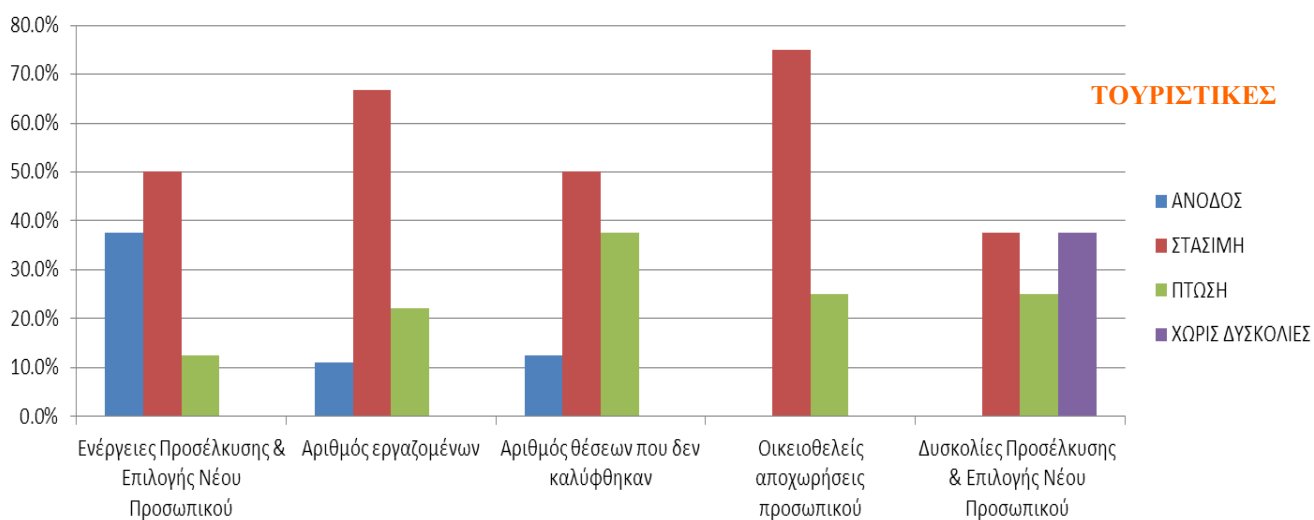


Εξειδικευμένο προσωπικό/ Διευθυντικά Στελέχη - Τωρινή Δραστηριότητα

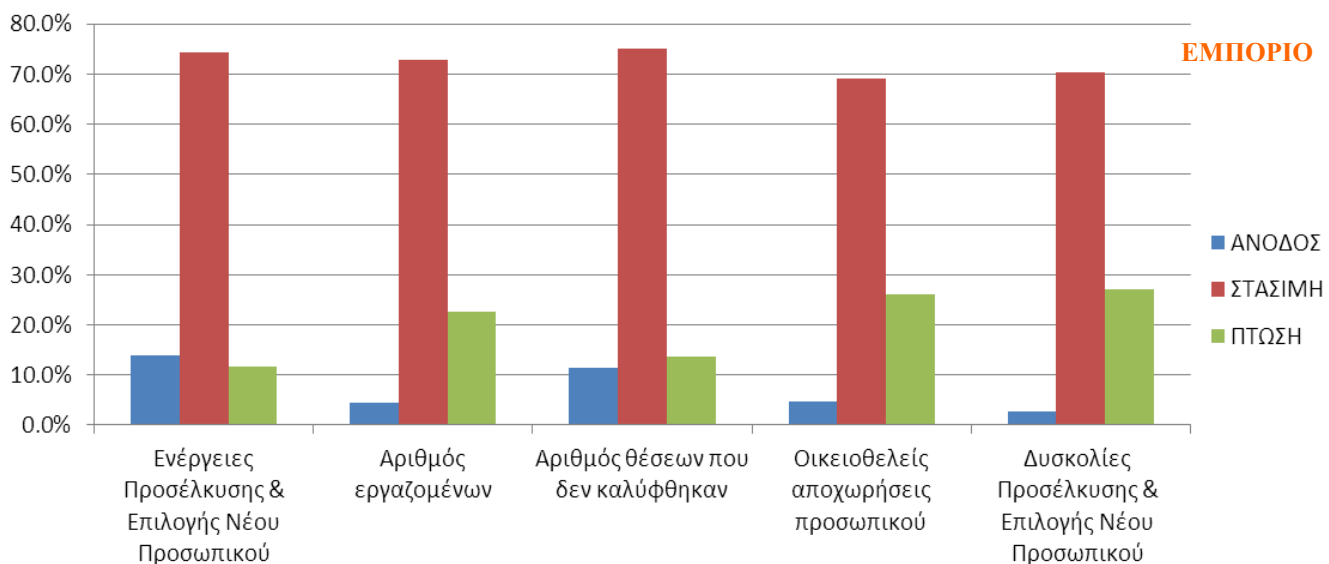
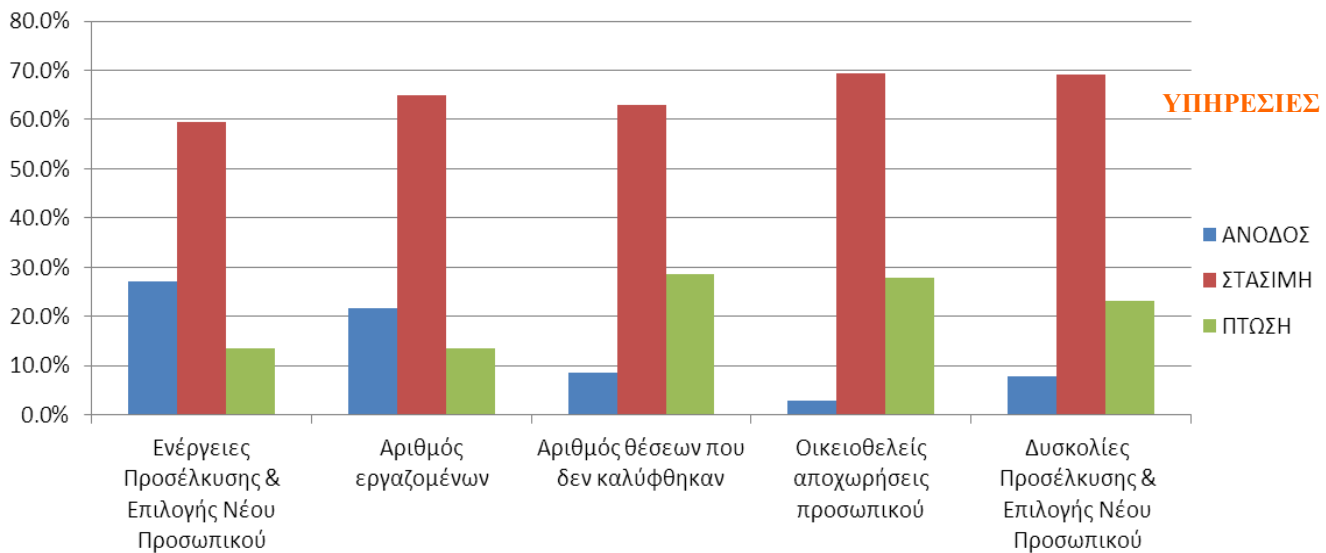
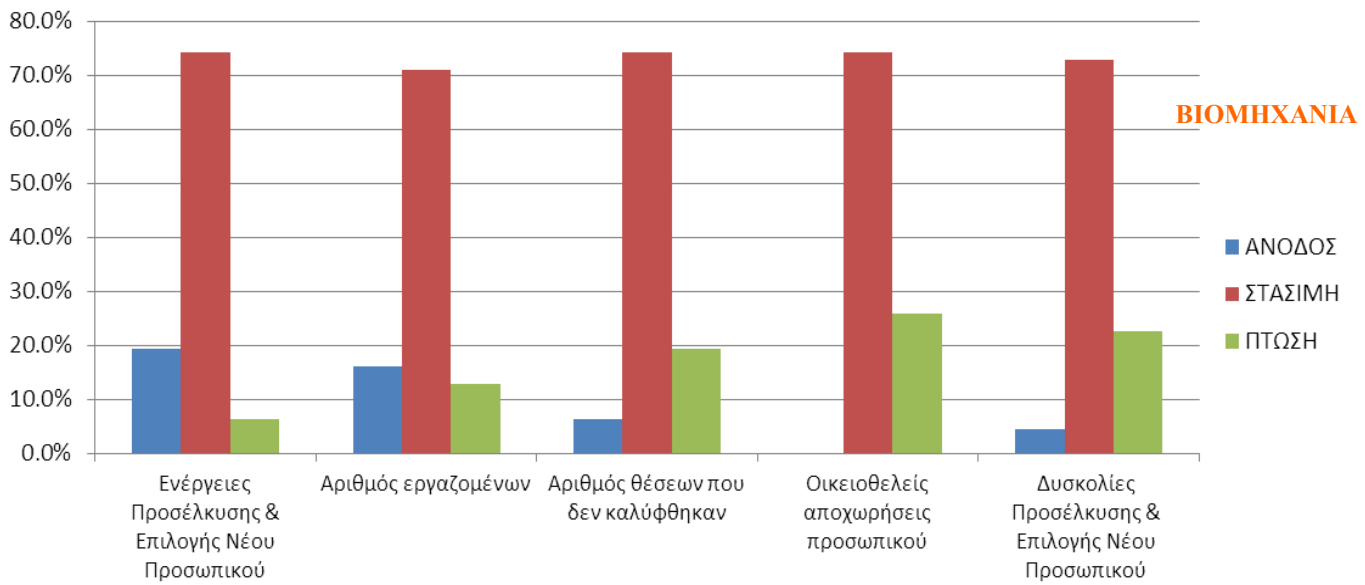


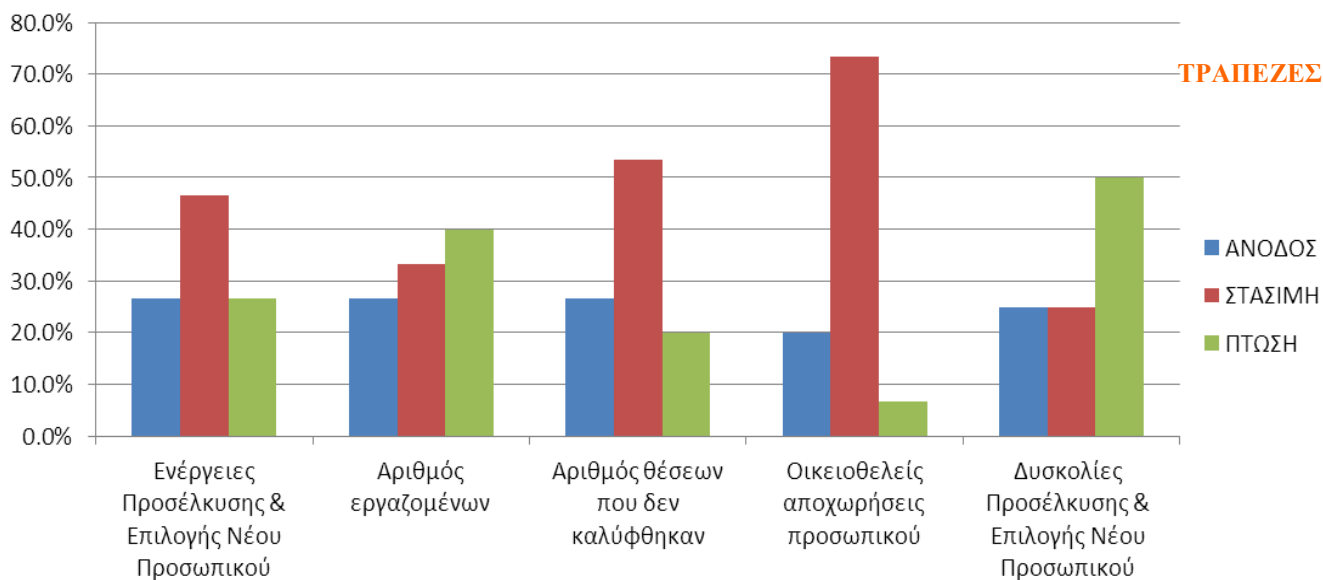
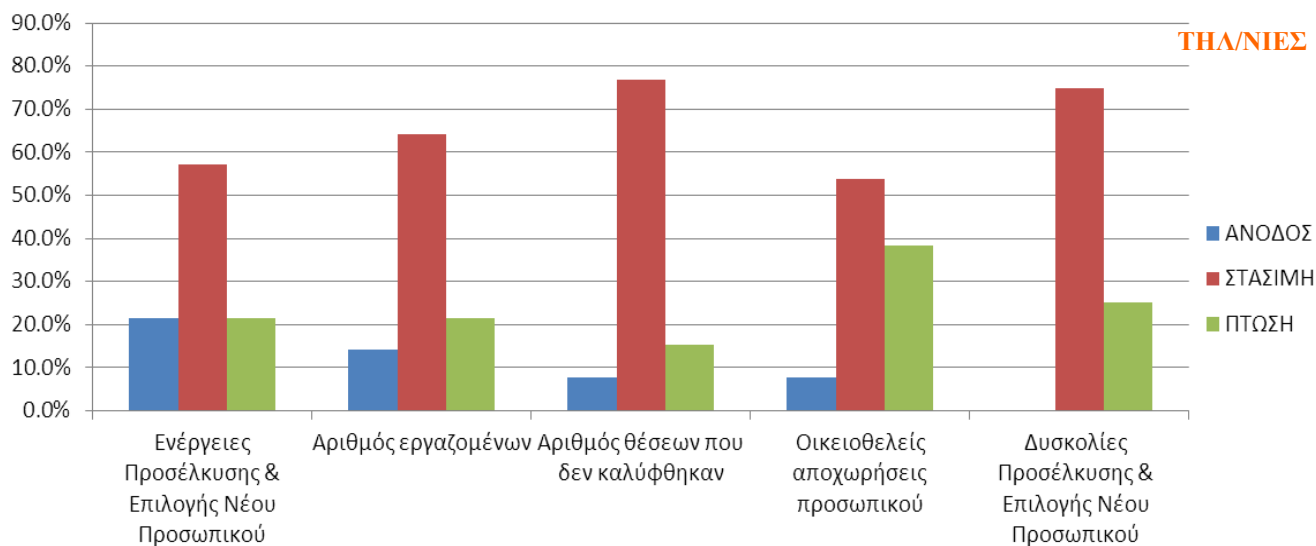
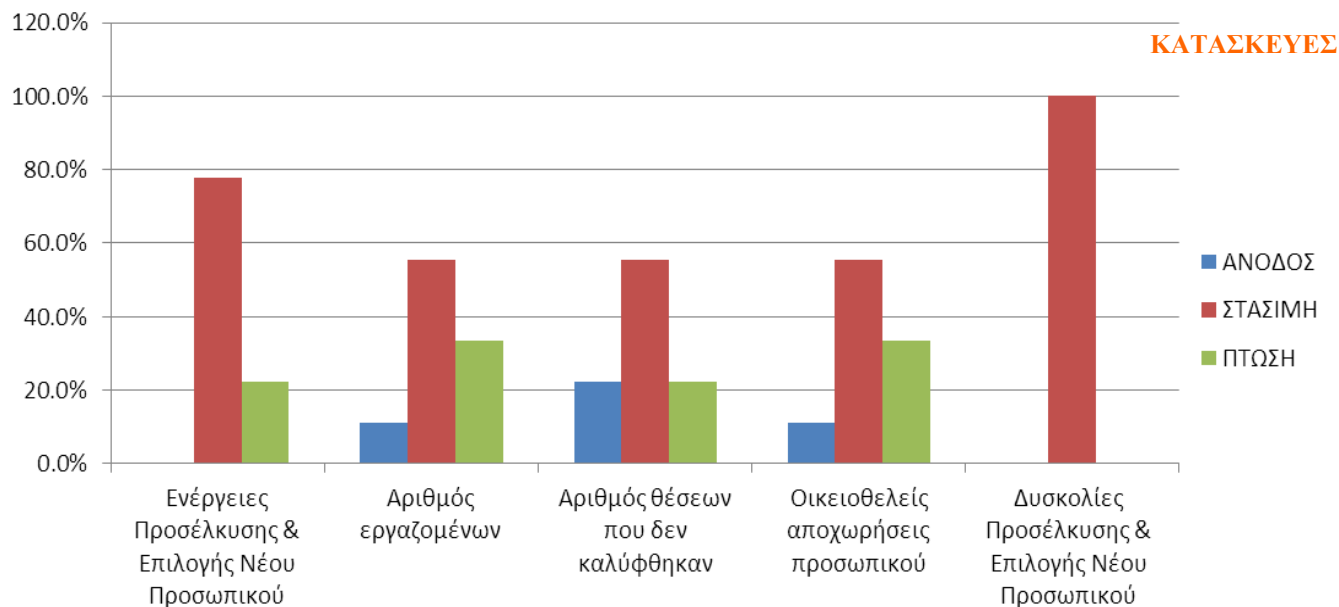


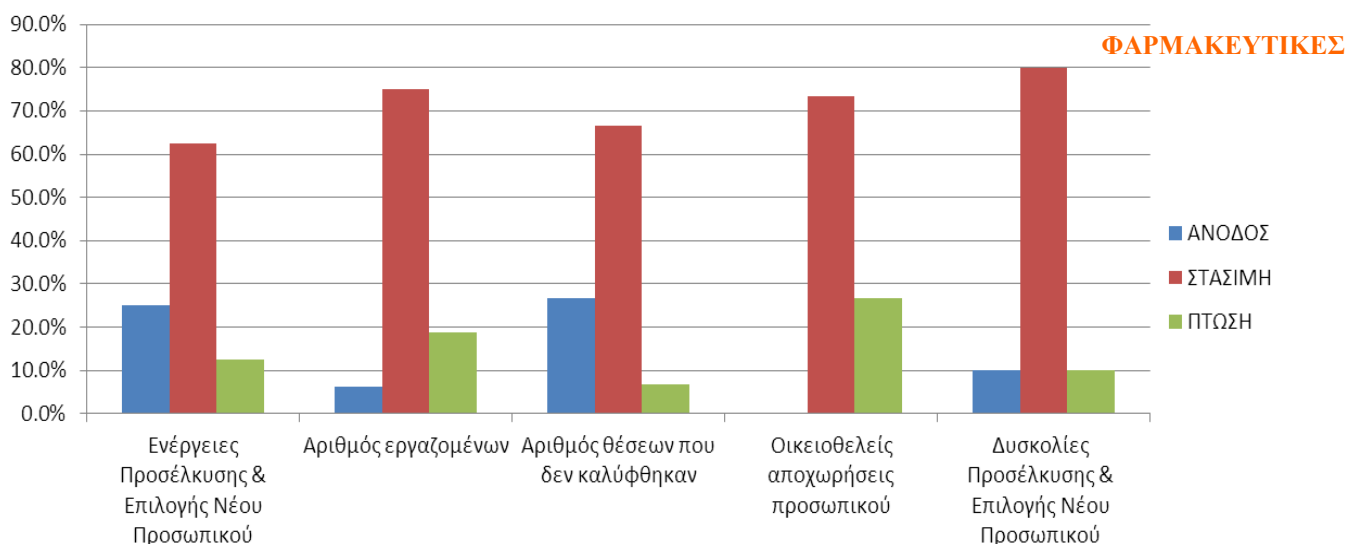
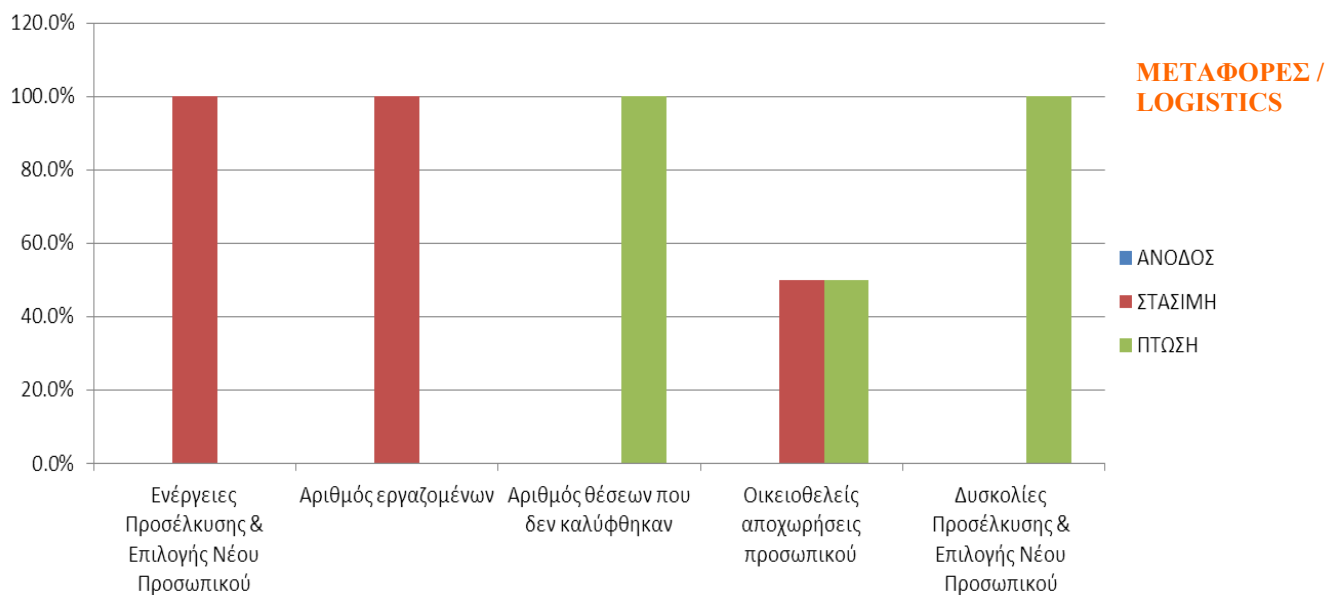


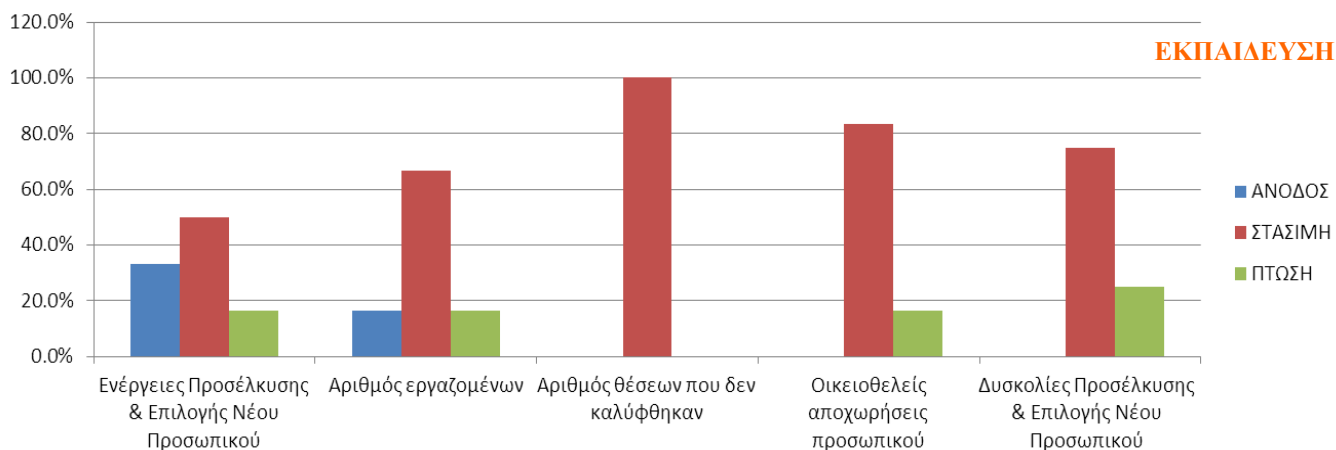
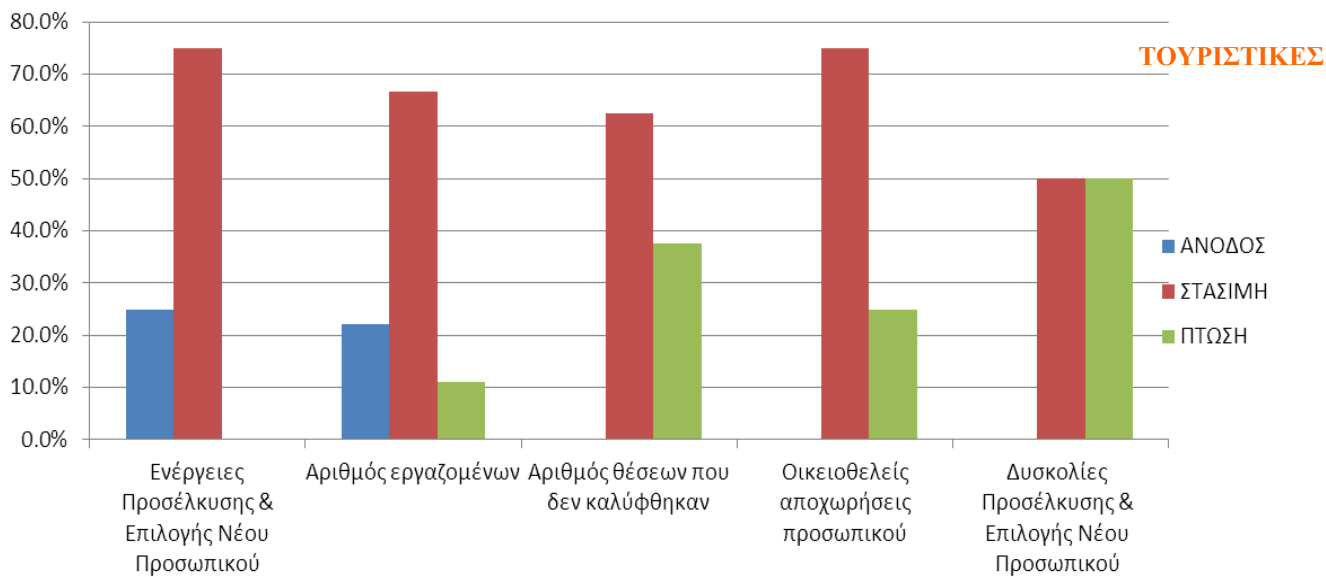


Εξειδικευμένο προσωπικό/ Διευθυντικά Στελέχη - Προσδοκίες

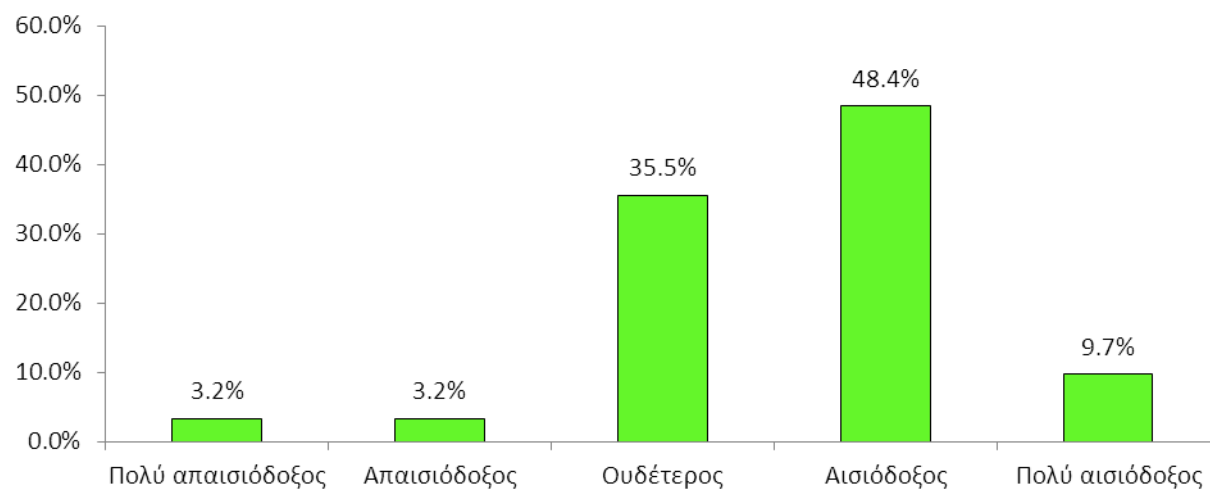
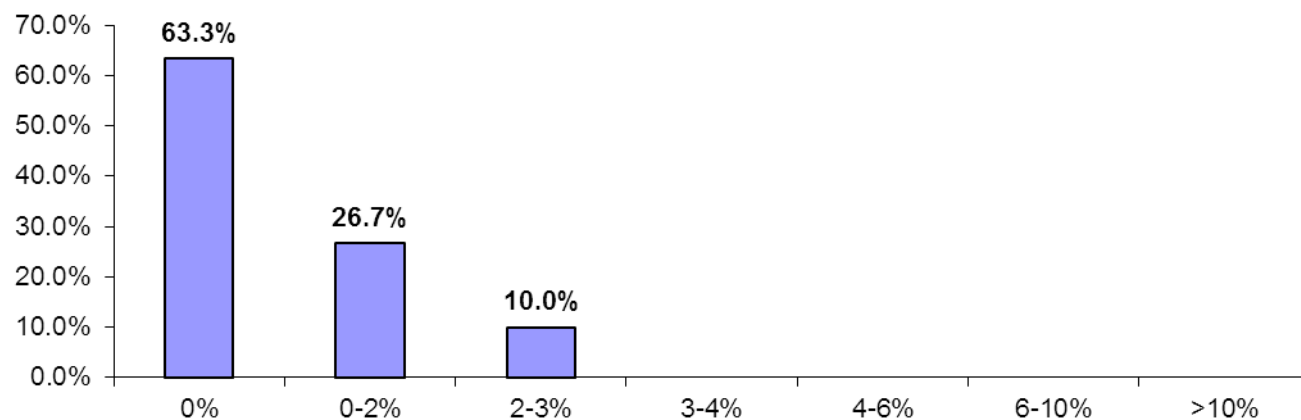




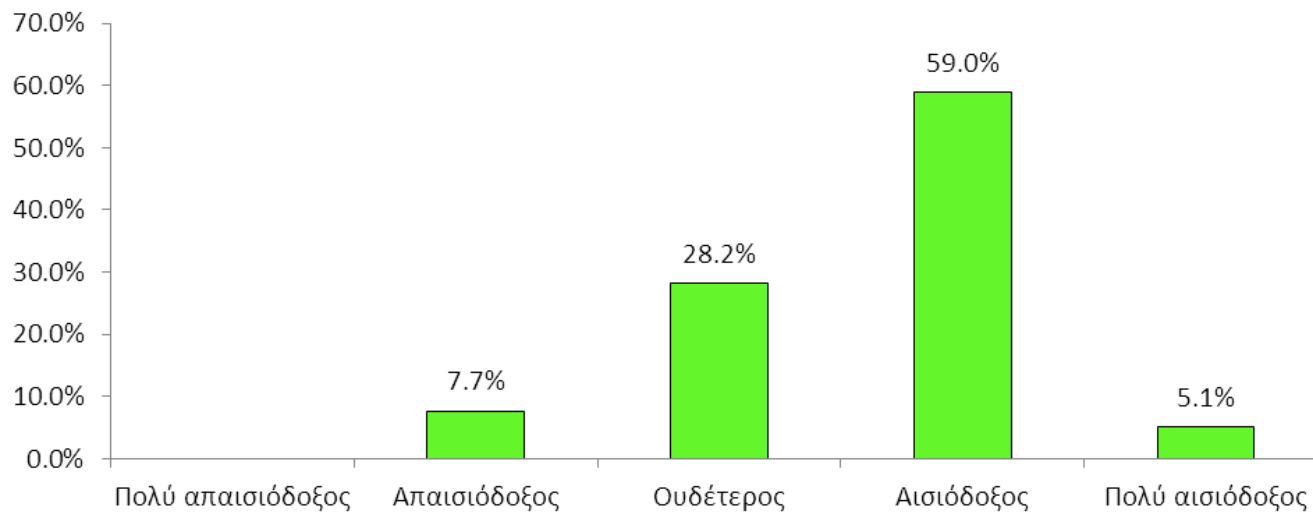
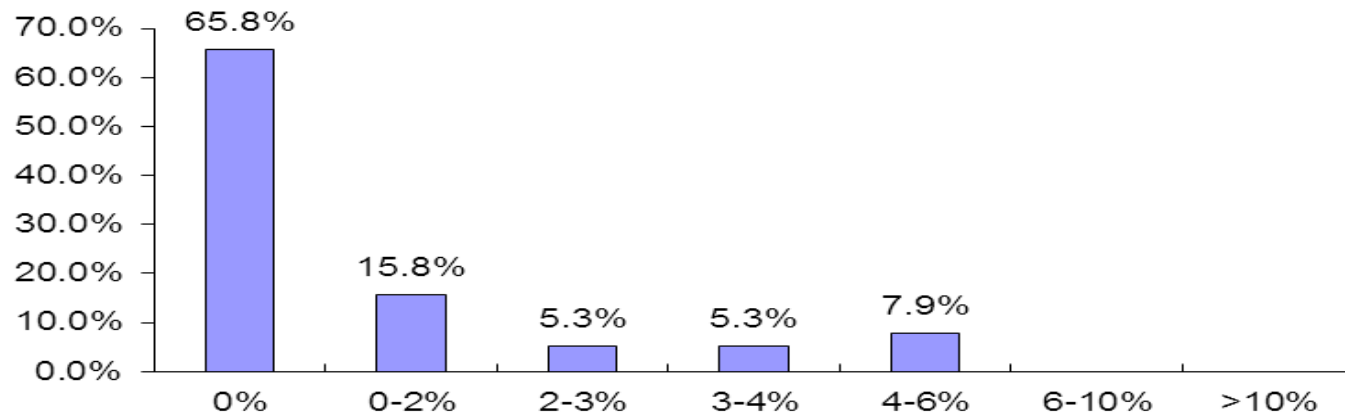




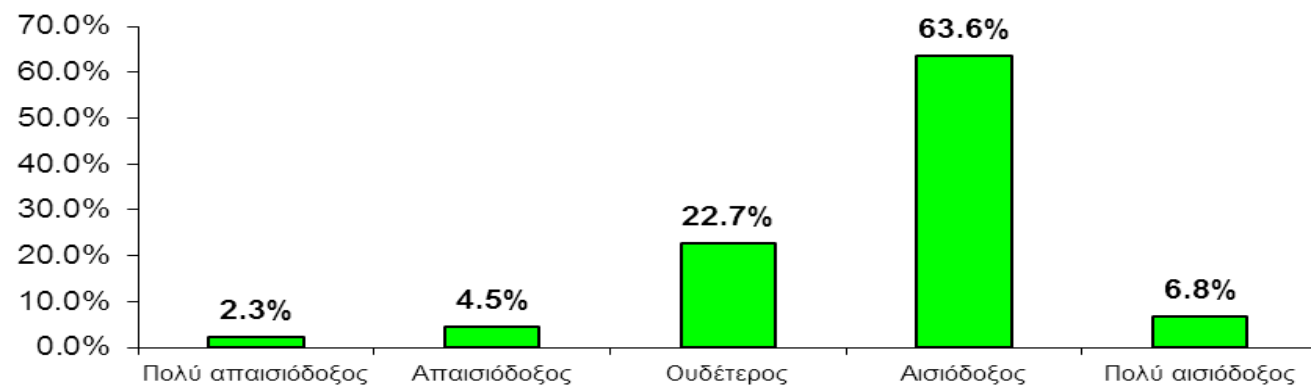
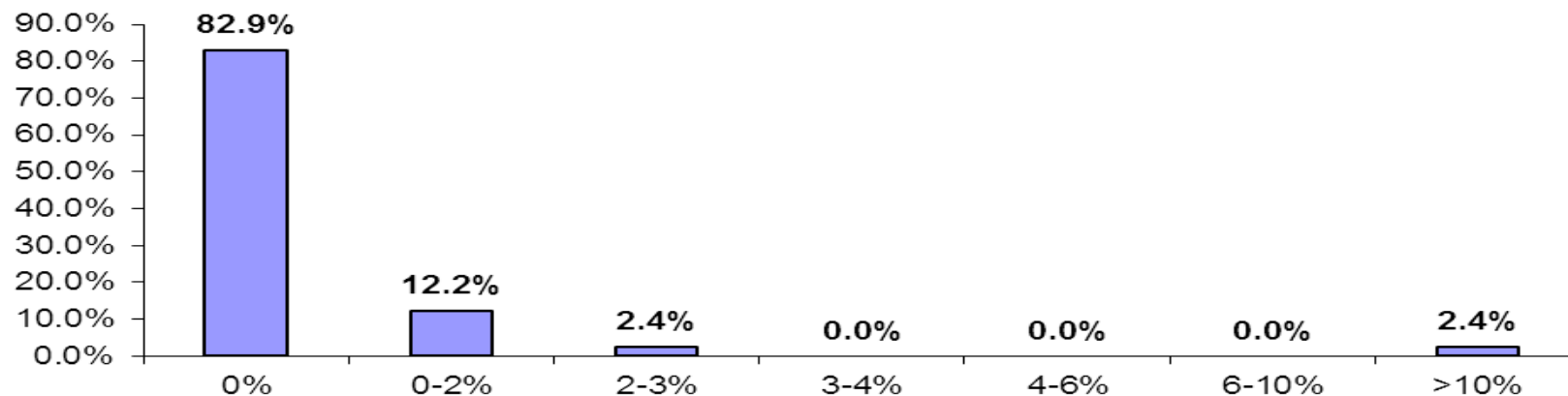
Αυξήσεις Μισθών - Επίπεδο Αισιοδοξίας (ανά κλάδο)



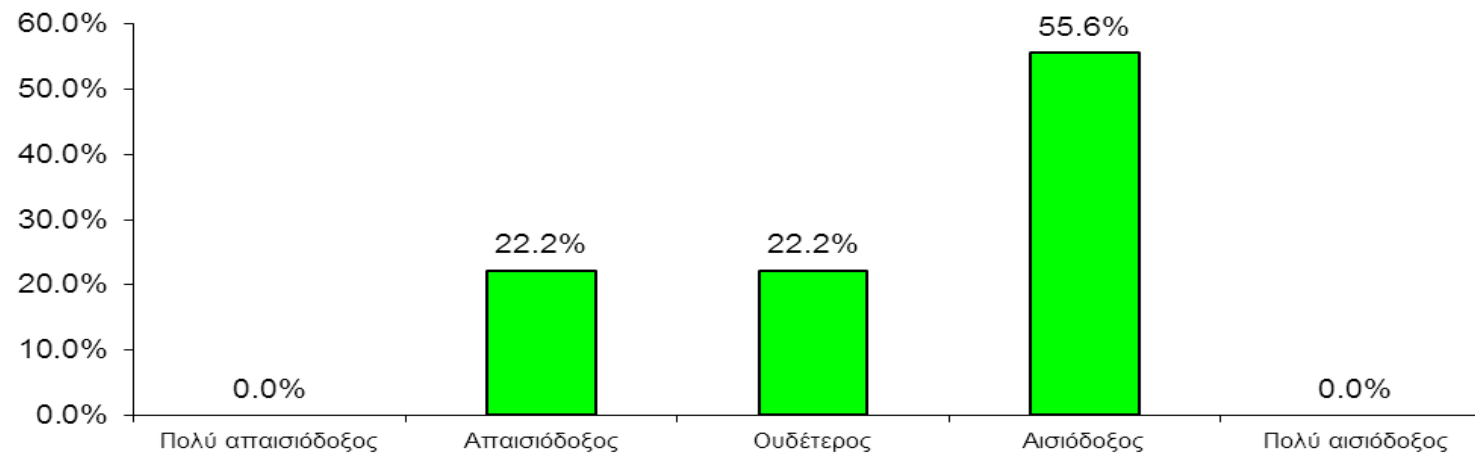
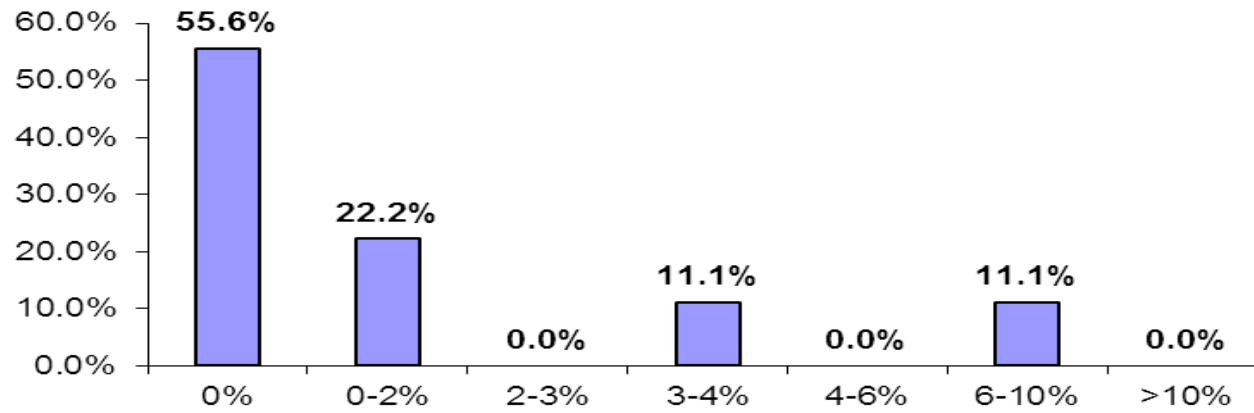
Βιομηχανία



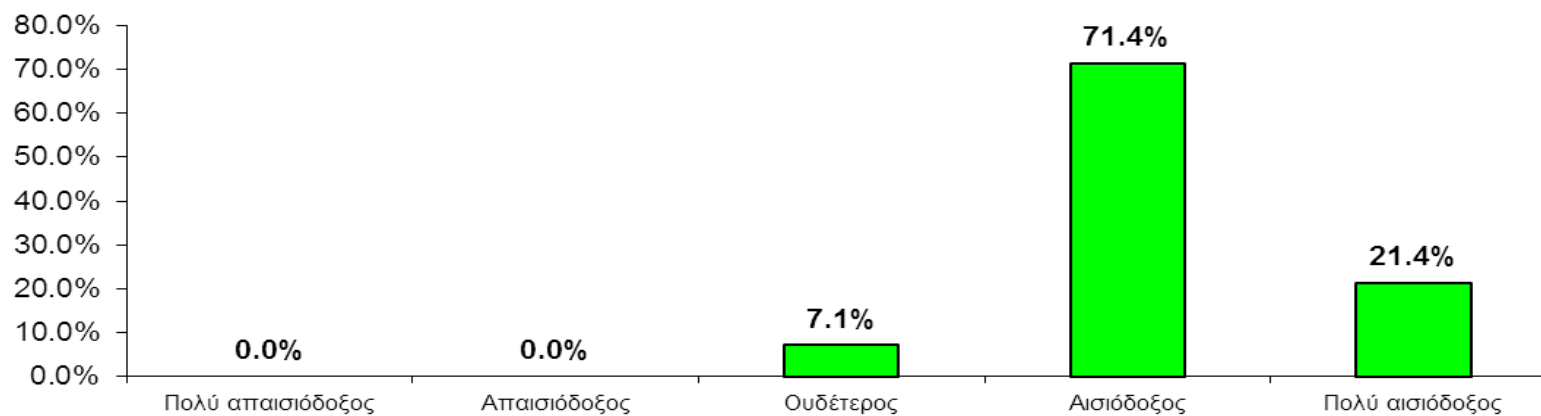
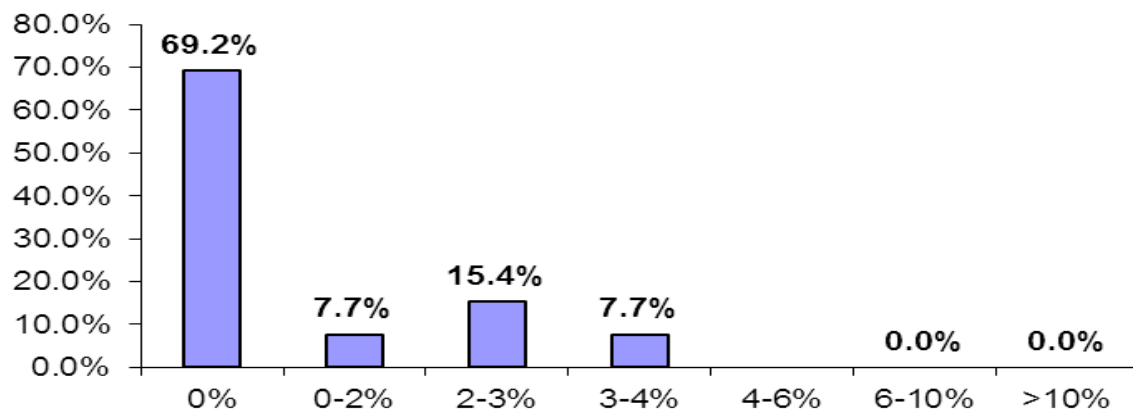
Υπηρεσίες



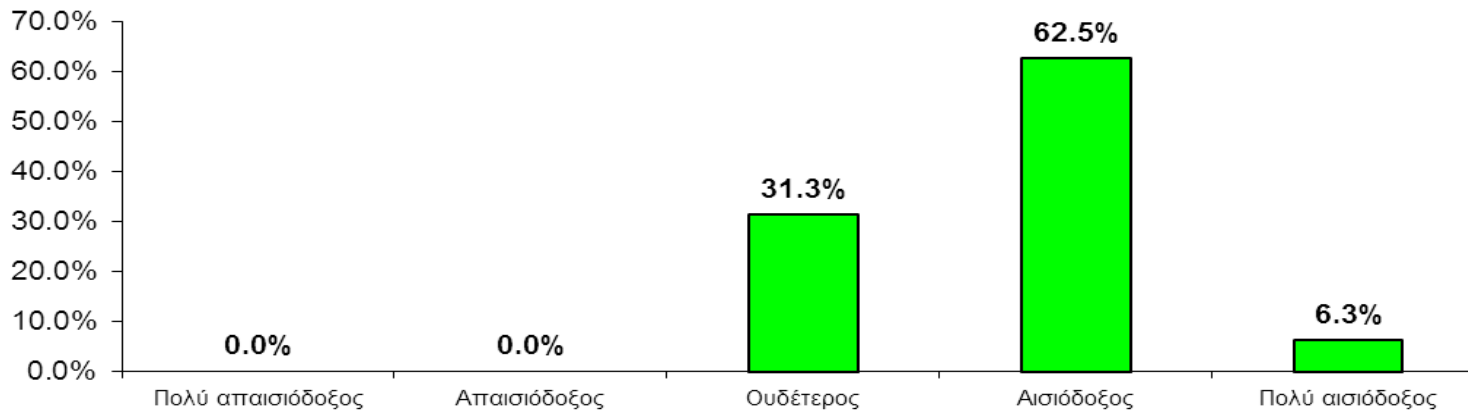
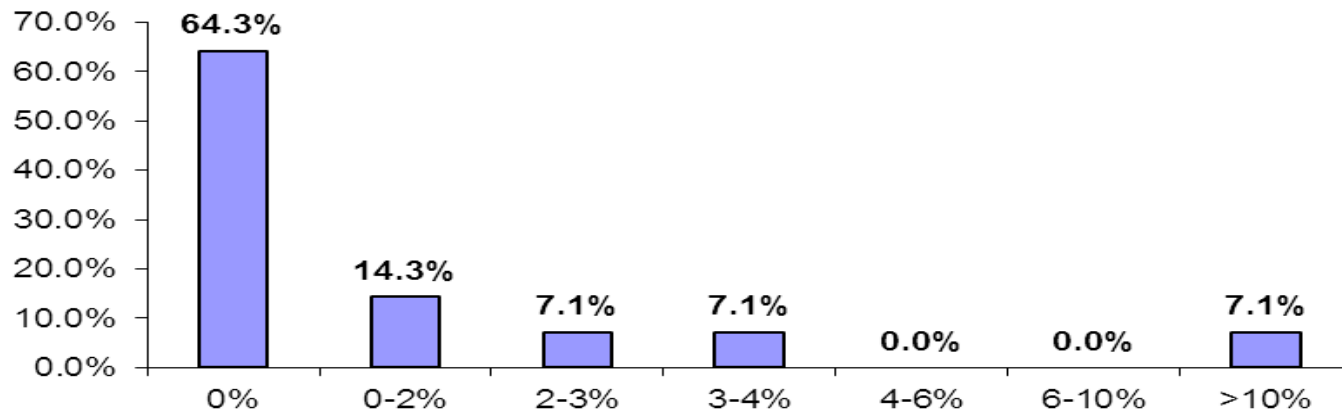
Εμπόριο



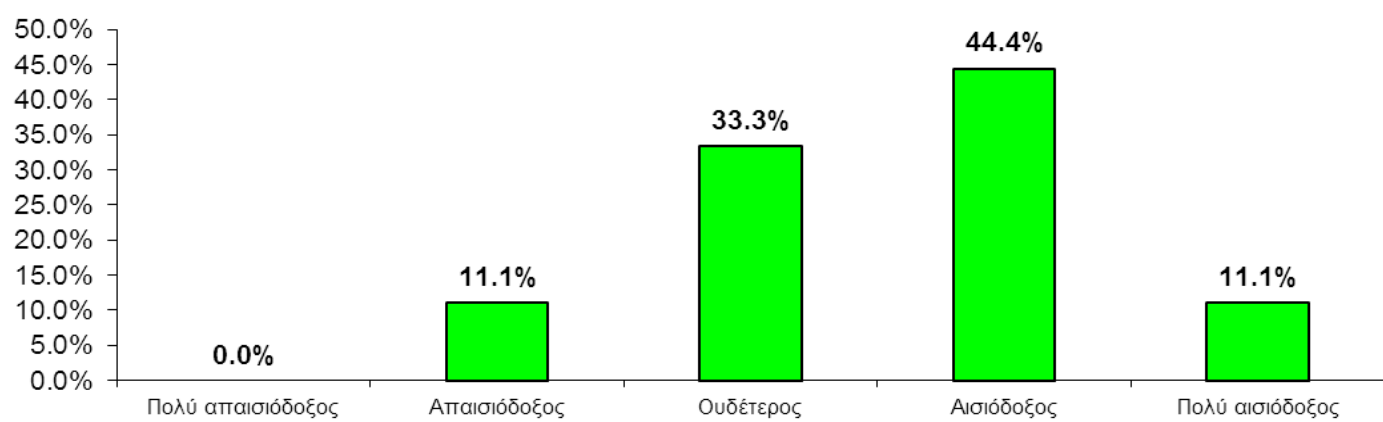
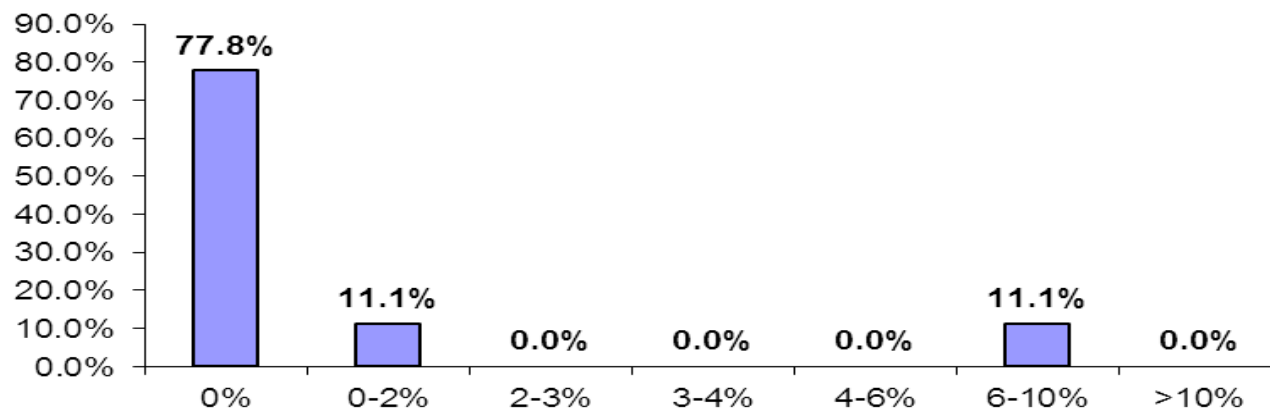
Κατασκευές



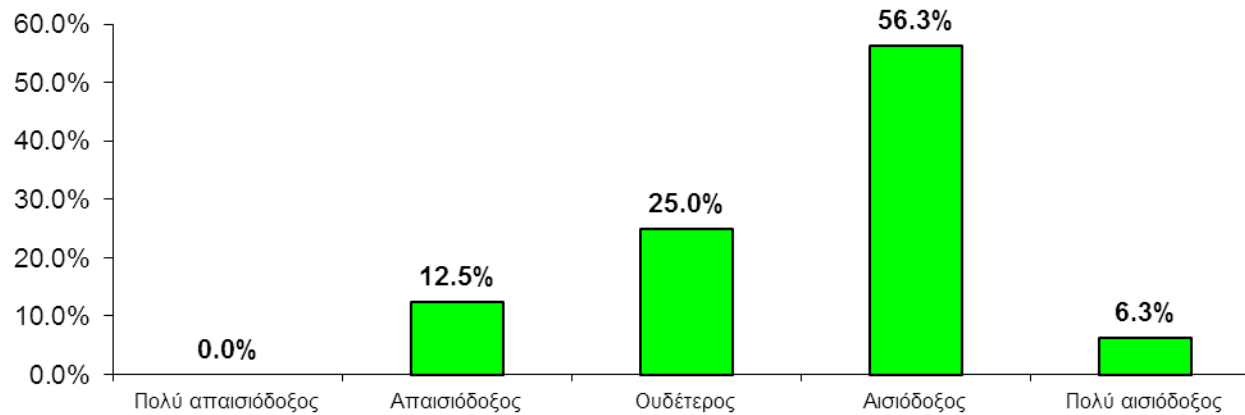
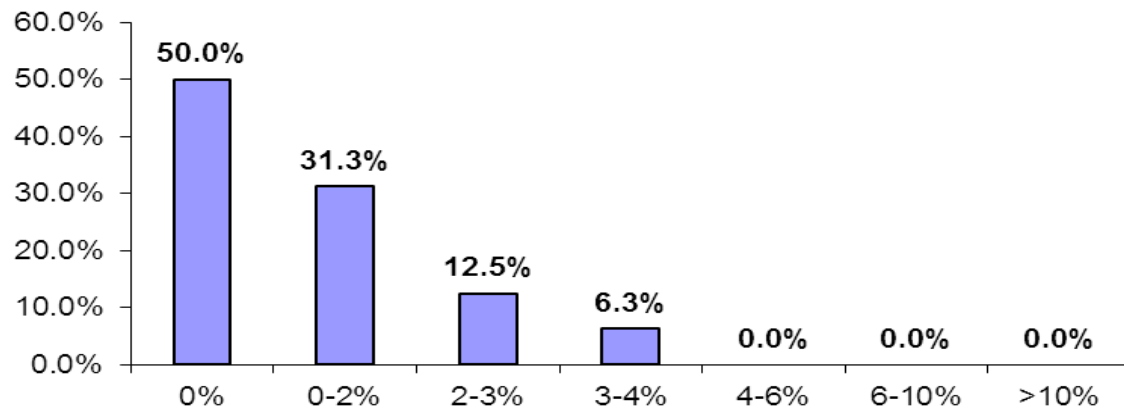
Τηλεπικοινωνίες / Πληροφορική



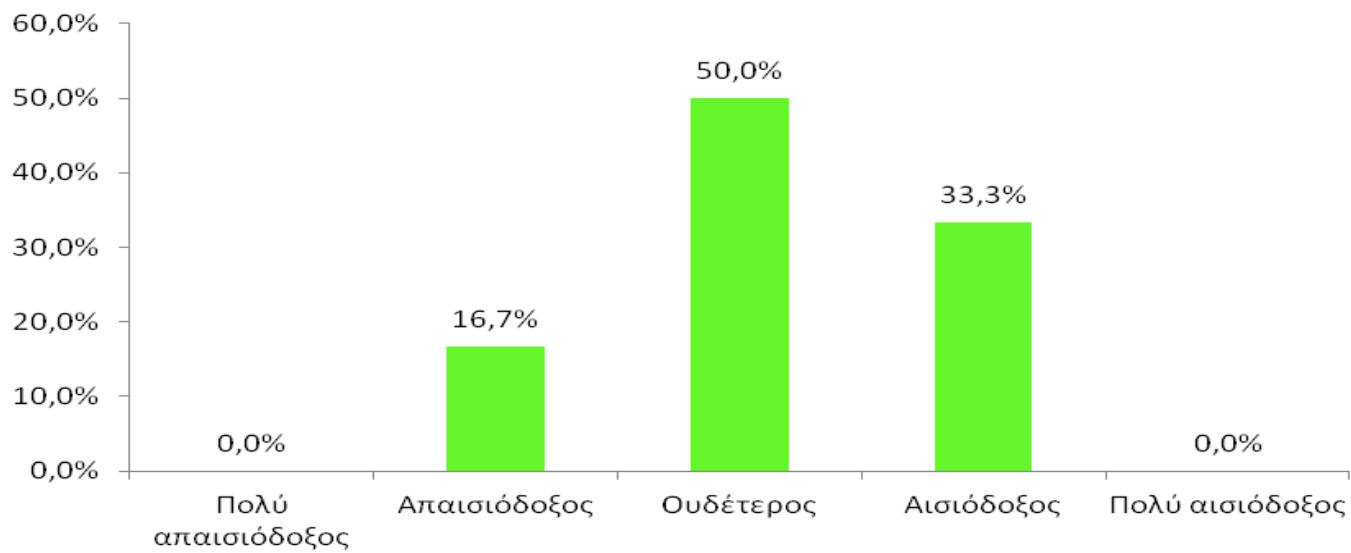
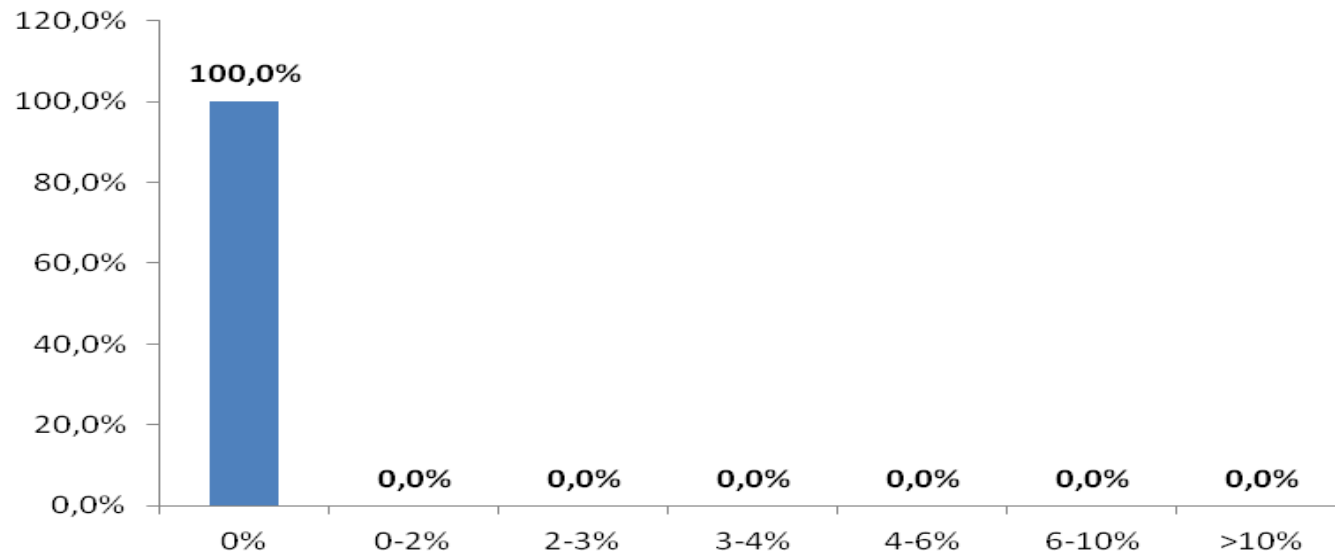
Τράπεζες



Τουριστικές

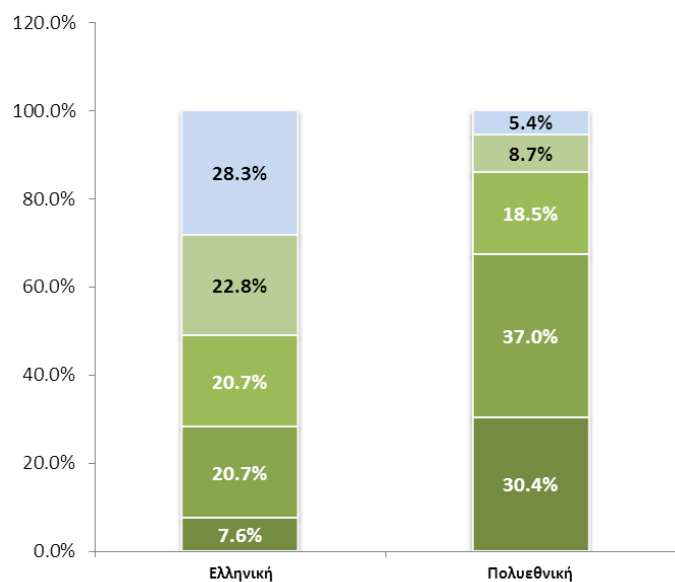


Φαρμακευτικές

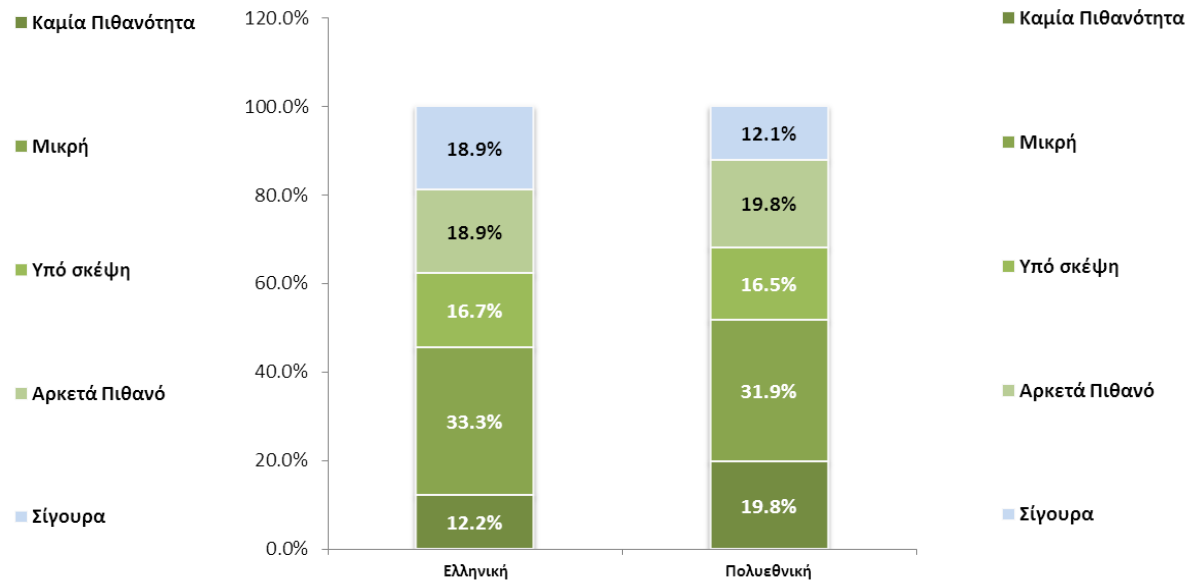


Εκπαίδευση

Πόσο πιθανό είναι η επιχείρηση να προβεί στις παρακάτω ενέργειες;



Μείωση Μισθών

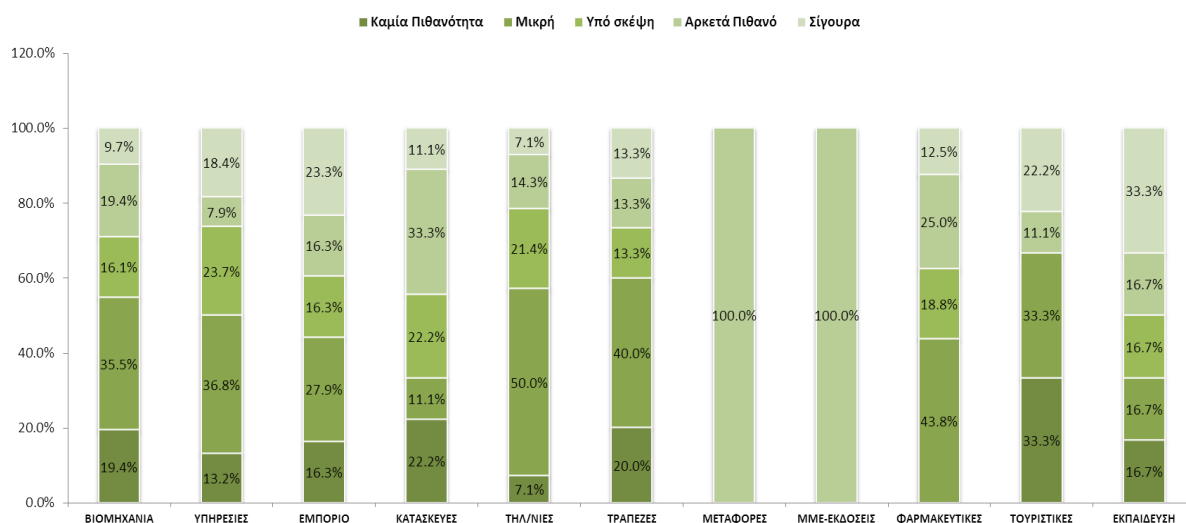


Μείωση Προσωπικού

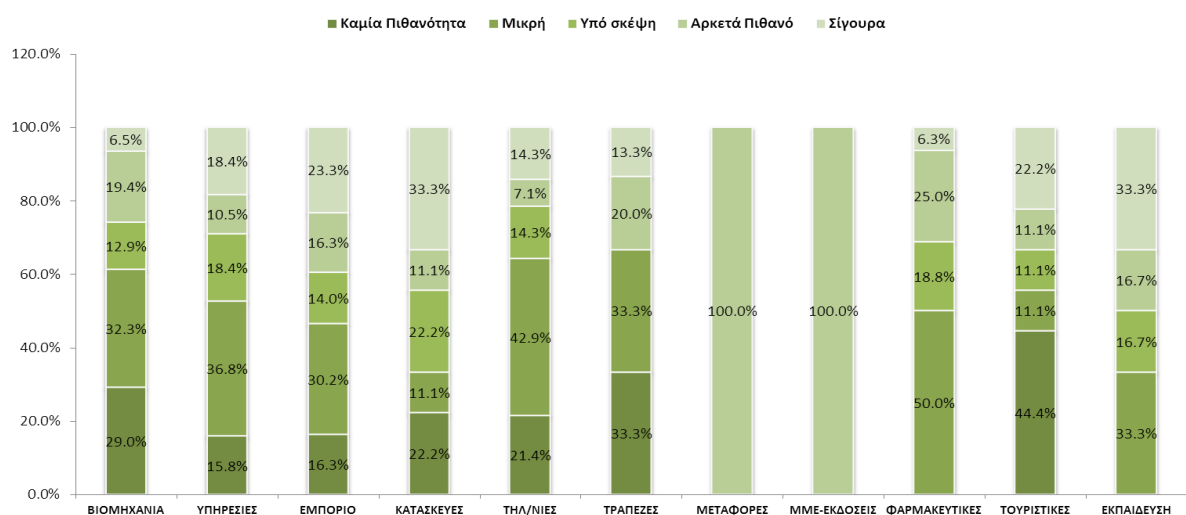
Μείωση Μισθών και Μείωση Προσωπικού ανά Εθνικότητα

Πόσο πιθανό είναι η επιχείρηση να προβεί στις παρακάτω ενέργειες;

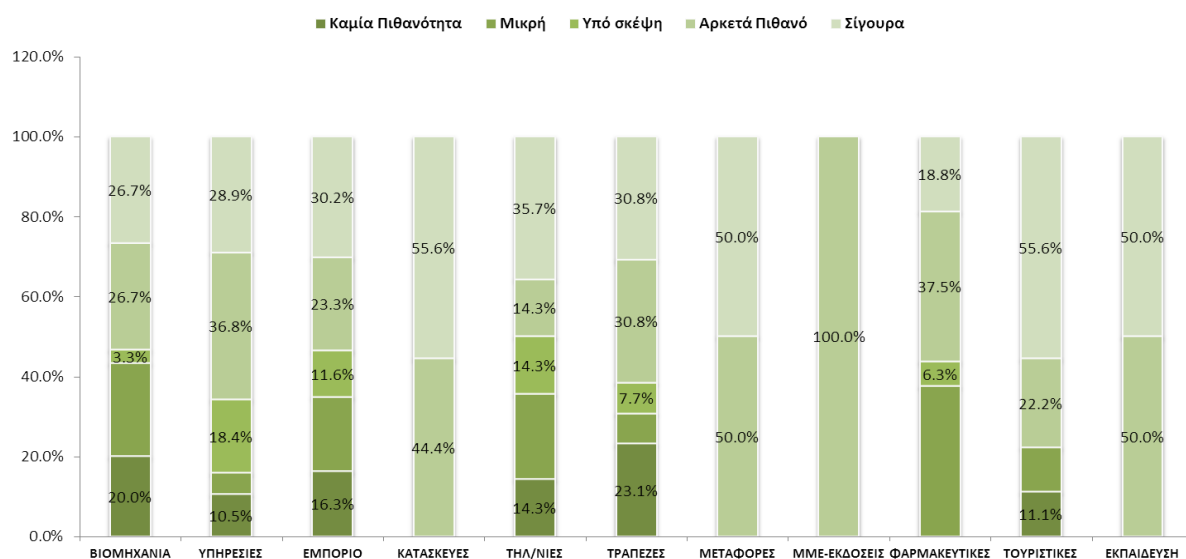
Μείωση επένδυσης για εκπαίδευση για τη μεγάλη μερίδα του προσωπικού



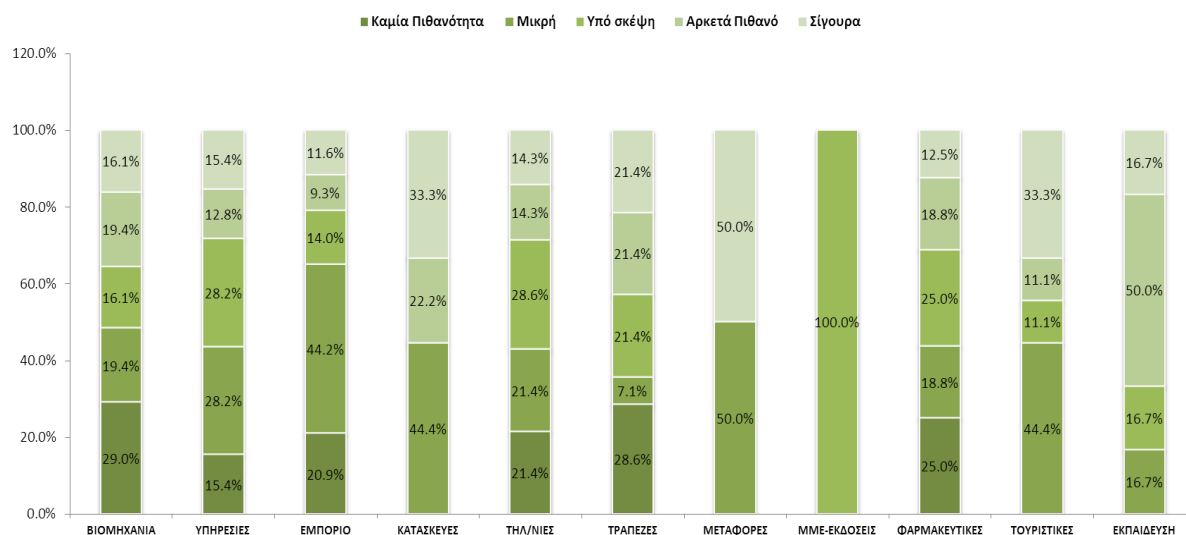
Μείωση επένδυσης για εκπαίδευση για διευθυντικά στελέχη



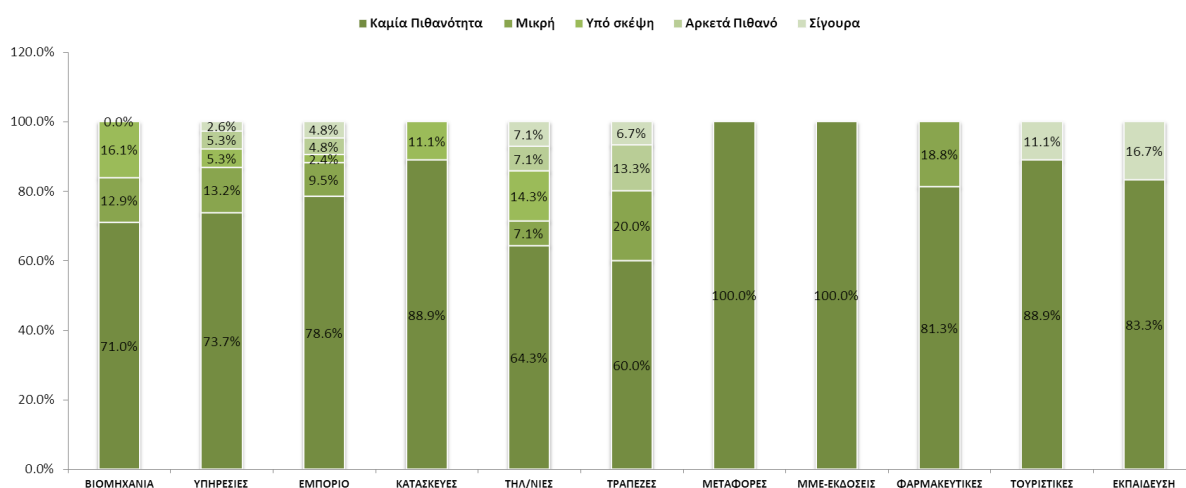
Μείωση Μπόνους



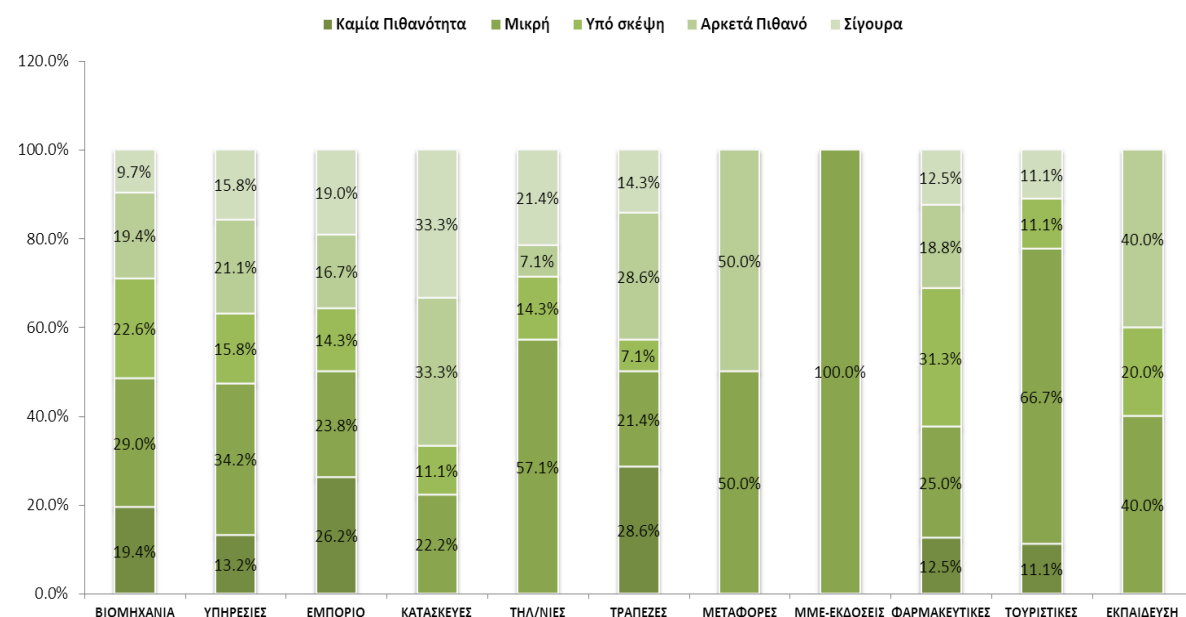
Μείωση Μισθών



Μετεγκατάσταση επιχείρησης στο εξωτερικό



Μείωση Προσωπικού



Υπάρχει ευθυγράμμιση του Employer Brand με το Customer Brand; (ανά κλάδο)

