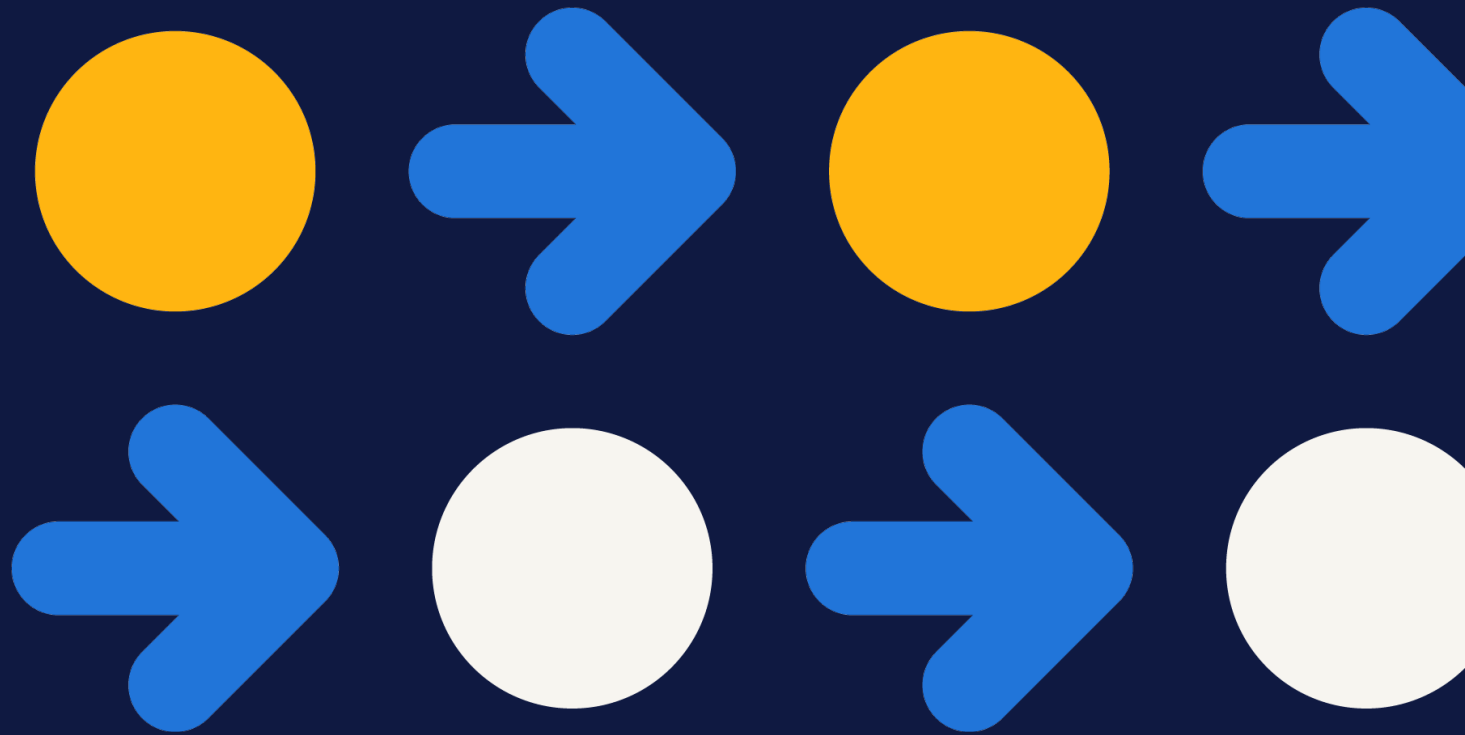


έρευνα
employer brand
2021



ελλάδα.

περιεχόμενα.

- 1 εισαγωγή
- 2 ελκυστικότητα εργοδότη
- 3 αλλαγή εργασιακού περιβάλλοντος
- 4 COVID-19 στο επίκεντρο
- 5 περαιτέρω μελέτη



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 για πάνω από 21 χρόνια παγκοσμίως.
- αποτελεί την πιο πλήρη και ανεξάρτητη έρευνα με περισσότερους από 190.000 συμμετέχοντες σε 34 χώρες 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.



χαρτογραφώντας το employer brand.

έλεγχος της τρέχουσας εικόνας του εργοδότη

- πληροφορίες σχετικά με την εικόνα του εργοδότη
- εξωτερική αντίληψη

συνέντευξη με εργαζομένους και στελέχη με σκοπό να γίνουν κατανοητά:

- η αντίληψή τους για το brand
- κενά και σημεία που χρήζουν βελτίωσης

αξιολόγηση των ανταγωνιστών για το ανθρώπινο δυναμικό

ανάπτυξη στρατηγικής του εργοδοτικού brand και των δημιουργικών στοιχείων marketing

δημιουργία πυλώνων του brand και της ελκυστικής πρότασης αξίας εργοδότη (EVP)

ανάλυση της εξωτερικής αγοράς

- κίνητρα και παράγοντες ανάπτυξης καριέρας
- συγκεκριμένες απόψεις για τη βελτίωση της εταιρείας σας

παρουσίαση της εικόνας του εργοδότη εντός εταιρείας
ανατροφοδότηση και σχόλια από εργαζόμενους + τη διοίκηση/ηγεσία

προώθηση της εικόνας του εργοδότη εκτός εταιρείας

μέτρηση, αξιολόγηση και βελτίωση



γιατί το employer branding είναι σημαντικό.



οι εταιρείες καταβάλλουν κατά 10% υψηλότερους μισθούς, αν δεν έχουν ισχυρή εικόνα του εργοδότη.¹

50%

των υποψηφίων δηλώνουν ότι δεν θα εργάζονταν για μια εταιρεία με κακή φήμη - παρά την ενδεχόμενη αύξηση μισθού.²

96%

συμφωνεί ότι η ισχυρή σύνδεση των προσωπικών αξιών με την εταιρική κουλτούρα αποτελεί βασικό παράγοντα για την ικανοποίησή τους από την τωρινή εργασία.³

80%

των ηγετικών στελεχών συμφωνούν ότι ένα ισχυρό employer brand έχει σημαντική επίδραση στην ικανότητά τους να προσλαμβάνουν αξιολογικό ανθρώπινο δυναμικό.⁴ Καθώς οι άνθρωποι εργάζονται για κουλτούρες, και όχι για εταιρείες αυτές καθαυτές, η αντίληψή τους για εσάς ως εργοδότη είναι υψίστης σημασίας. Τόσο οι υπεύθυνοι προσλήψεων όσο και οι υποψήφιοι αναφέρουν την εταιρική κουλτούρα ως έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες για την επιλογή εργοδότη. Επιπλέον, αν η εταιρική κουλτούρα σας είναι διαφανής οι υποψήφιοι είναι σε θέση να αντιληφθούν καλύτερα αν μπορούν να ταιριάξουν με αυτήν. Ακόμη, εάν οι υποψήφιοι βλέπουν θετικές εμπειρίες εργαζομένων και υποψηφίων σε ιστοσελίδες αξιολογήσεων, αισθάνονται πιο σίγουροι για την υποβολή του βιογραφικού τους κάνοντας πιο εύκολα το επόμενο βήμα στην καριέρα τους.

γιατί το employer branding είναι σημαντικό.

19%

μόνο το 19% των εργαζομένων παγκοσμίως βιώνουν ισχυρή σύνδεση μεταξύ του τί λένε οι εργοδότες όσον αφορά τις εταιρείες τους και την εμπειρία τους από την εργασία τους στη συγκεκριμένη εταιρεία.⁵

1-2x

οι εταιρείες με ισχυρή εργοδοτική φήμη είναι σε θέση να προσλαμβάνουν 1-2 φορές πιο γρήγορα εργατικό δυναμικό.⁸

#1

#1 εμπόδιο για τους υποψηφίους κατά τη διαδικασία υποβολής αιτήσεων είναι ότι δεν γνωρίζουν πώς είναι να εργάζονται σε έναν οργανισμό.⁷

76%

των εργαζομένων που βιώνουν ισχυρή σύνδεση μεταξύ της εταιρικής φήμης και της πραγματικής εταιρικής κουλτούρας είναι πολύ πιθανό να συστήσουν τη συγκεκριμένη εταιρεία ως πιθανό εργοδότη.⁹

52%

των υποψηφίων ερευνούν αρχικά την ιστοσελίδα και τα μέσα κοινωνικής δικτύωση της εταιρείας ώστε να μάθουν περισσότερα για αυτήν και τη στάση της ως εργοδότη.⁶



34 αγορές συμμετείχαν στην έρευνα, καλύπτοντας πάνω από το 80% της παγκόσμιας οικονομίας.

αργεντινή
αυστραλία
αυστρία
βέλγιο
βραζιλία
καναδάς
κίνα
τσεχία
γαλλία
γερμανία
ελλάδα
χονγκ κονγκ
ουγγαρία
ινδία
ιταλία
ιαπωνία
καζακστάν
λουξεμβούργο
μαλαισία
μεξικό
νέα ζηλανδία
νορβηγία
πολωνία
πορτογαλία
ρουμανία
ρωσία
σιγκαπούρη
ισπανία
σουηδία
ελβετία
ολλανδία
ηνωμένο βασίλειο
ουκρανία
ηνωμένες πολιτείες



● αγορές που συμμετείχαν στην έρευνα

[επιστήστε εδώ](#) για τη λεπτομερή μεθοδολογία της έρευνας

σε παγκόσμια κλίμακα

- πάνω από 190,000 ερωτηθέντες
- 6,493 εταιρείες συμμετείχαν στην έρευνα

δείγμα

- ηλικία 18-64
- αντιπροσωπευτικό για το φύλο
- υπερεκπροσώπηση ατόμων ηλικίας 25 - 44
- αποτελείται από φοιτητές, εργαζόμενους και ανέργους

χώρα

- 3,600 ερωτηθέντες

έρευνα

- διαδικτυακές συνεντεύξεις
- ιανουάριος 2021

διάρκεια της συνέντευξης

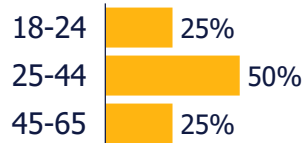
- 16 λεπτά

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

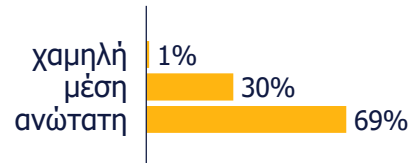
γένος



ηλικία



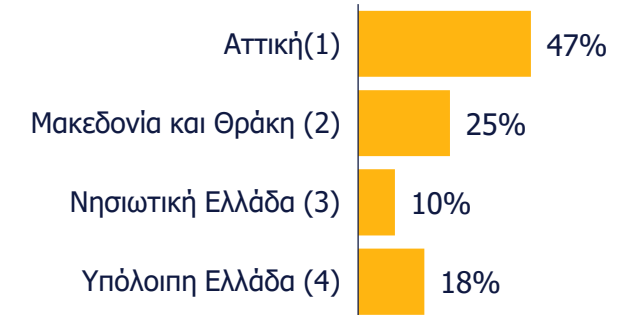
εκπαίδευση



επαγγελματική κατάσταση



περιοχή

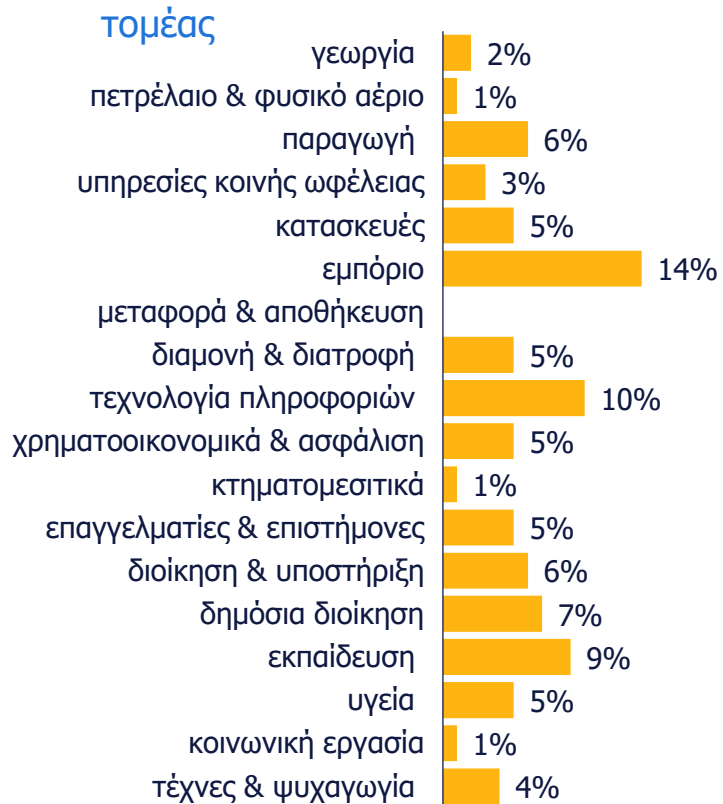


1. Αττική
2. Κεντρική Ελλάδα, Ήπειρος, Πελοπόννησος, Θεσσαλία, Δυτική Ελλάδα
3. Κεντρική Μακεδονία, Ανατολική Μακεδονία και Θράκη, Δυτική Μακεδονία
4. Κρήτη, Ιόνια Νησιά, Βόρειο Αιγαίο, Νότιο Αιγαίο

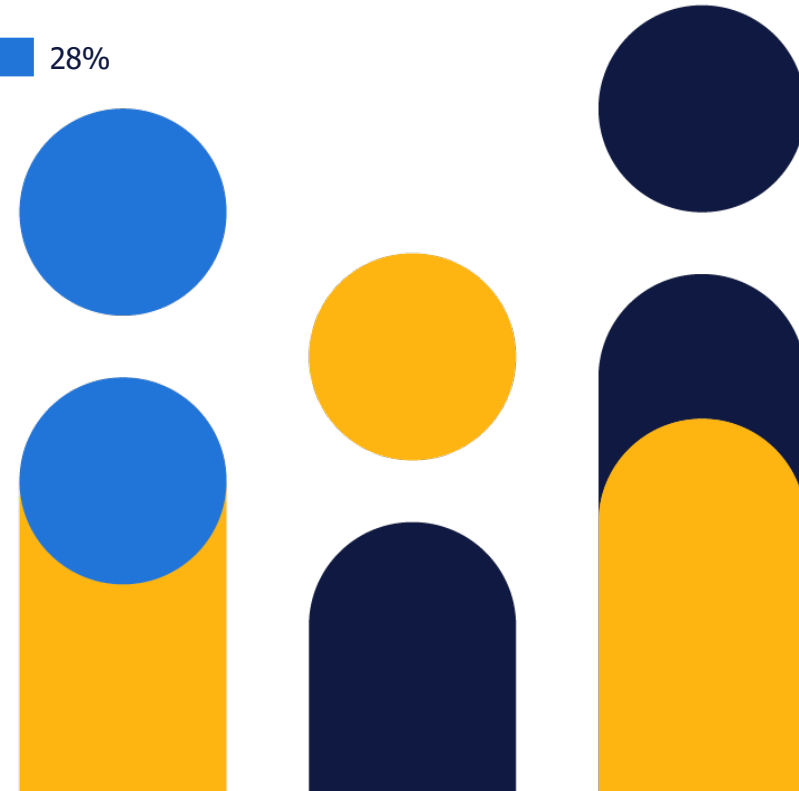
συνολικό δείγμα: 3,600
έρευνα: Ιανουάριος 2021



σύνθεση του δείγματος στην Ελλάδα τομέας, ιδιότητα.



βάση: απασχολούμενοι σήμερα (n= 2,431)



ελλάδα

ΟΙ ΠΙΟ ΕΛΚΥΣΤΙΚΟΙ ΕΡΓΟΔΟΤΕΣ.

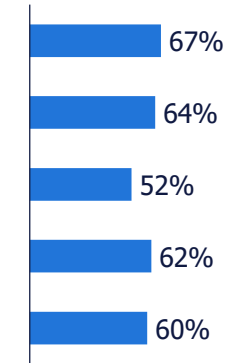


Τι θέλουν οι υποψήφιοι εργαζόμενοι τα 5 πιο σημαντικά κριτήρια κατά την επιλογή εργοδότη.

top 5 πιο σημαντικά κριτήρια



Ευρώπη
2021



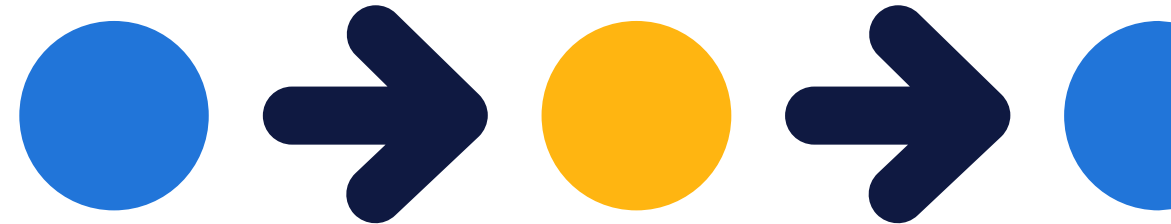
Ελλάδα
2020

- 01 υψηλός μισθός & παροχές
- 02 ευχάριστο εργασιακό περιβάλλον
- 03 δυνατότητες εξέλιξης
- 04 εργασιακή σταθερότητα και ασφάλεια
- 05 επαγγελματική και προσωπική ζωή

Ελλάδα
2019

- 01 υψηλός μισθός & παροχές
- 02 ευχάριστο εργασιακό περιβάλλον
- 03 δυνατότητες εξέλιξης
- 04 εργασιακή σταθερότητα και ασφάλεια
- 05 επαγγελματική και προσωπική ζωή

*συγκρίνοντας το 2021 με τα προηγούμενα έτη, λάβετε υπόψη ότι οι ερωτηθέντες είναι τώρα ελεύθεροι να επιλέξουν όσα κριτήρια θεωρούσαν σημαντικά από μια λίστα 16 στοιχείων, ενώ τα προηγούμενα χρόνια ήταν υποχρεωμένοι να επιλέξουν μόνο 5 από τα 16 κριτήρια.



Τι αναζητούν οι υποψήφιοι εργαζόμενοι όταν επιλέγουν έναν εργοδότη.

το πιο σημαντικό κριτήριο

μισθός & παροχές

Ο μισθός & οι παροχές αποτελούν τα πιο σημαντικά κριτήρια επιλογής ενός εργοδότη για τους δυνητικούς εργαζόμενους στην Ελλάδα, με υψηλότερο ποσοστό για τις γυναίκες ηλικίας 35 ετών και άνω, καθώς και των εργαζομένων που διαθέτουν υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο.

Γενικά, οι γυναίκες είναι πιο απαιτητικές και θεωρούν τα περισσότερα κριτήρια επιλογής σημαντικά σε σχέση με τους άνδρες, εξαιρώντας όμως τα κριτήρια της οικονομικής ευρωστίας και της χρήσης της τελευταίας τεχνολογίας.

Παρόλο που η δυνατότητα της απομακρυσμένης εργασίας αξιολογείται χαμηλά από τους εργαζόμενους, οι γυναίκες και οι εργαζόμενοι με υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο υποστηρίζουν πιο ένθερμα αυτή την παροχή.

[πατήστε εδώ](#) για να δείτε τα αποτελέσματα της κατάταξης του EVP (Employer Value Proposition) με βάση τα κοινωνικά και δημογραφικά χαρακτηριστικά.



πρόταση αξίας των εργοδοτών

ασφάλεια απέναντι στην πανδημία και πολύ καλή φήμη

Οι Έλληνες εργαζόμενοι αξιολογούν τους εργοδότες τους πολύ υψηλά επειδή προσφέρουν ένα ασφαλές εργασιακό περιβάλλον απέναντι στον Covid-19 ενώ επίσης διατηρούν μια πολύ καλή εργοδοτική φήμη. Αμέσως μετά ακολουθεί η οικονομική σταθερότητα και η ευρωστία της επιχείρησης. Οι άνδρες αξιολογούν τον εργοδότη τους υψηλότερα στα περισσότερα κριτήρια σε σχέση με τις γυναίκες. Τα στοιχεία εκείνα που οι άνδρες βαθμολογούν υψηλότερα από τις γυναίκες αφορούν στον μισθό και τις παροχές, την ασφάλεια της εργασίας και την εξέλιξη της καριέρας. Οι χαμηλότερες βαθμολογίες που δίνουν οι εργαζόμενοι είναι για τη δυνατότητα απομακρυσμένης εργασίας και την εξέλιξη της καριέρας.

[πατήστε εδώ](#) για την αναλυτική παρουσίαση των πιο ελκυστικών κλάδων και εργοδοτών για το 2021.

σημείο εστίασης των εργοδοτών

δυνατότητες εξέλιξης και μισθός & παροχές

Οι δυνατότητες εξέλιξης αποτελούν ένα σημαντικό κριτήριο μεταξύ των εργαζομένων αυτό τον χρόνο, κυρίως για τις γυναίκες.

Ο μέσος Έλληνας εργοδότης συγκεντρώνει χαμηλή βαθμολογία σε αυτόν το κριτήριο από τους εργαζομένους του. Ως εκ τούτου, στον μέσο εργοδότη στην Ελλάδα συνιστάται να δώσει μεγαλύτερη προσοχή στην εξέλιξη της σταδιοδρομίας των εργαζομένων του. Επιπλέον, οι εργαζόμενοι αξιολογούν τον υψηλό μισθό και τις παροχές τους ως ένα από τα χαμηλότερα κίνητρα που προσφέρει ο εργοδότης τους, παρά το γεγονός ότι πρόκειται για έναν σημαντικό παράγοντα που λαμβάνουν υπόψη όλοι οι εργαζόμενοι. Καθώς αυτός είναι ένας παράγοντας που εμφανίζεται συχνά στον κόσμο της εργασίας στην Ελλάδα, είναι χρήσιμο να έχετε υπόψη σας αυτό το στοιχείο, όταν εστιάζετε στις ανάγκες των εργαζομένων.

τι θέλουν οι υποψήφιοι εργαζόμενοι ο διαχωρισμός των θέσεων εργασίας στο επίκεντρο.

διευθυντικά στελέχη &
υπάλληλοι γραφείου

65%

των διευθυντικών στελεχών και υπαλλήλων γραφείου θεωρούν την εξέλιξη της σταδιοδρομίας ως ένα από τα πιο σημαντικά κριτήρια, ποσοστό υψηλότερο από εκείνο του εργατικού προσωπικού. Συνολικά, αυτή η κατηγορία εργαζομένων βρίσκεται σε αντιστοιχία με τα κριτήρια που αναζητά ο μέσος Έλληνας εργαζόμενος.

εργατικό προσωπικό

65%

του εργατικού προσωπικού θεωρεί ότι ο μισθός & παροχές και το ευχάριστο εργασιακό περιβάλλον είναι εξίσου σημαντικά κριτήρια, ακολουθούμενα από την εργασιακή σταθερότητα και ασφάλεια.

τα πιο σημαντικά χαρακτηριστικά



αλλαγή
εργασιακού
περιβάλλοντος



στο επίκεντρο.

αλλαγή εργασιακού περιβάλλοντος αναζητώντας άλλον εργοδότη.

1 στους 11 Έλληνες άλλαξαν εργοδότη

9% των Ελλήνων εργαζομένων άλλαξαν εργοδότη κατά το τελευταίο μισό του 2020, ιδιαίτερα οι εργαζόμενοι που ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα 18-34 (μέσος όρος 12%).

Επιπλέον, το ποσοστό των εργαζομένων που σκοπεύει να αλλάξει εργοδότη κατά το πρώτο εξάμηνο του 2021 ανέρχεται στο 22% και αφορά κυρίως στην ίδια ηλικιακή ομάδα (18-34 ετών), καθώς και γυναίκες και εργαζομένους που διαθέτουν υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο. Όσοι άλλαξαν εργασιακό περιβάλλον αποδίδουν μεγαλύτερη αξία στην εξέλιξη της καριέρας, την προσφορά στην κοινωνία, το περιεχόμενο της εργασίας, την ποικιλομορφία, τη φήμη, την ισχυρή διοίκηση και τη χρήση πιο σύγχρονων τεχνολογικών μέσων από εκείνους που παρέμειναν στο ίδιο εργασιακό περιβάλλον.

προσωπικές επαφές στην κορυφή

Τα πιο συχνά χρησιμοποιούμενα κανάλια για εκείνους που αναζητούν αλλαγή εργασιακού περιβάλλοντος είναι σαφώς οι προσωπικές επαφές (43%) με τις ιστοσελίδες αγγελιών εργασίας (29%) να καταλαμβάνουν τη δεύτερη θέση.



τα πιο σημαντικά χαρακτηριστικά αλλαγής ή παραμονής στο εργασιακό περιβάλλον.

όσοι επιθυμούν να αλλάξουν εργασιακό περιβάλλον

2021

9%

άλλαξαν εργοδότη τους τελευταίους 6 μήνες.

2021

10%

όσων επηρεάστηκαν από τον COVID-19 άλλαξαν εργοδότη τους τελευταίους 6 μήνες.

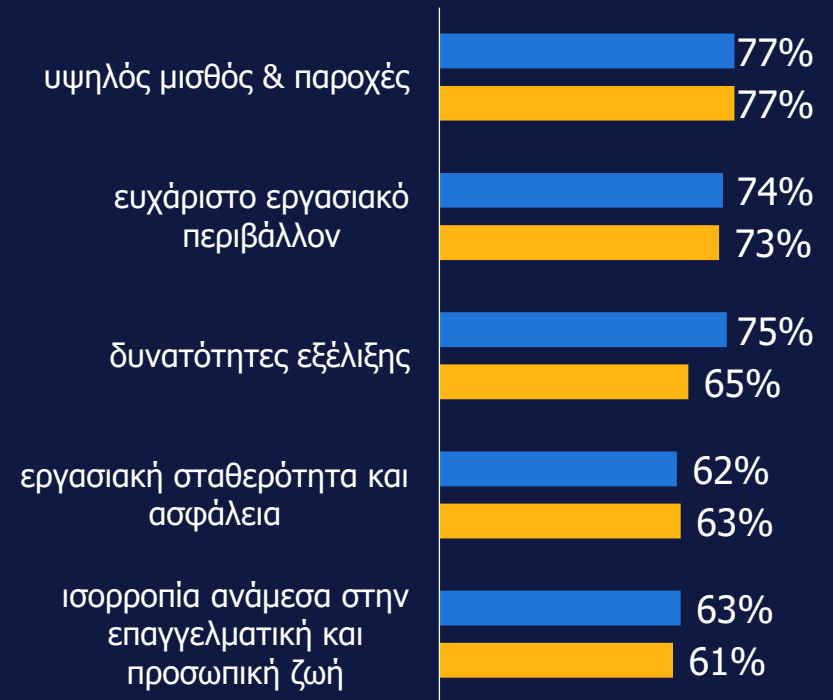
όσοι επιθυμούν να παραμείνουν στο υπάρχον εργασιακό περιβάλλον

2021

91%

διατήρησαν τη θέση εργασίας τους τελευταίους 6 μήνες

πιο σημαντικά χαρακτηριστικά:



● όσοι επιθυμούν να αλλάξουν εργασιακό περιβάλλον

● όσοι επιθυμούν να παραμείνουν στο υπάρχον εργασιακό περιβάλλον

* τελευταίοι 6 μήνες= τελευταίο μισό του 2020. Η έρευνα Employer Branding της Randstad 2021 καλύπτει την χρονική περίοδο των τελευταίων 6 μηνών (εν αντιθέσει με τους 12 μήνες όπως ίσχυε στο παρελθόν) με στόχο να διαφωτίσει καλύτερα τις επιπτώσεις της πανδημίας COVID-19.

αλλαγή εργασιακού περιβάλλοντος η ταξινόμηση των θέσεων εργασίας στο επίκεντρο.

διευθυντικά στελέχη &
υπάλληλοι γραφείου

20%

των διευθυντικών στελεχών & υπαλλήλων γραφείου είναι πρόθυμοι να αλλάξουν εργασιακό περιβάλλον το πρώτο εξάμηνο του 2021. Αυτό δεν διαφέρει πολύ από τον μέσο όρο των Ελλήνων εργαζομένων (22%), που προτίθενται να αλλάξει εργοδότη.

εργατικό προσωπικό

11%

του εργατικού προσωπικού άλλαξε εργασιακό περιβάλλον το τελευταίο εξάμηνο του 2020. Το ποσοστό αυτό είναι ελαφρώς υψηλότερο σε σύγκριση με τον μέσο όρο των Ελλήνων εργαζομένων (9%).



πώς οι εργαζόμενοι στην Ελλάδα βρίσκουν νέες ευκαιρίες εργασίας.

top 5 κανάλια αναζήτησης νέων θέσεων εργασίας.



top 3 ιστοσελίδες αγγελιών εργασίας

*η βάση είναι εξαιρετικά μικρή για το 2021

top 3 κανάλια κοινωνικής δικτύωσης

*η βάση είναι εξαιρετικά μικρή για το 2021

● 2021

● 2020

COVID-19

στο επίκεντρο.

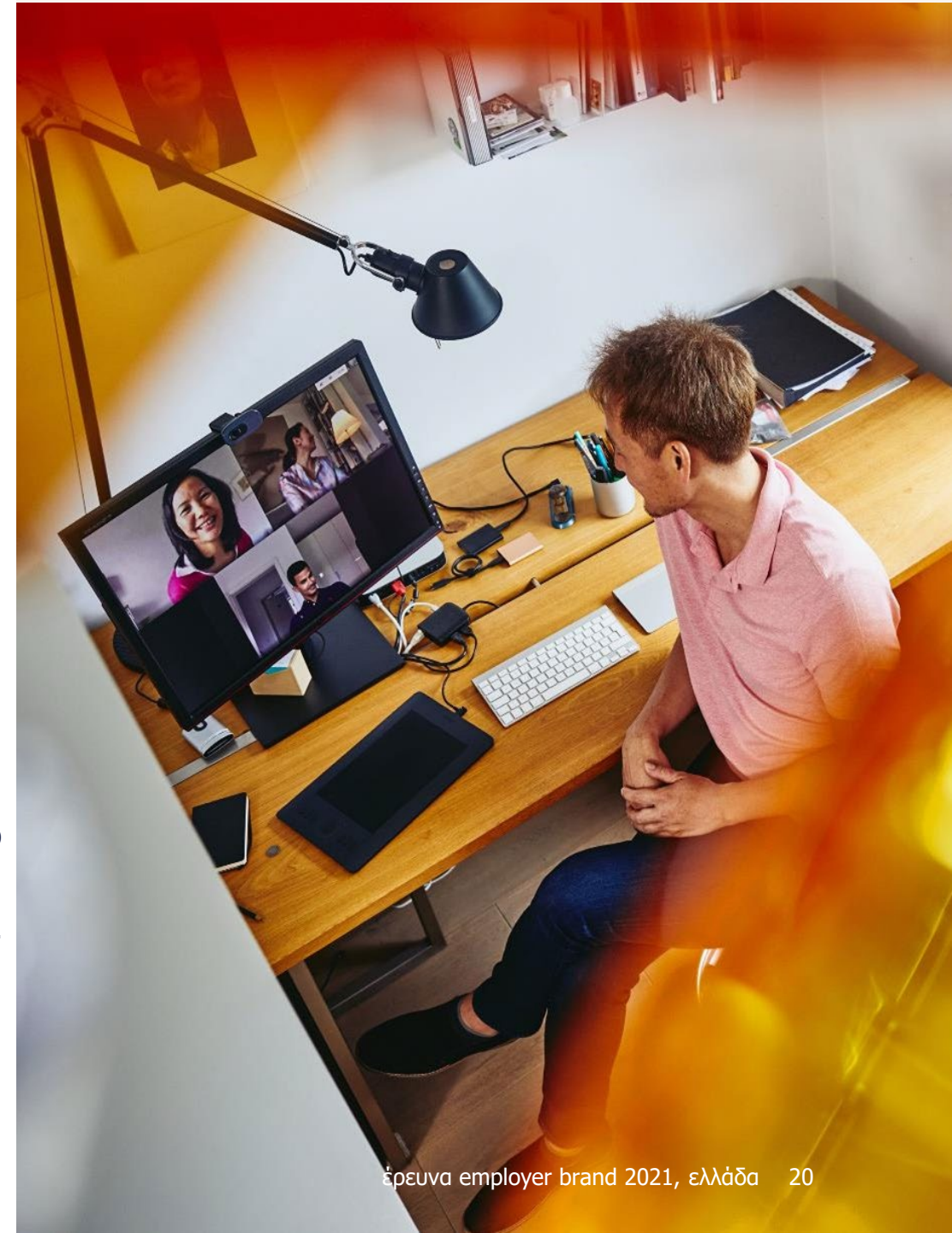


covid-19 και ο αντίκτυπος στην αγορά εργασίας.

η δυνατότητα εξ αποστάσεως εργασίας θεωρείται η πιο σημαντική. Μόνο το 38% των Ελλήνων εργαζομένων βρίσκει ελκυστική τη δυνατότητα εξ αποστάσεως εργασίας, γεγονός που καθιστά το κριτήριο αυτό ως ένα από τα λιγότερο σημαντικά. Οι γυναίκες και οι εργαζόμενοι που διαθέτουν υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο έχουν την τάση να κατατάσσουν αυτό το κριτήριο ως πιο σημαντικό. Ωστόσο, για τους ίδιους αυτό παραμένει λιγότερο ελκυστικό σε σχέση με άλλα κριτήρια. Τόσο οι εργαζόμενοι πλήρους απασχόλησης όσο και οι εργαζόμενοι μερικής απασχόλησης θεωρούν εξίσου σημαντική την εξ αποστάσεως εργασία.

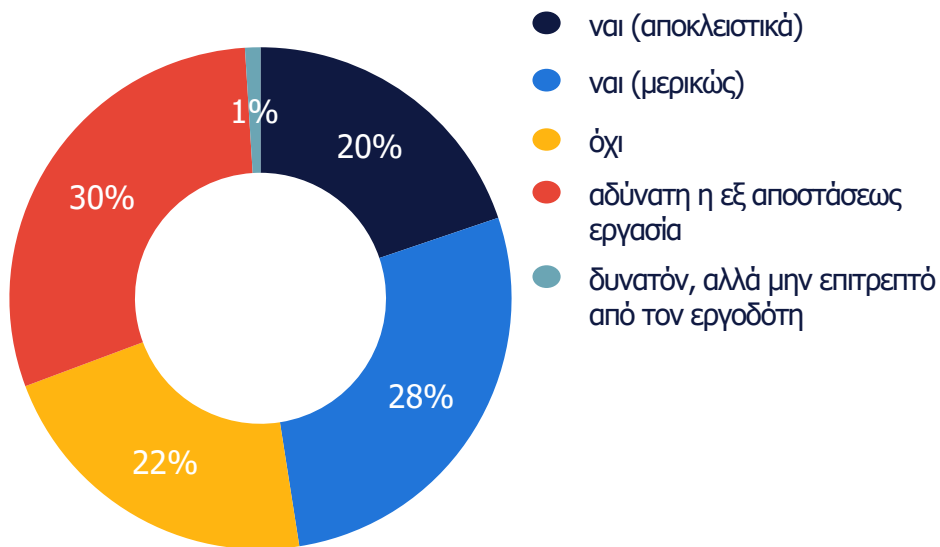
οι μισοί από τους εργαζόμενους ξεκίνησαν να εργάζονται (περισσότερο) εξ αποστάσεως κατά τη διάρκεια της πανδημίας COVID-19

Από το 48% των εργαζομένων που ξεκίνησε να εργάζεται πιο εντατικά με το μοντέλο της εξ αποστάσεως εργασίας, το 52% εξ αυτών συμμετείχε στη λήψη της απόφασης, σε αντίθεση με το 48% των εργαζομένων που δεν είχε καμία εμπλοκή στην απόφαση αυτή. Το 50% των ανδρών και το 45% των εργαζομένων που διαθέτουν υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο συνέχισαν να εργάζονται κανονικά, σε αντίθεση με το μόλις 31% των γυναικών και το 29% των εργαζομένων με μέση εκπαίδευση.



εξ αποστάσεως εργασία λόγω covid-19.

Αρχίσατε να εργάζεστε (περισσότερο) εξ αποστάσεως λόγω της κρίσης COVID-19;



ελλάδα

16%

των εργαζομένων που δήλωσαν ότι εργάζονται εξ αποστάσεως, το κάνουν με δική τους απόφαση.

Η επιρροή ή όχι στην απόφαση να εργαστούν περισσότερο εξ αποστάσεως είναι υψηλότερη μεταξύ της νεότερης ηλικιακής ομάδας (28%). Επιπλέον, είναι κυρίως οι εργαζόμενοι με υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο που άρχισαν να εργάζονται περισσότερο εξ αποστάσεως.

Μόνο το 1% των εργαζομένων που μπορεί να εργαστεί από το σπίτι δεν τους επιτράπηκε από τους εργοδότες. Το 22% των θέσεων εργασίας των εργαζομένων είναι συνδεδεμένες με τα κτίρια και τις εγκαταστάσεις, γεγονός που καθιστά αδύνατη την εργασία από το σπίτι ή αλλού.

ευρώπη

23%

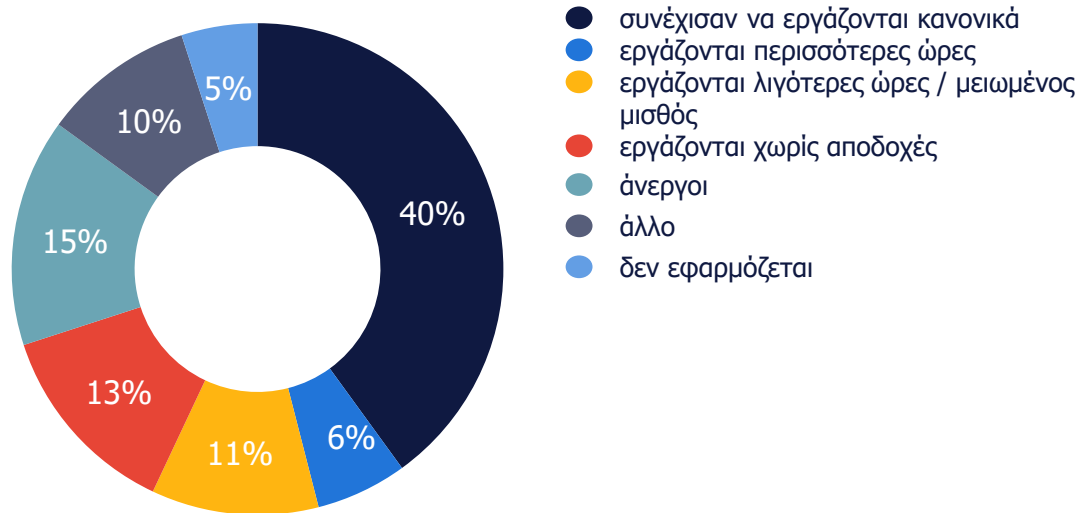
των εργαζομένων που δήλωσαν ότι εργάζονται εξ αποστάσεως, το κάνουν με δική τους απόφαση.

Εξετάζοντας τα δεδομένα στην Ευρώπη, δεν παρατηρούμε σημαντικές διαφορές μεταξύ των κοινωνικών και δημογραφικών χαρακτηριστικών σχετικά με την απόφαση να εργαστούν εξ αποστάσεως. Οι περισσότεροι Ευρωπαίοι εργαζόμενοι (40%) υποχρεώθηκαν να εργαστούν περισσότερο εξ αποστάσεως από τον εργοδότη τους ή/και τις αρχές.

Ένα πολύ μικρό ποσοστό των Ευρωπαίων που θα μπορούσαν να εργαστούν από το σπίτι δεν τους επέτρεψε ο εργοδότης τους (2%). Για το 28% των Ευρωπαίων, η εργασία από το σπίτι είναι αδύνατη, καθώς η εργασία τους είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με τα κτήρια και τις εγκαταστάσεις, το οποίο αφορά συχνότερα τους εργαζόμενους χαμηλού μορφωτικού επιπέδου (40%).

η κατάσταση της απασχόλησης αλλάζει λόγω covid-19.

Πώς η πανδημία covid-19 άλλαξε την κατάσταση απασχόλησης των εργαζομένων



περισσότεροι από τους μισούς εργαζομένους είδαν την εργασιακή τους κατάσταση να αλλάζει

55% των εργαζομένων είτε τέθηκαν σε άδεια άνευ αποδοχών είτε έμειναν άνεργοι είτε εργάστηκαν με διαφορετικό ωράριο από το συνηθισμένο είτε για άλλους λόγους είδαν την κατάσταση της απασχόλησής τους να αλλάζει λόγω της πανδημίας.

Το υψηλότερο ποσοστό όσων έμειναν άνεργοι ήταν μεταξύ των γυναικών (18%) και των ατόμων ηλικίας 18-24 ετών (20%).

Οι μισοί εργαζόμενοι, ωστόσο, συνέχισαν να εργάζονται κανονικά. Αυτό ισχύει ιδιαίτερα για τους άνδρες (50%), για τα άτομα ηλικίας 35-54 ετών (50%), καθώς και για τους εργαζόμενους με υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο (45%).

ευρώπη

39%

των ερωτηθέντων έχουν δει την εργασιακή τους κατάσταση να αλλάζει λόγω της πανδημίας COVID-19.

φόβος απώλειας εργασίας το 2021 προθυμία αλλαγής εργασιακού περιβάλλοντος.

29%

των εργαζομένων που φοβούνται ότι θα χάσουν τη θέση εργασίας τους, σχεδιάζουν να αλλάξουν εργασιακό περιβάλλον μέσα στους επόμενους 6 μήνες.

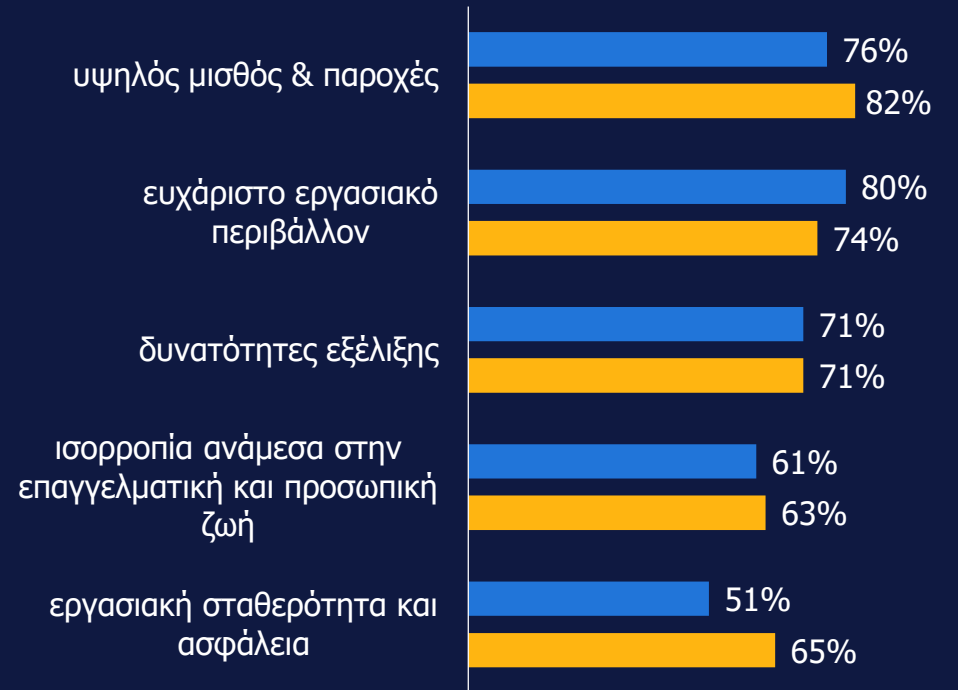
10%

των εργαζομένων που δεν φοβούνται ότι θα χάσουν τη θέση εργασίας τους, σχεδιάζουν να αλλάξουν εργασιακό περιβάλλον μέσα στους επόμενους 6 μήνες.

*επόμενοι 6 μήνες = πρώτο εξάμηνο του 2021. Η έρευνα Employer Branding της Randstad 2021 καλύπτει το χρονικό διάστημα 6 μηνών (εν αντιθέσει με τους 12 μήνες όπως ίσχυε στο παρελθόν) με στόχο να διαφωτίσει καλύτερα τις επιπτώσεις της πανδημίας COVID-19.



τα πιο σημαντικά χαρακτηριστικά:



● εργαζόμενοι που ανησυχούν για την απώλεια της θέσης εργασίας τους

● εργαζόμενοι που δεν ανησυχούν για την απώλεια της θέσης εργασίας τους

πρόθεση αλλαγής εργασιακού περιβάλλοντος για όσους επηρεάστηκαν από τον covid-19.

προθυμία

2021

22%

προτίθενται να αλλάξουν εργασιακό περιβάλλον τους επόμενους 6 μήνες.

προθυμία

2021

31%

όσων επηρεάστηκαν από τις επιπτώσεις του COVID-19 προτίθενται να αλλάξουν εργασιακό περιβάλλον τους επόμενους 6 μήνες.

*επόμενοι 6 μήνες = πρώτο εξάμηνο του 2021. Η έρευνα Employer Branding της Randstad 2021 καλύπτει το χρονικό διάστημα 6 μηνών (εν αντιθέσει με τους 12 μήνες όπως ίσχυε στο παρελθόν) με στόχο να διαφωτίσει καλύτερα τις επιπτώσεις της πανδημίας COVID-19.



Στην περίπτωση που η εργασιακή κατάσταση κάποιου έχει αλλάξει λόγω του COVID-19, η πρόθεση αλλαγής εργασιακού περιβάλλοντος είναι σημαντικά υψηλότερη (31%) από εκείνους που απλώς επιθυμούν να αλλάξουν εργοδότη (22%).

Ο τρόπος με τον οποίο οι Έλληνες εργοδότες υποστήριξαν και αντιμετώπισαν την πανδημία είχε θετικό αντίκτυπο στην αφοσίωση των εργαζομένων. Συνολικά, το 53% των εργαζομένων αισθάνεται περισσότερη δέσμευση απέναντι στον εργοδότη του σε αντίθεση με το 11% εκείνων που αισθάνονται συγκριτικά λιγότερο αφοσιωμένοι. Επιπλέον, οι εργαζόμενοι ηλικίας 18-24 ετών (19%) αισθάνονται λιγότερο αφοσιωμένοι στον εργοδότη τους.

Παραδόξως, παρατηρείται υψηλότερο επίπεδο αφοσίωσης μεταξύ των εργαζομένων που ήταν υποχρεωμένοι να εργάζονται εξ αποστάσεως (57%) σε σύγκριση με εκείνους στους οποίους η απόφαση αυτή ήταν δικής τους επιλογή (36%).

φόβος απώλειας θέσης εργασίας το 2021 λόγω της πανδημίας

φόβος απώλειας θέσης εργασίας

Η πανδημία COVID-19 προκάλεσε έντονη ανησυχία μεταξύ των εργαζομένων σχετικά με την ασφάλεια και τη διατήρηση των θέσεων εργασίας τους. Οι εργαζόμενοι ρωτήθηκαν σχετικά με το πόσο ανησυχούν για το ενδεχόμενο να χάσουν τη δουλειά τους το 2021 λόγω της πανδημίας.

Στην Ελλάδα, το 35% των εργαζομένων δήλωσε ότι ανησυχεί για την απώλεια της θέσης εργασίας του. Μάλιστα, σε μεγαλύτερο ποσοστό αυτό παρατηρείται στις γυναίκες (40%) και στους νέους 18-34 ετών (μέσος όρος 40%).

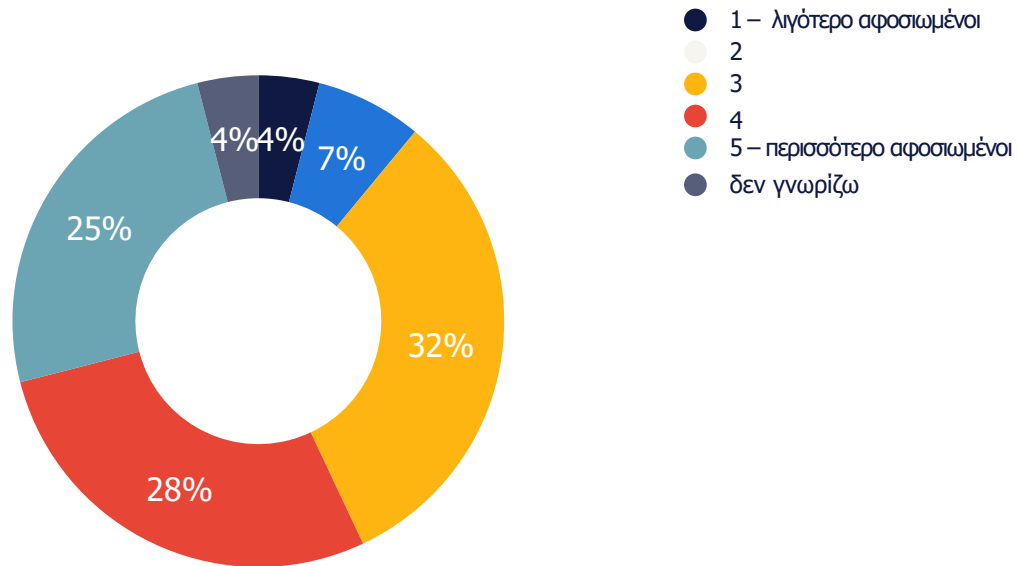
Το 29% των εργαζομένων που φοβάται μήπως χάσει την εργασία του σχεδιάζει να αλλάξει εργασιακό περιβάλλον το πρώτο εξάμηνο του 2021, ενώ μόνο το 10% των εργαζομένων που δεν ανησυχεί μήπως μείνει άνεργο προτίθεται να αλλάξει θέση εργασίας.

Από την άλλη πλευρά, το 41% των εργαζομένων στην Ελλάδα δεν φοβάται καθόλου ότι θα χάσει τη δουλειά του φέτος.



αφοσίωση στους εργοδότες κατά τη διάρκεια της πανδημίας.

Αφοσίωση στους εργοδότες με κριτήριο την υποστήριξη των εργαζομένων κατά τη διάρκεια της πανδημίας COVID-19



εργάζεται αποκλειστικά εξ αποστάσεως

55% των εργαζομένων, που εργάζονται μόνο από το σπίτι, είναι πιο αφοσιωμένοι στον εργοδότη τους λόγω του τρόπου διαχείρισης της κρίσης του COVID-19.

εργάζεται μερικώς εξ αποστάσεως

52% των εργαζομένων, που εργάζονται εν μέρει από το σπίτι, είναι πιο αφοσιωμένοι στον εργοδότη τους λόγω του τρόπου διαχείρισης της κρίσης του COVID-19.

υποχρεώθηκε να εργάζεται εξ αποστάσεως

57% των εργαζομένων, που υποχρεώθηκαν από τον εργοδότη/ αρχές να εργαστούν από το σπίτι, είναι πιο αφοσιωμένοι στον εργοδότη τους λόγω του τρόπου διαχείρισης της κρίσης του COVID-19.

εργάζεται κατ' επιλογή εξ αποστάσεως

36% των εργαζομένων που αποφάσισαν να εργαστούν από το σπίτι είναι πιο αφοσιωμένοι στον εργοδότη τους λόγω του τρόπου διαχείρισης της κρίσης του COVID-19.

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

Ιωάννα Κουνούπη

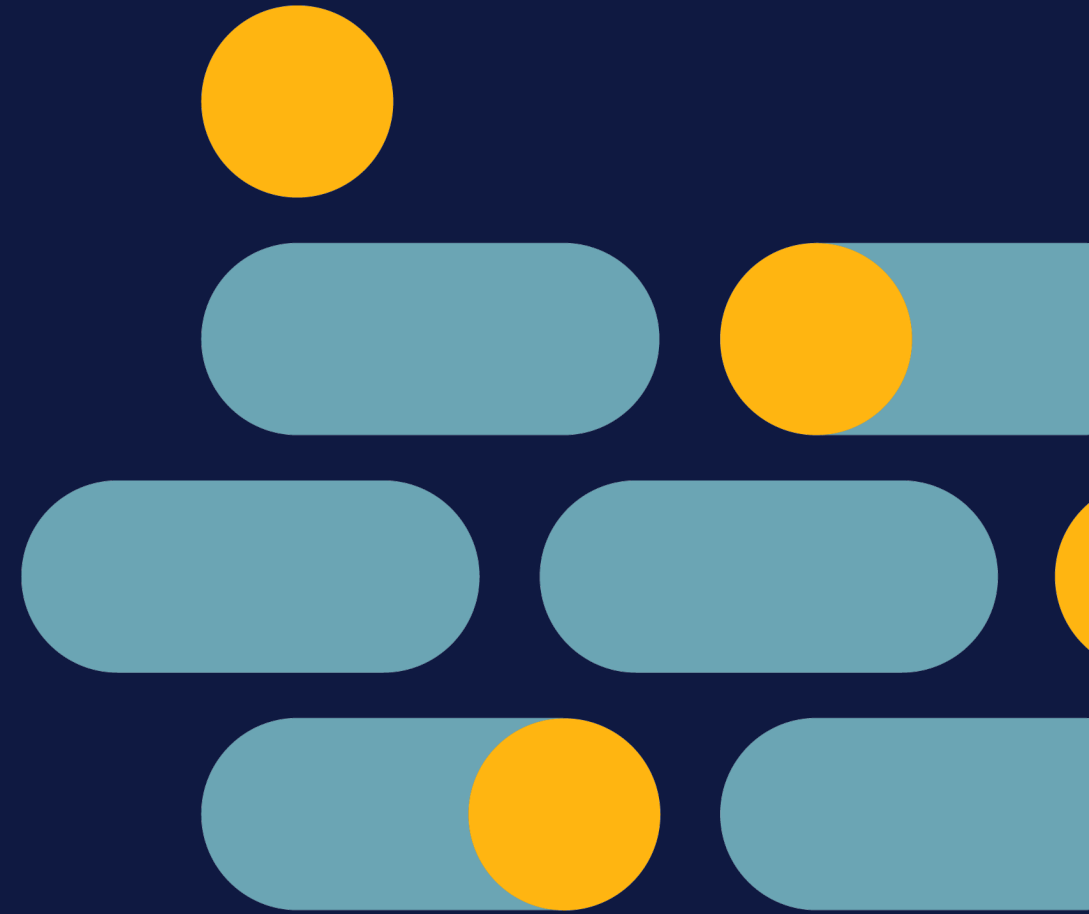
Commercial Manager

ikounoupi@randstad.gr



παράρτημα 1

αναλύοντας τα
κριτήρια EVP.

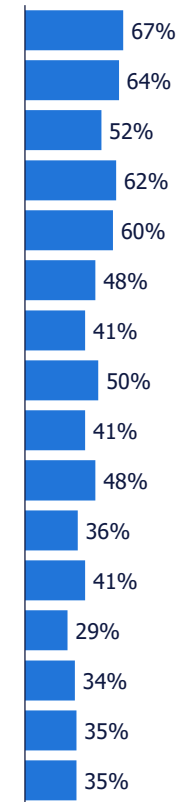


τι θέλουν οι υποψήφιοι εργαζόμενοι τα πιο σημαντικά κριτήρια κατά την επιλογή εργοδότη

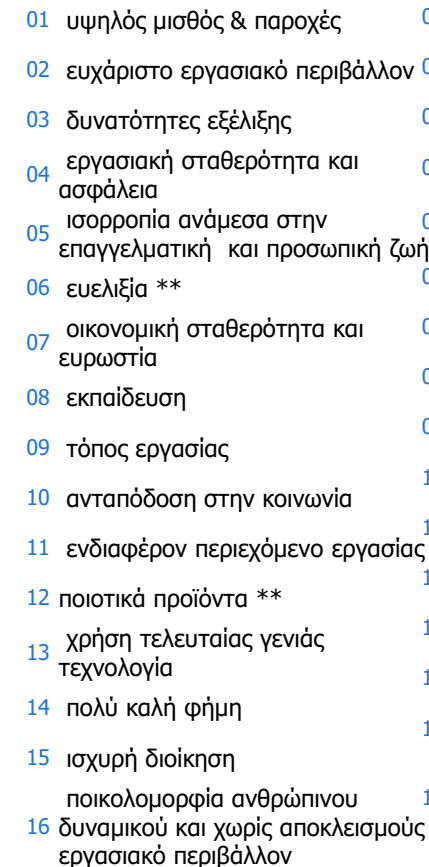
σημαντικά κριτήρια



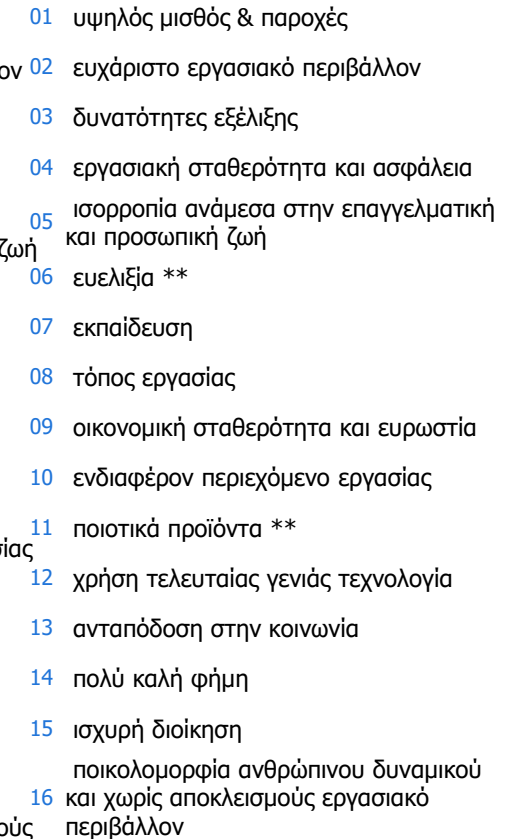
ευρώπη 2021



ελλάδα 2020



ελλάδα 2019

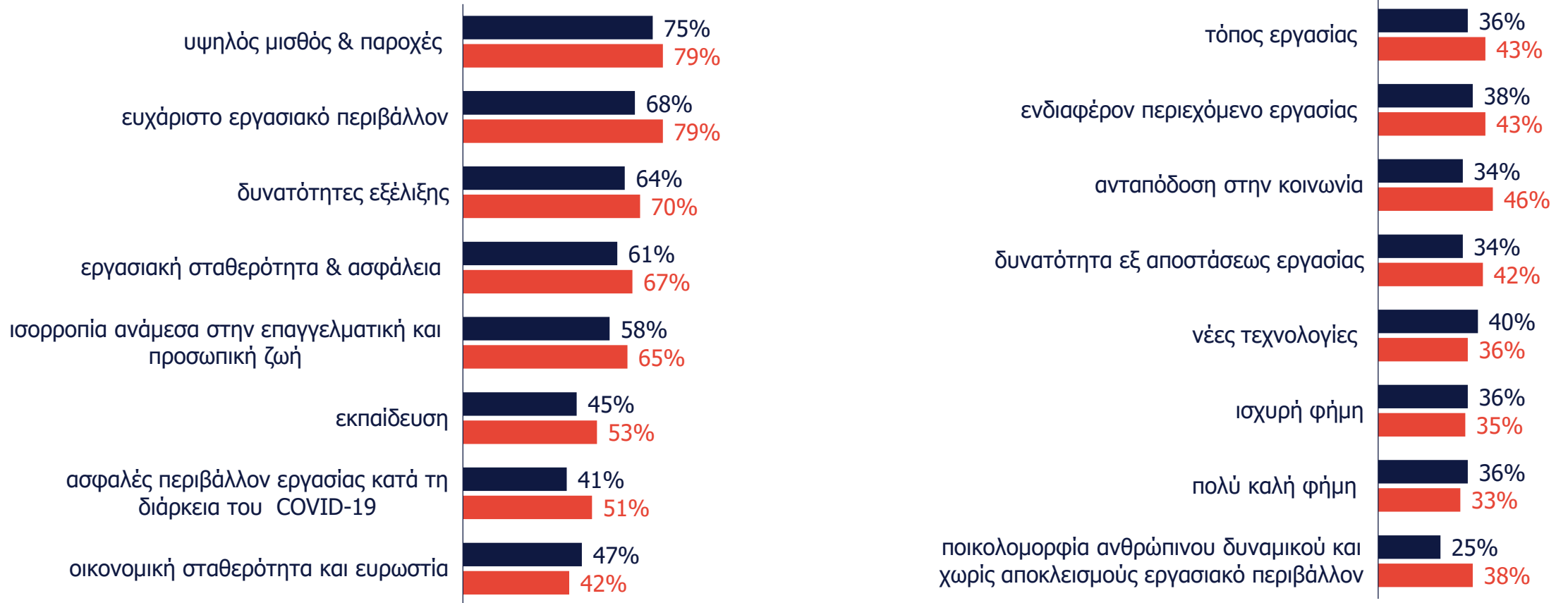


• συγκρίνοντας το 2021 με τα προηγούμενα έτη, πρέπει να σημειωθεί ότι η ερώτηση αυτή τροποποιήθηκε για να μπορούν οι ερωτηθέντες να είναι σε θέση να επιλέξουν ελεύθερα όσα κριτήρια θεωρούσαν σημαντικά από έναν κατάλογο 16 διαφορετικών κριτηρίων, ενώ τα προηγούμενα έτη ήταν υποχρεωμένοι να επιλέξουν ακριβώς 5 από τα 16.

***ερευνάται μόνο το 2021 **δεν ερευνάται το 2021

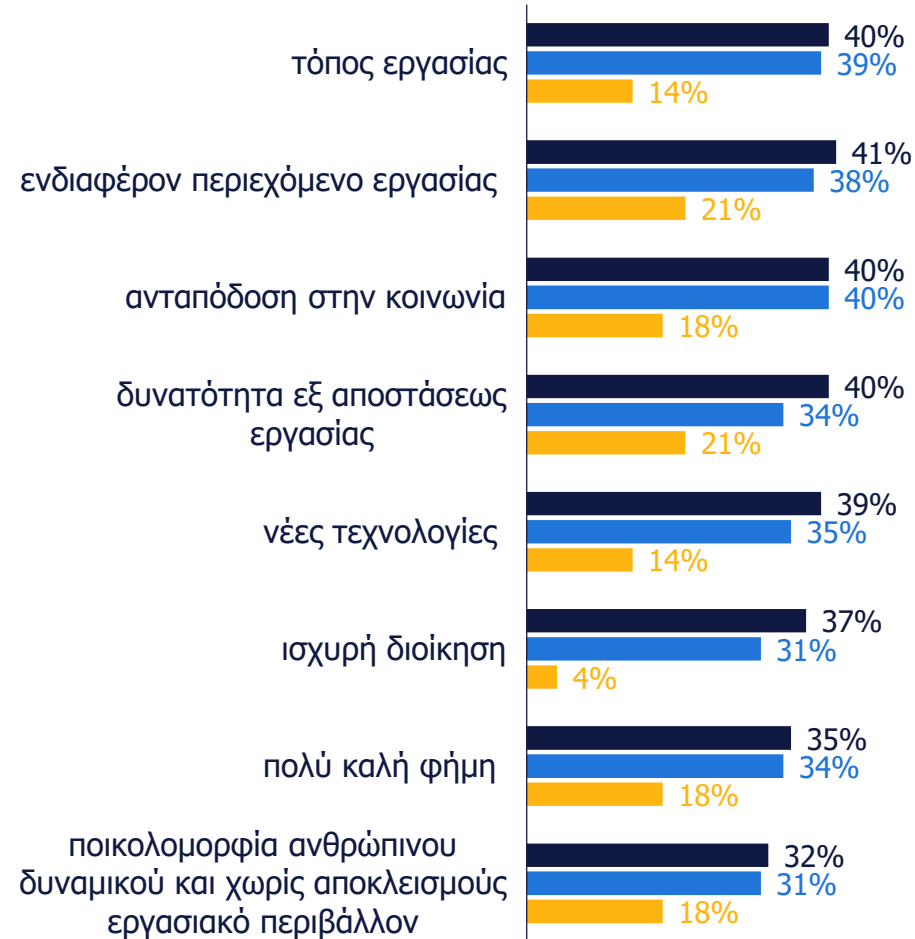
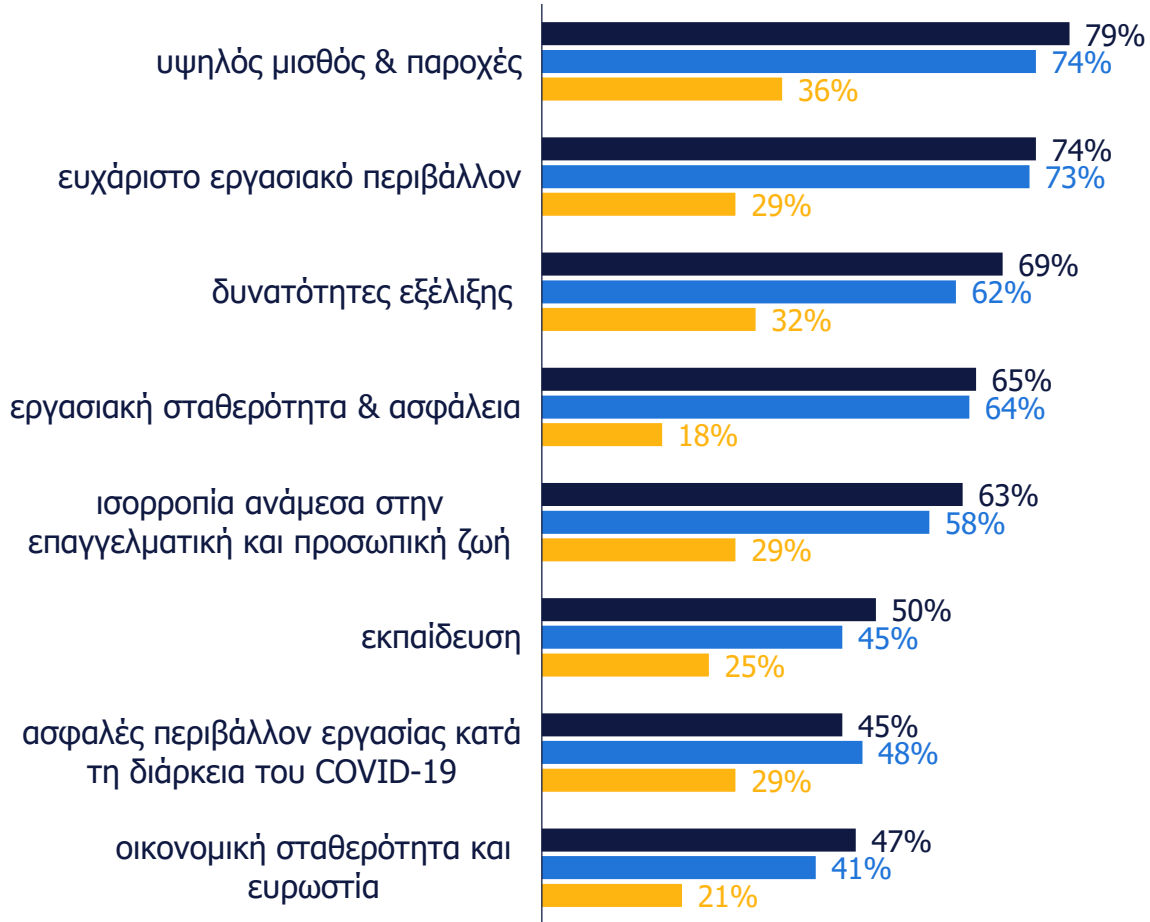
σημασία των κριτηρίων EVP με βάση το γένος.

● άντρας
● γυναίκα

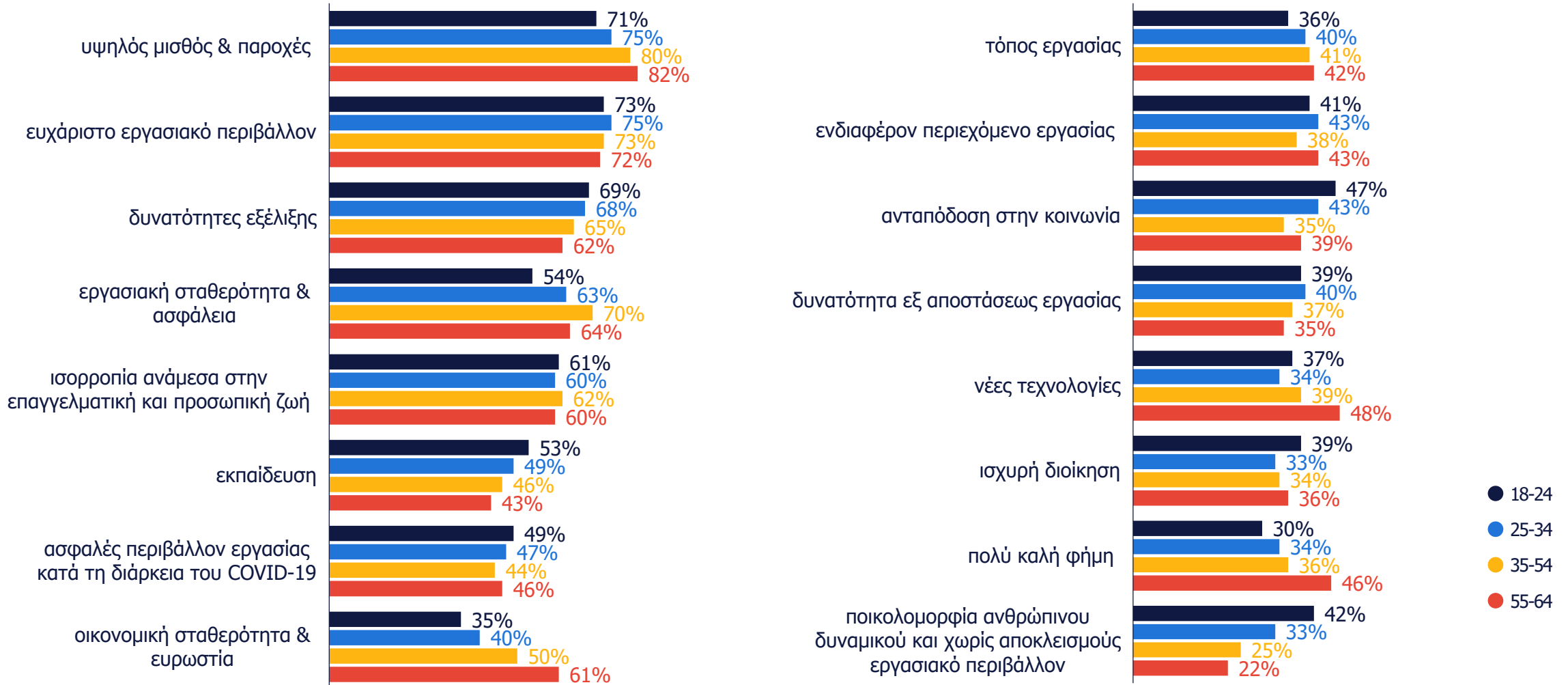


σημασία των κριτηρίων EVP με βάση την εκπαίδευση.

- ανώτατη
- μέση
- χαμηλή

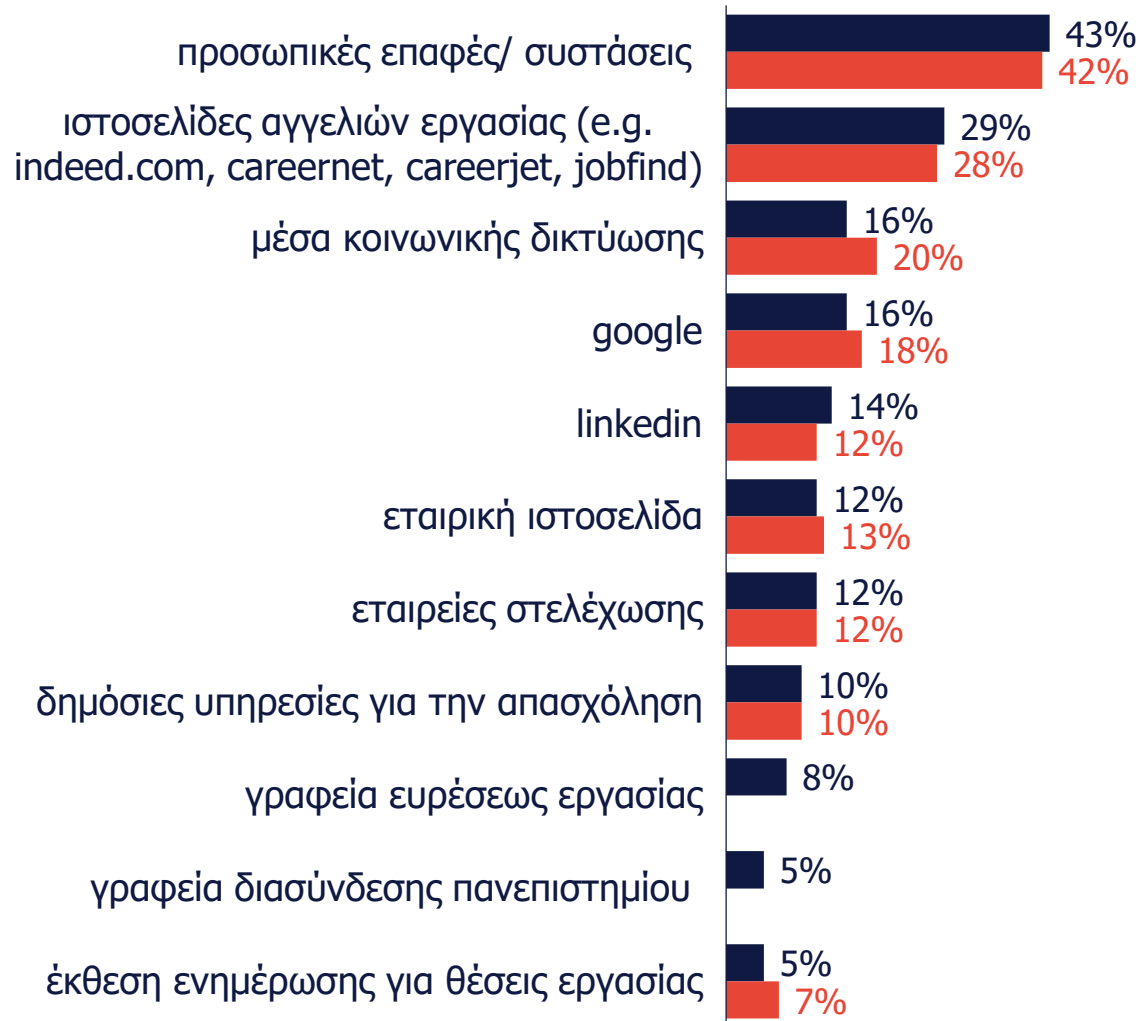


σημασία των κριτηρίων EVP με βάση την ηλικία.



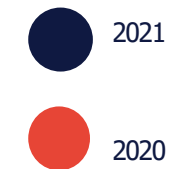
πώς οι εργαζόμενοι στην Ελλάδα αναζητούν νέες θέσεις εργασίας.

δημοφιλή κανάλια αναζήτησης εργασίας



τα κανάλια που χρησιμοποιούνται κατά τη διάρκεια της αναζήτησης εργασίας είναι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και οι ιστοσελίδες αγγελιών εργασίας

*η βάση είναι πολύ μικρή για το 2021



παράρτημα 2



αναλύοντας τους
εργοδότες.

αντίληψη της προσφοράς των εργοδοτών στην Ελλάδα.

Κατανοώντας το χάσμα μεταξύ του τι θέλουν οι εργαζόμενοι και του τι πιστεύουν ότι προσφέρουν οι εργοδότες, 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 γεφυρωθεί.

αξιολόγηση του τωρινού εργοδότη

- 01 ασφαλές περιβάλλον κατά τη διάρκεια του COVID-19
- 02 πολύ καλή φήμη
- 03 οικονομική σταθερότητα και ευρωστία
- 04 εργασιακή σταθερότητα και ασφάλεια
- 05 ευχάριστο εργασιακό περιβάλλον
- 06 ισορροπία ανάμεσα στην επαγγελματική και προσωπική ζωή
- 07 ανταπόδοση στην κοινωνία
- 08 υψηλός μισθός & παροχές
- 09 δυνατότητες εξέλιξης
- 10 δυνατότητα εξ αποστάσεως εργασίας

γενική αντίληψη των εργοδοτών στην Ελλάδα

- 01 οικονομική σταθερότητα και ευρωστία
- 02 ασφαλές περιβάλλον εργασίας κατά τη διάρκεια του COVID-19
- 03 πολύ καλή φήμη
- 04 εργασιακή σταθερότητα και ασφάλεια
- 05 δυνατότητες εξέλιξης
- 06 ευχάριστο εργασιακό περιβάλλον
- 07 υψηλός μισθός & παροχές
- 08 ισορροπία ανάμεσα στην επαγγελματική και προσωπική ζωή
- 09 ανταπόδοση στην κοινωνία
- 10 δυνατότητα εξ αποστάσεως εργασίας

προφίλ του ιδανικού εργοδότη

- 01 υψηλός μισθός & παροχές
- 02 ευχάριστο εργασιακό περιβάλλον
- 03 δυνατότητες εξέλιξης
- 04 εργασιακή σταθερότητα και ασφάλεια
- 05 ισορροπία ανάμεσα στην επαγγελματική και προσωπική ζωή
- 06 ασφαλές περιβάλλον εργασίας κατά τη διάρκεια του COVID-19
- 07 οικονομική σταθερότητα και ευρωστία
- 08 ανταπόδοση στην κοινωνία
- 09 δυνατότητα εξ αποστάσεως εργασίας
- 10 πολύ καλή φήμη



αντίληψη της προσφοράς των εργοδοτών στην Ελλάδα και την Ευρώπη.



Η κατανόηση του χάσματος μεταξύ του τι επιθυμούν οι εργαζόμενοι και του τι πιστεύουν ότι προσφέρουν οι εργοδότες στην Ελλάδα και σε όλο τον κόσμο παρέχει πολύτιμες πληροφορίες για την οικοδόμηση μιας ισχυρής εργοδοτικής φήμης.

οι εργοδότες στην Ελλάδα προσφέρουν

- 01 οικονομική σταθερότητα και ευρωστία
- 02 ασφαλές περιβάλλον εργασίας κατά τη διάρκεια του COVID-19
- 03 πολύ καλή φήμη
- 04 εργασιακή σταθερότητα και ασφάλεια
- 05 δυνατότητες εξέλιξης
- 06 ευχάριστο εργασιακό περιβάλλον
- 07 υψηλός μισθός & παροχές
- 08 ισορροπία ανάμεσα στην επαγγελματική και προσωπική ζωή
- 09 ανταπόδοση στην κοινωνία
- 10 δυνατότητα εξ αποστάσεως εργασίας

οι εργοδότες στην Ευρώπη προσφέρουν

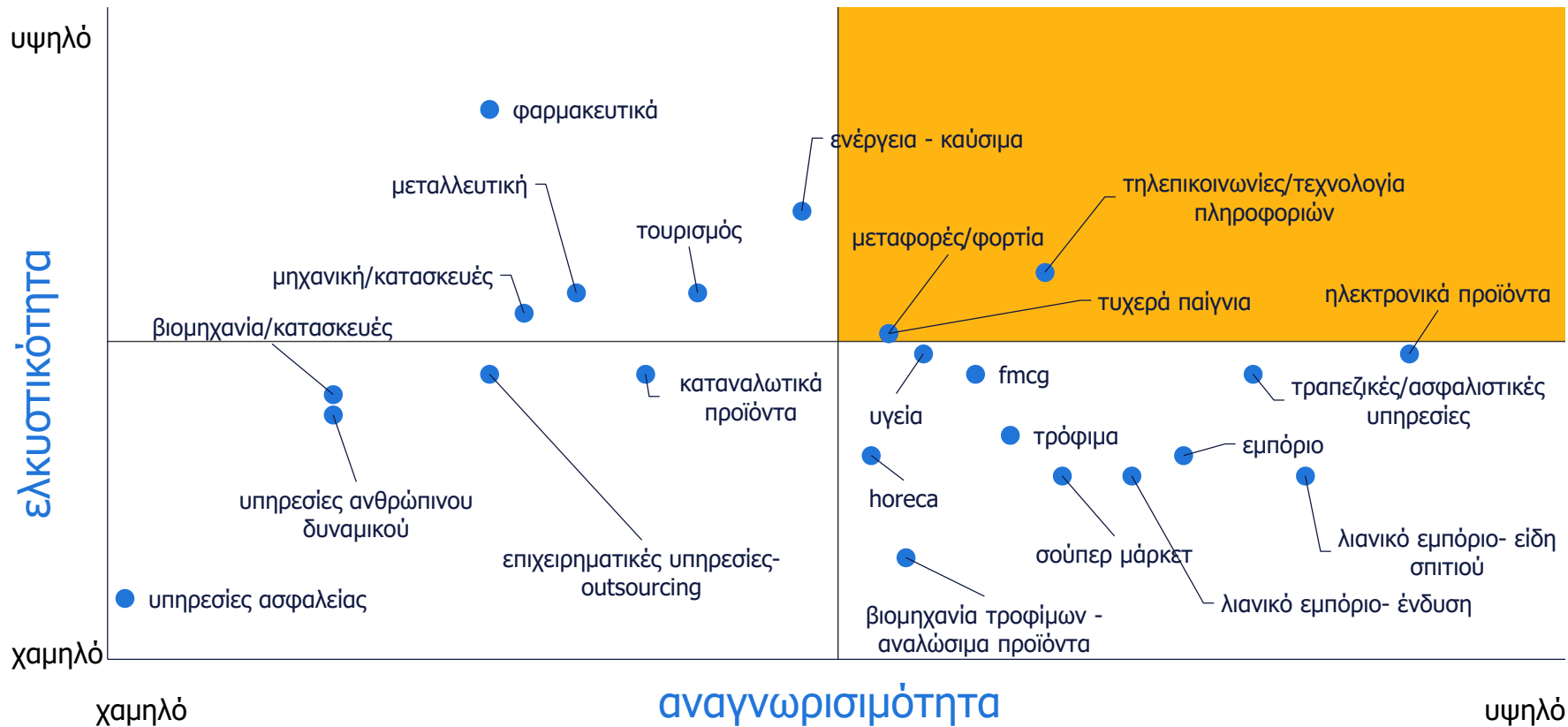
- 01 οικονομική σταθερότητα και ευρωστία
- 02 εργασιακή σταθερότητα και ασφάλεια
- 03 πολύ καλή φήμη
- 04 ασφαλές περιβάλλον εργασίας κατά τη διάρκεια του COVID-19
- 05 δυνατότητες εξέλιξης
- 06 ευχάριστο εργασιακό περιβάλλον
- 07 υψηλός μισθός & παροχές
- 08 ισορροπία ανάμεσα στην επαγγελματική και προσωπική ζωή
- 09 ανταπόδοση στην κοινωνία
- 10 δυνατότητα εξ αποστάσεως εργασίας

εξελιξεις και τάσεις



ανά τομέα.

τομείς με τις καλύτερες επιδόσεις στην Ελλάδα με βάση την αναγνωρισιμότητα και την ελκυστικότητα.



υψηλή αναγνωρισιμότητα

σημαίνει ότι οι εργοδότες είναι ευρέως γνωστοί στον τομέα τους.

υψηλή ελκυστικότητα

ένας τομέας με ιδιαίτερη ελκυστικότητα περιέχει περισσότερες ελκυστικές εταιρείες συγκριτικά με άλλους τομείς.



οι εταιρείες με τις καλύτερες επιδόσεις στην Ελλάδα ανά τομέα.

1/3

top 3 εταιρείες

τομέας	1	2	3
01 φαρμακευτικά	ELPEN ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΗ	DEMO Φαρμακευτική	ΒΙΑΝΕΞ
02 ενέργεια & καύσιμα	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΠΕΤΡΕΛΑΙΑ	ΔΕΗ	ΔΕΔΔΗΕ
03 τηλεπικοινωνίες/τεχνολογία πληροφοριών	Οργανισμός Τηλεπικοινωνιών Ελλάδος (ΟΤΕ)	Intrasoft International SA	INTRACOM HOLDINGS
04 τουρισμός	Aegean Airlines	Atlantica Hotel Management	LAMPSA Hotels (Grand Bretagne, King George, Sheraton Rhodes)
05 μεταλλευτική	ΕΥΔΑΠ	Helector	SUNLIGHT SYSTEMS
06 μηχανική/κατασκευές	ELLAKTOR S.A.	ΓΕΚ ΤΕΡΝΑ	Ελληνικά Καλώδια
07 τυχερά παίγνια	ΟΠΑΠ	INTRALOT S.A.	Regency Casino
08 μεταφορές/φορτία	Aegean Airlines	Ελληνικά Ταχυδρομεία Α.Ε. (ΕΛΤΑ)	Οργανισμός Σιδηροδρόμων Ελλάδος (ΟΣΕ)
09 ηλεκτρονικά προϊόντα	Public	Πλαίσιο	ΚΩΤΣΟΒΟΛΟΣ DIXON
10 υγεία	Ιατρικό Κέντρο	Νοσοκομείο ΥΓΕΙΑ	Νοσοκομείο ΜΗΤΕΡΑ



οι εταιρείες με τις καλύτερες επιδόσεις στην Ελλάδα ανά τομέα.

2/3

top 3 εταιρείες

τομέας	1	2	3
11 καταναλωτικά προϊόντα	Sarantis (Carroten, STR8, AVA, Sanitas, Prada, Cartier, Tous, etc)	Estée Lauder	Hellenica Cosmetics SA (Seventeen, Radiant, Lorvonn)
12 τραπεζικές/ασφαλιστικές υπηρεσίες	Τράπεζα της Ελλάδος	Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος	ALPHA BANK
13 fmcg	ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ	ION A.E.	Παπαδοπούλου - Βιομηχανία μπισκότων και ειδών διατροφής
14 επιχειρηματικές υπηρεσίες – outsourcing	Cosmote E-Value	First Data	TELEPERFORMANCE
15 βιομηχανία/κατασκευές	Mytilineos Holdings SA (Metka, Aluminium of Greece, Proterga)	Ελληνικά Καλώδια	Πλαστικά Κρήτης
16 τρόφιμα	ION A.E.	Παπαδοπούλου - Βιομηχανία μπισκότων και ειδών διατροφής	Coca Cola
17 εμπόριο	Estée Lauder	Public	Διεθνής Αθλητική ΕΠΕ (Admiral, Kappa, Ocean Pacific, Maui & Sons)
18 horeca	LAMPSA Hotels (Grand Bretagne, King George, Sheraton Rhodes)	Regency Casino	Divanis Hotels S.A.
19 σούπερ μάρκετ	ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ	ΑΒ Βασιλόπουλος	ΜΑΣΟΥΤΗΣ
20 λιανικό εμπόριο - ένδυση	Διεθνής Αθλητική ΕΠΕ (Admiral, Kappa, Ocean Pacific, Maui & Sons)	H & M	Notos Galleries



οι εταιρείες με τις καλύτερες επιδόσεις στην Ελλάδα ανά τομέα.

3/3

top 3 εταιρείες

τομέας

21 λιανικό εμπόριο –
είδη σπιτιού

1

IKEA

2

Praktiker

3

LEROY MERLIN

22 βιομηχανία τροφίμων –
αλλοιώσιμα προϊόντα

Δέλτα Τρόφιμα Α.Ε.

ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ
Α.Ε. (Όλυμπος, Τυράς, Ροδόπη)

ΥΦΑΝΤΗΣ ΑΒΕΕ

23 υπηρεσίες ασφαλείας

ESA SECURITY SOLUTIONS
S.A.

My Services Security

ICTS Hellas

οι κλάδοι με τις καλύτερες επιδόσεις στην Ελλάδα στα 3 κριτήρια που καθορίζουν το EVP.

1/3

top 3 κριτήρια

τομέας

1

2

3

01 φαρμακευτικά

οικονομική σταθερότητα και
ευρωστία

ασφαλές περιβάλλον εργασίας κατά τη
διάρκεια του COVID-19

πολύ καλή φήμη

02 ενέργεια & καύσιμα

οικονομική σταθερότητα και
ευρωστία

εργασιακή σταθερότητα και ασφάλεια

πολύ καλή φήμη

03 τηλεπικοινωνίες/τεχνολογία
πληροφοριών

οικονομική σταθερότητα και
ευρωστία

ασφαλές περιβάλλον εργασίας κατά τη
διάρκεια του COVID-19

πολύ καλή φήμη

04 τουρισμός

οικονομική σταθερότητα και
ευρωστία

πολύ καλή φήμη

ασφαλές περιβάλλον εργασίας κατά
τη διάρκεια του COVID-19

05 μεταλλευτική

οικονομική σταθερότητα και
ευρωστία

εργασιακή σταθερότητα και ασφάλεια

ασφαλές περιβάλλον εργασίας κατά
τη διάρκεια του COVID-19

06 μηχανολογία/ μηχανικοί

οικονομική σταθερότητα και
ευρωστία

πολύ καλή φήμη

εργασιακή σταθερότητα και
ασφάλεια

07 τυχερά παίγνια

οικονομική σταθερότητα και
ευρωστία

πολύ καλή φήμη

ασφαλές περιβάλλον εργασίας κατά
τη διάρκεια του COVID-19

08 μεταφορές/φορτία

οικονομική σταθερότητα και
ευρωστία

εργασιακή σταθερότητα και ασφάλεια

πολύ καλή φήμη

09 ηλεκτρονικά προϊόντα

οικονομική σταθερότητα και
ευρωστία

ασφαλές περιβάλλον εργασίας κατά τη
διάρκεια του COVID-19

πολύ καλή φήμη

10 υγεία

οικονομική σταθερότητα και
ευρωστία

ασφαλές περιβάλλον εργασίας κατά τη
διάρκεια του COVID-19

πολύ καλή φήμη



οι κλάδοι με τις καλύτερες επιδόσεις στην Ελλάδα στα 3 κριτήρια που καθορίζουν το ENP.

2/3

top 3 κριτήρια

τομέας	1	2	3
11 καταναλωτικά προϊόντα	οικονομική σταθερότητα και ευρωστία	πολύ καλή φήμη	ασφαλές περιβάλλον εργασίας κατά τη διάρκεια του COVID-19
12 τραπεζικές/ασφαλιστικές υπηρεσίες	οικονομική σταθερότητα και ευρωστία	ασφαλές περιβάλλον εργασίας κατά τη διάρκεια του COVID-19	πολύ καλή φήμη
13 fmcs	οικονομική σταθερότητα και ευρωστία	πολύ καλή φήμη	ασφαλές περιβάλλον εργασίας κατά τη διάρκεια του COVID-19
14 επιχειρηματικές υπηρεσίες – outsourcing	δυνατότητα εξ αποστάσεως εργασίας	οικονομική σταθερότητα και ευρωστία	ασφαλές περιβάλλον εργασίας κατά τη διάρκεια του COVID-19
15 βιομηχανία/κατασκευές	οικονομική σταθερότητα και ευρωστία	πολύ καλή φήμη	εργασιακή σταθερότητα και ασφάλεια
16 υπηρεσίες διαχείρισης ανθρώπινου δυναμικού	οικονομική σταθερότητα και ευρωστία	ασφαλές περιβάλλον εργασίας κατά τη διάρκεια του COVID-19	δυνατότητα εξ αποστάσεως εργασίας
17 τρόφιμα	οικονομική σταθερότητα και ευρωστία	πολύ καλή φήμη	ασφαλές περιβάλλον εργασίας κατά τη διάρκεια του COVID-19
18 λιανικό εμπόριο	οικονομική σταθερότητα και ευρωστία	ασφαλές περιβάλλον εργασίας κατά τη διάρκεια του COVID-19	πολύ καλή φήμη
19 horeca	οικονομική σταθερότητα και ευρωστία	πολύ καλή φήμη	ασφαλές περιβάλλον εργασίας κατά τη διάρκεια του COVID-19
20 σούπερ μάρκετ	οικονομική σταθερότητα και ευρωστία	πολύ καλή φήμη	ασφαλές περιβάλλον εργασίας κατά τη διάρκεια του COVID-19



οι κλάδοι με τις καλύτερες επιδόσεις στην Ελλάδα στα 3 κριτήρια που καθορίζουν το EVP.

3/3

top 3 κριτήρια

τομέας

21 λιανικό εμπόριο – ένδυση

22 λιανικό εμπόριο – είδη σπιτιού

23 βιομηχανία τροφίμων – αλλοιώσιμα προϊόντα

24 υπηρεσίες ασφαλείας

1

οικονομική σταθερότητα και ευρωστία

οικονομική σταθερότητα και ευρωστία

πολύ καλή φήμη

ασφαλές περιβάλλον εργασίας κατά τη διάρκεια του COVID-19

2

ασφαλές περιβάλλον εργασίας κατά τη διάρκεια του COVID-19

πολύ καλή φήμη

οικονομική σταθερότητα και ευρωστία

οικονομική σταθερότητα και ευρωστία

3

πολύ καλή φήμη

ασφαλές περιβάλλον εργασίας κατά τη διάρκεια του COVID-19
ασφαλές περιβάλλον εργασίας κατά τη διάρκεια του COVID-19

πολύ καλή φήμη

ΟΙ ΠΙΟ
ΕΛΚΥΣΤΙΚΟΙ



ΕΡΓΟΔΟΤΕΣ.

οι πιο ελκυστικοί εργοδότες στην Ελλάδα.

top 10 πιο ελκυστικοί εργοδότες για το 2021.

- 01 Παπαστράτος
- 02 Aegean Airlines
- 03 ION A.E.
- 04 Τράπεζα της Ελλάδος A.E.
- 05 Παπαδοπούλου - Βιομηχανία μπισκότων και ειδών διατροφής
- 06 Σκλαβενίτης
- 07 ELPEN ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΗ
- 08 DEMO Φαρμακευτική
- 09 Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος
- 10 ΒΙΑΝΕΞ

top 10 πιο ελκυστικοί εργοδότες για το 2020.

- 01 Aegean Airlines
- 02 Ελληνική Αεροπορική Βιομηχανία
- 03 Σκλαβενίτης
- 04 ION A.E.
- 05 Οργανισμός Τηλεπικοινωνιών Ελλάδος (ΟΤΕ)
- 06 INTRALOT S.A.
- 07 Τράπεζα της Ελλάδος
- 08 Pharmathen
- 09 Παπαδοπούλου - Βιομηχανία μπισκότων και ειδών διατροφής
- 10 Ανεξάρτητος Διαχειριστής Μεταφοράς Ηλεκτρικής Ενέργειας (ΑΔΜΗΕ)

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

top 5 εταιρείες	1	2	3
1 Παπαστράτος	οικονομική σταθερότητα και ευρωστία	πολύ καλή φήμη	εργασιακή σταθερότητα και ασφάλεια
2 Aegean Airlines	πολύ καλή φήμη	οικονομική σταθερότητα και ευρωστία	ευχάριστο εργασιακό περιβάλλον
3 ION A.E.	πολύ καλή φήμη	οικονομική σταθερότητα και ευρωστία	εργασιακή σταθερότητα και ασφάλεια
4 Τράπεζα της Ελλάδος	οικονομική σταθερότητα και ευρωστία	εργασιακή σταθερότητα και ασφάλεια	πολύ καλή φήμη
5 Παπαδοπούλου – Βιομηχανία μπισκότων και ειδών διατροφής	πολύ καλή φήμη	οικονομική σταθερότητα και ευρωστία	ασφαλές περιβάλλον εργασίας κατά τη διάρκεια του COVID-19

ΠΙΟ ΕΛΚΥΣΤΙΚΟΙ ΕΡΓΟΔΟΤΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΗΝ ΕΛΚΥΣΤΙΚΗ ΠΡΟΤΑΣΗ ΑΞΙΑΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΔΟΤΗ (EVP).

κριτήρια που καθορίζουν την
ελκυστική Πρόταση Αξίας
Εργοδότη (EVP)

υψηλός μισθός & παροχές

1

Παπαστράτος

2

Τράπεζα της Ελλάδος

3

INTRALOT S.A.

ευχάριστο εργασιακό περιβάλλον

Παπαστράτος

Pharmathen

Aegean Airlines

δυνατότητες εξέλιξης

Παπαστράτος

Τράπεζα της Ελλάδος

INTRACOM HOLDINGS

εργασιακή σταθερότητα και
ασφάλεια

Τράπεζα της Ελλάδος

Παπαστράτος

Ελληνικά Πετρέλαια

ισορροπία ανάμεσα στην
επαγγελματική και προσωπική ζωή
ασφαλές περιβάλλον εργασίας
κατά τη διάρκεια του COVID-19

Παπαστράτος

Πλαστικά Κρήτης

ΔΕΗ

οικονομική σταθερότητα και
ευρωστία

Coca Cola

Παπαστράτος

Τράπεζα της Ελλάδος

ανταπόδοση στην κοινωνία

Σκλαβενίτης

Νοσοκομείο ΥΓΕΙΑ

Ιατρικό Κέντρο

δυνατότητα εξ αποστάσεως
εργασίας

TELEPERFORMANCE

Intrasoft International SA

Cosmote E-Value

πολύ καλή φήμη

Παπαστράτος

Σκλαβενίτης

Παπαδοπούλου - Βιομηχανία
μπισκότων και ειδών διατροφής



παράρτημα 3

μεθοδολογία.



οργάνωση της έρευνας του employer brand.

30 εταιρείες ανά ερωτηθέντα

‘γνωρίζετε αυτή την εταιρεία;’
καθορίζει την αναγνωρισιμότητα.

για κάθε εταιρεία που είναι γνωστή

‘θα θέλατε να εργαστείτε για αυτή
την εταιρεία;’
καθορίζει την ελκυστικότητα

για τη γνωστή εταιρεία

αξιολόγηση από ένα σύνολο
κριτηρίων:
καθορίζει το λόγο της
ελκυστικότητας.

μέθοδος δειγματοληψίας

Σε κάθε ερωτηθέντα εμφανίζονται 30 εταιρείες. Κάθε εταιρεία αξιολογείται μόνο από τους ερωτηθέντες που γνωρίζουν τη συγκεκριμένη εταιρεία.

Για να διασφαλίσουμε ότι οι λιγότερο γνωστές εταιρείες αξιολογούνται από επαρκή αριθμό ερωτηθέντων, χρησιμοποιούμε μια έξυπνη μέθοδο δειγματοληψίας.

Η μέθοδος αυτή διασφαλίζει ότι οι λιγότερο γνωστές εταιρείες παρουσιάζονται σε περισσότερους ερωτηθέντες, ώστε να επιτευχθεί ένα επαρκές δείγμα. Με αυτόν τον τρόπο, η έρευνα Employer Brand της Randstad εξασφαλίζει αξιόπιστες πληροφορίες τόσο για τις γνωστές όσο και για τις λιγότερο γνωστές εταιρείες.

κριτήρια

κάθε εταιρεία αξιολογείται με βάση:

- 01 οικονομική σταθερότητα και ευρωστία
- 02 ασφαλές περιβάλλον εργασίας κατά τη διάρκεια του COVID-19
- 03 πολύ καλή φήμη
- 04 εργασιακή σταθερότητα και ασφάλεια
- 05 δυνατότητες εξέλιξης
- 06 ανταπόδοση στην κοινωνία
- 07 δυνατότητα εξ αποστάσεως εργασίας
- 08 ευχάριστο εργασιακό περιβάλλον
- 09 ισορροπία ανάμεσα στην επαγγελματική και προσωπική ζωή
- 10 υψηλός μισθός & παροχές



βιβλιογραφικές πηγές.

- 1 <https://hbr.org/2016/03/a-bad-reputation-costs-company-at-least-10-more-per-hire>
- 2 <https://www.betterteam.com/blog/employer-branding>
- 3 <https://www.slideshare.net/JWTINSIDE/culture-scape-1028-sm>
- 4 <https://www.pwc.com/gx/en/ceo-survey/2015/assets/pwc-18th-annual-global-ceo-survey-jan-2015.pdf>
- 5 <https://www.webershandwick.com/uploads/news/files/EmployerBrandCredibilityGap.pdf>
- 6 https://business.linkedin.com/content/dam/business/talent-solutions/global/en_us/c/pdfs/ultimate-list-of-employer-brand-stats.pdf
- 7 https://business.linkedin.com/content/dam/business/talent-solutions/global/en_us/job-switchers/PDF/job-switchers-global-report-english.pdf
- 8 <https://business.linkedin.com/talent-solutions/blog/2011/12/whats-the-value-of-your-employment-brand>
- 9 <https://www.webershandwick.com/uploads/news/files/EmployerBrandCredibilityGap.pdf>

randstad

human forward.

