



Η Απασχολησιμότητα στην Ελλάδα | 2019

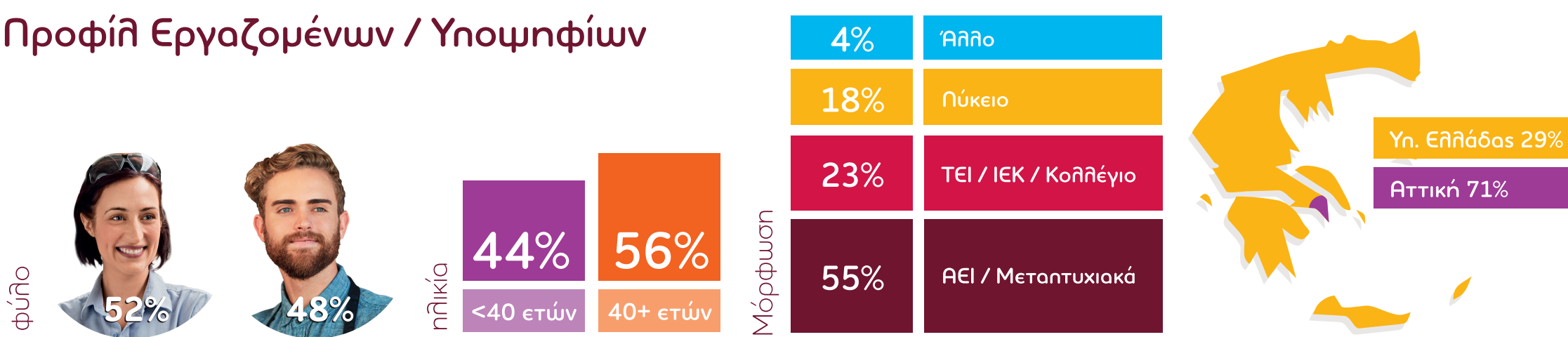
Ετήσια Έρευνα της Adecco

7

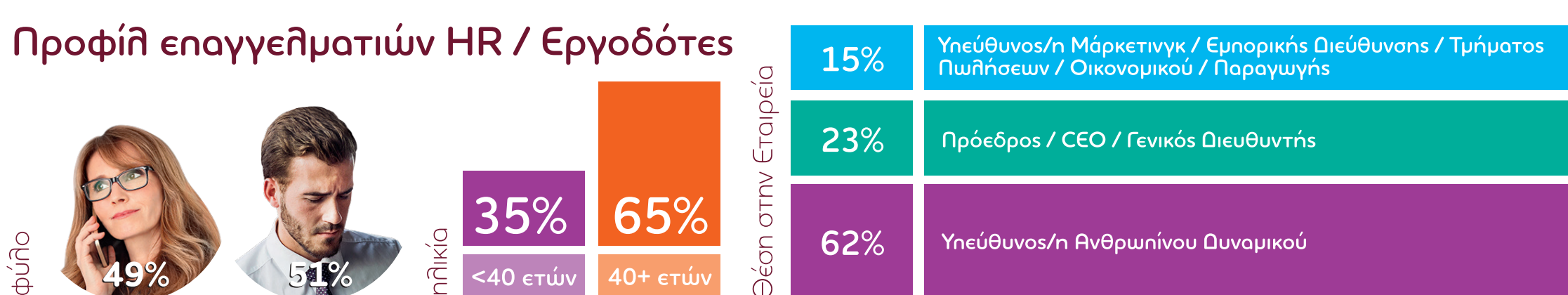
#Employability2019

id 135 Στελέχη Επιχειρήσεων που συμμετέχουν στην επιλογή προσωπικού στις εταιρείες τους και 956 άτομα ηλικίας 18-67, εργαζόμενοι και άνεργοι, ανάντησαν σε έρευνα της Adecco Ελλάδας που πραγματοποιήθηκε με τη συνεργασία της LMG και της H+K Strategies.

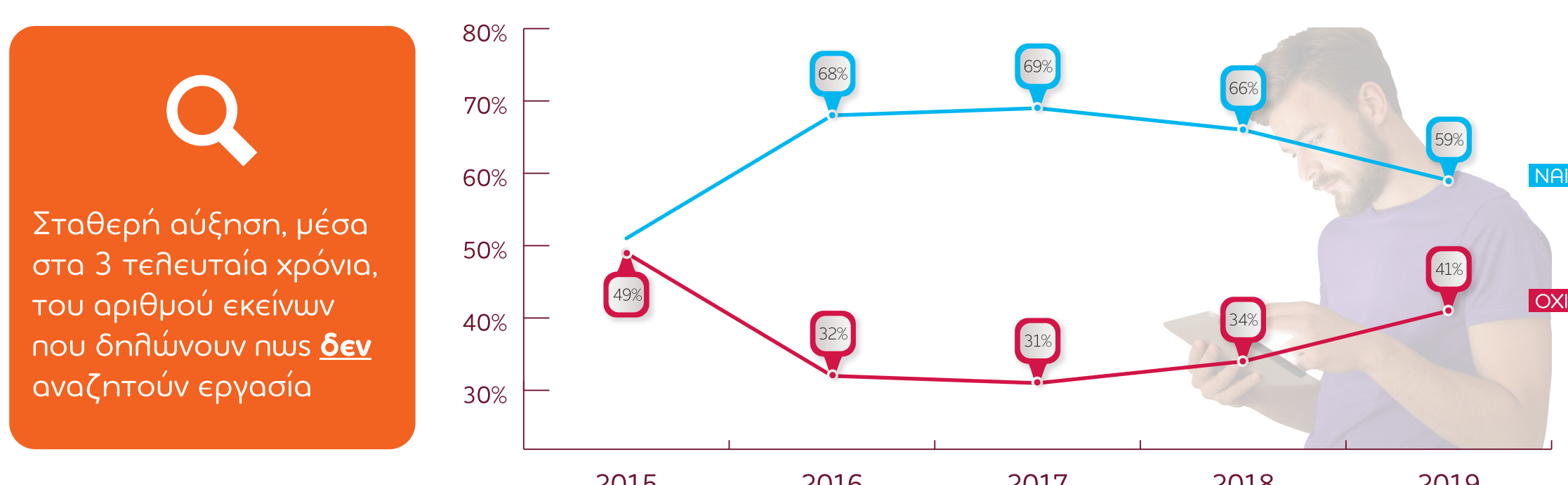
Προφίλ Εργαζομένων / Υποψηφίων



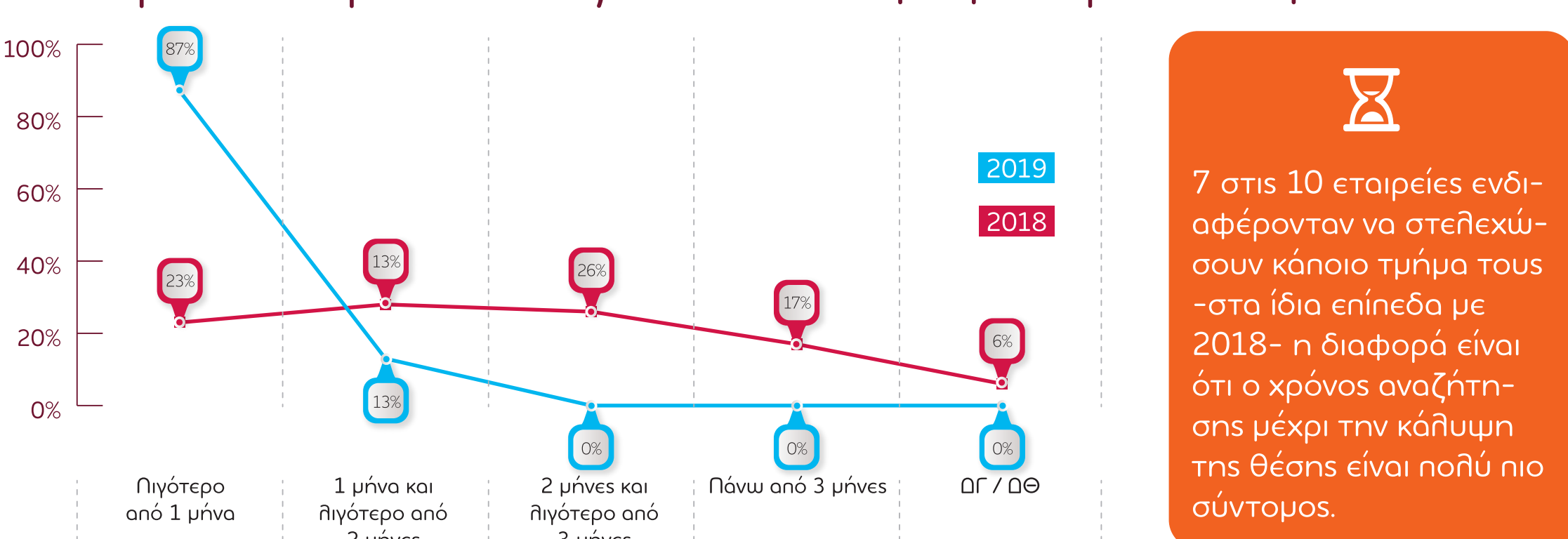
Προφίλ επαγγελματιών HR / Εργοδότες



Κοινό: % που ψάχνουν ενεργά για εργασία

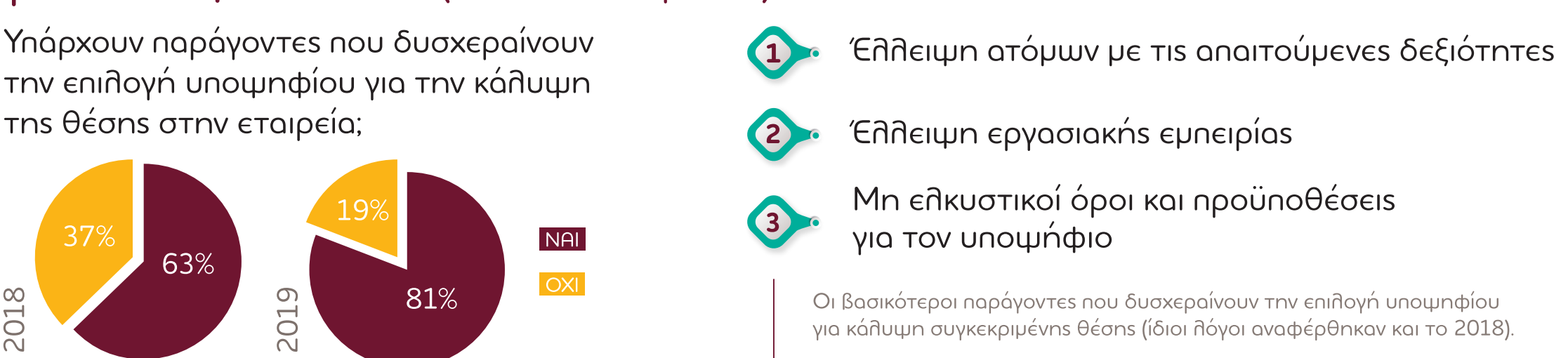


Επιχειρήσεις: Χρόνος αναζήτησης υποψηφίου για κάλυψη θέσης

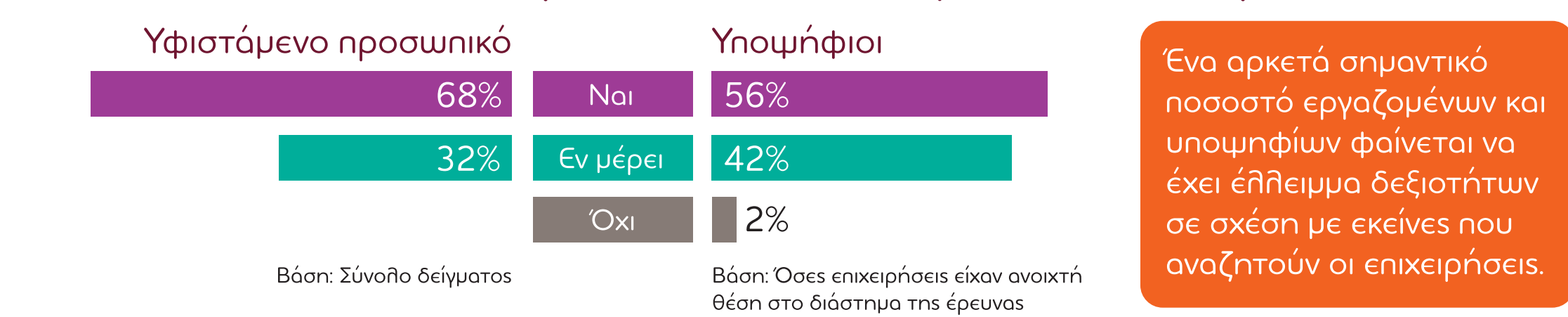


7 στις 10 εταιρείες ενδιαφέρονταν να στελεχωθούν κάποιο τμήμα τους -στα ίδια επίπεδα με 2018- η διαφορά είναι ότι ο χρόνος αναζήτησης μέχρι την κάλυψη της θέσης είναι πολύ πιο σύντομος.

Παράγοντες που δυσχεραίνουν την επιλογή υποψηφίου για κάλυψη θέσης (αυτή την περίοδο).



Κατά πόσο οι ικανότητες και δεξιότητες προσωπικού & υποψηφίων ανταποκρίνονται στις ανάγκες των εταιρειών



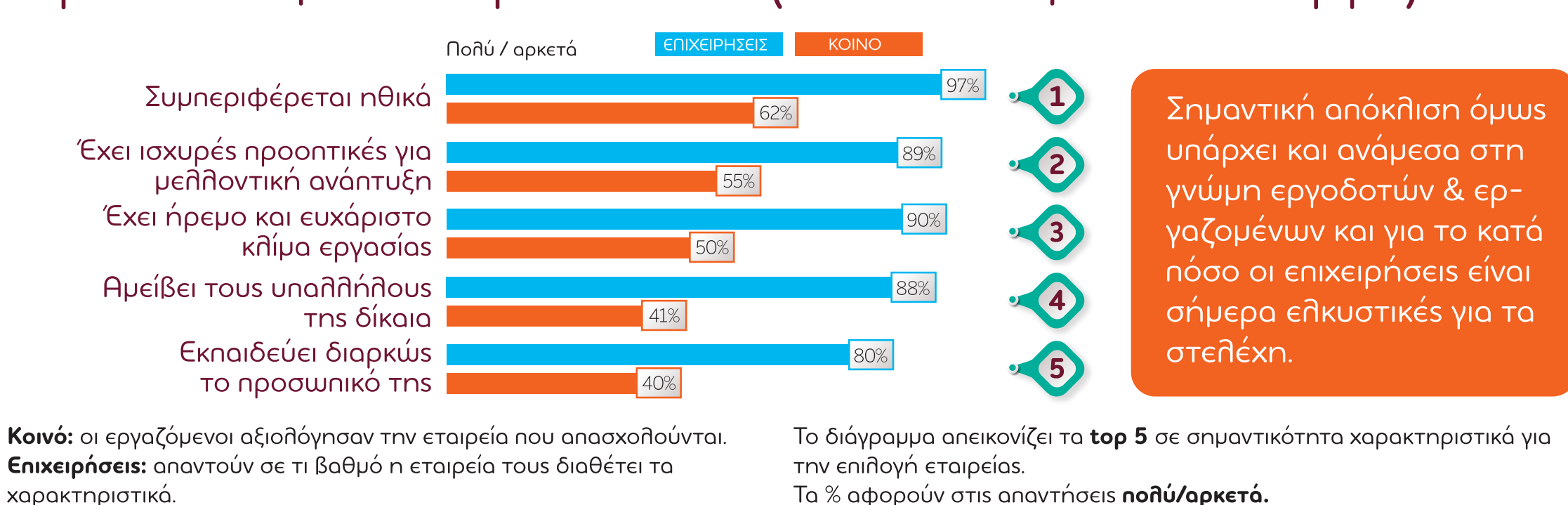
Ένα αρκετά σημαντικό ποσοστό εργαζομένων και υποψηφίων φαίνεται να έχει έλλειμμα δεξιοτήτων σε σχέση με εκείνες που αναζητούν οι επιχειρήσεις.

Δεξιότητες | Προσόντα Υποψηφίων



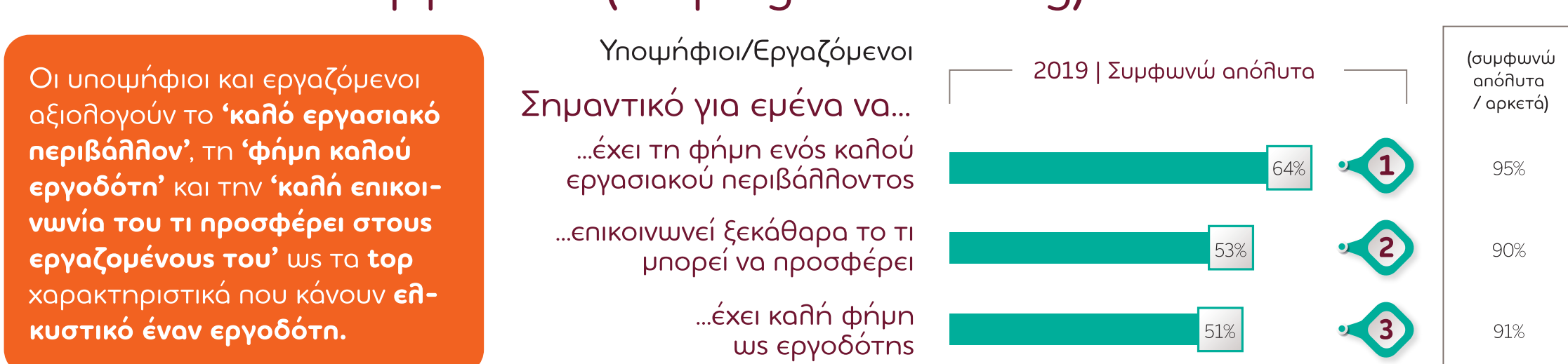
Κοινό: απαντούν σε τι βαθμό θεωρούν οι ίδιοι ότι διαθέτουν τις δεξιότητες. Επιχειρήσεις: απαντούν σε τι βαθμό θεωρούν πως οι υποψήφιοι διαθέτουν τις δεξιότητες. Το διάγραμμα απεικονίζει τις **top 5 σε σημαντικότητα** δεξιότητες που έμειναν οι εταιρείες. Τα % αφορούν στις απαντήσεις **πολύ/αρκετά**.

Αξιολόγηση Εταιρείας / Εργοδότη βάσει χαρακτηριστικών Top 5 πιο σημαντικά για το κοινό (απασχολούμενοι & άνεργοι).

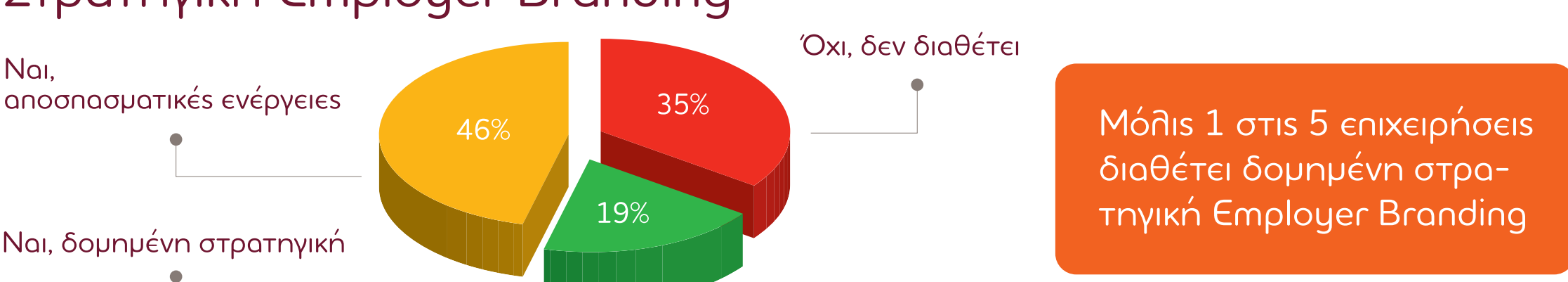


Σημαντική απόκλιση όμως υπάρχει και ανάμεσα στη γνώμη εργοδοτών & εργαζομένων και για το κατά πόσο οι επιχειρήσεις είναι σήμερα ελκυστικές για τα στελέχη.

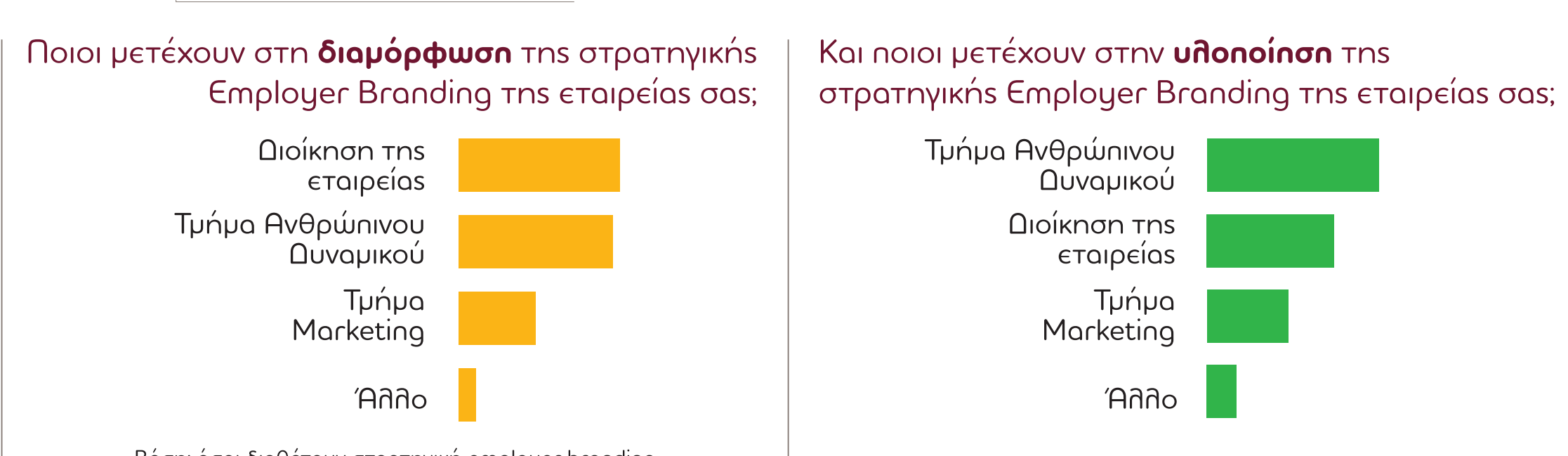
Ελκυστικότητα εργοδότη (Employer Branding)



Στρατηγική Employer Branding



Μόλις 1 στις 5 επιχειρήσεις διαθέτει δομημένη στρατηγική Employer Branding



Βασικές διαπιστώσεις

- 1 Αλλάζει η ψυχολογία της αγοράς, καθώς φαίνεται πως μειώνεται η διαστικτικότητα των επιχειρήσεων όσον αφορά στην κάλυψη θέσεων.
- 2 Απόκλιση στη γνώμη εργοδοτών και υποψηφίων/εργαζομένων σχετικά με τον βαθμό στον οποίο οι τελευταίοι διαθέτουν το επιθυμητό μείγμα δεξιοτήτων.
- 3 Απόκλιση στη γνώμη εργοδοτών και υποψηφίων/εργαζομένων σχετικά με τον βαθμό στον οποίο οι πρώτοι είναι ελκυστικοί εργοδότες.
- 4 Παρά τον πόλεμο για το «ταλέντο», μεγάλο ποσοστό των επιχειρήσεων δεν έχουν δομημένη στρατηγική «Employer Branding» για να μπορούν να προσελκύσουν τα κατάλληλα ταλέντα.

