

Ιούνιος 2025

ελλάδα.

έρευνα employer brand 2025



randstad



partner for talent.

- 3 περίληψη
- 9 κύριοι παράγοντες
- 13 οι πιο ελκυστικοί εργοδότες
- 17 αλλαγή εργασιακού περιβάλλοντος
- 23 ισότητα, τεχνητή νοημοσύνη,
κίνητρα & αφοσίωση
- 30 παράρτημα





περίληψη.

οι προτεραιότητες των εργαζομένων παραμένουν σταθερές, αλλά υπάρχουν διαφοροποιήσεις μεταξύ των γενεών και των ειδικοτήτων.

πρόταση αξίας εργοδότη

Τα τελευταία τρία χρόνια, οι ανάγκες των εργαζομένων έχουν επιδείξει αξιοσημείωτη συνέπεια, με τον ελκυστικό μισθό, το ευχάριστο εργασιακό περιβάλλον και την επαγγελματική εξέλιξη να παραμένουν οι κορυφαίοι παράγοντες ικανοποίησης. Η σταθερότητα αυτή δείχνει πόσο σημαντικό είναι για τους εργοδότες να ευθυγραμμίζουν συνεχώς τους ρόλους, την κουλτούρα και τα οφέλη με τις προσδοκίες ώστε να ενισχύουν τη διατήρηση και τη δέσμευση των εργαζομένων τους.

Η ισότητα έχει σταθεροποιήσει τη θέση της ως βασική προτεραιότητα των εργαζομένων. Μετά την απότομη άνοδο της το 2024, η ισότητα παραμένει στις κορυφαίες κινητήριες δυνάμεις – υποδεικνύοντας ότι δεν είναι μια παροδική τάση αλλά μια διαρκής προσδοκία του ανθρώπινου δυναμικού. Είναι ενθαρρυντικό ότι οι εργοδότες σημειώνουν ήδη καλές επιδόσεις σε αυτόν τον τομέα, με την ισότητα να βρίσκεται ανάμεσα στις πιο υψηλά βαθμολογημένες πτυχές της εμπειρίας των εργαζομένων. Η περαιτέρω ενσωμάτωση της ισότητας στις οργανωτικές πρακτικές θα είναι απαραίτητη για την ενίσχυση της ικανοποίησης, της εμπιστοσύνης και της ενδυνάμωσης της επωνυμίας του εργοδότη.

γενιές

Η Gen X θεωρεί σημαντικούς αρκετούς παράγοντες και συγκεκριμένα τον ελκυστικό μισθό, τη θετική εργασιακή ατμόσφαιρα και την ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής. Ομοίως, οι Millennials δίνουν μεγαλύτερη έμφαση στον μισθό και στην ισορροπία προσωπικής και επαγγελματικής ζωής σε σύγκριση με τη Gen Z. Δεδομένου του πόσο σημαντικοί είναι αυτοί οι παράγοντες γι' αυτές τις ομάδες, οι εργοδότες χρειάζεται να τους δώσουν την κατάλληλη σημασία, ώστε να ενισχύσουν την ικανοποίηση και τη διατήρηση ταλέντων.

Σε αντίθεση με τις παλαιότερες γενιές, η Gen Z δεν δίνει τόση έμφαση στους "παραδοσιακά" κορυφαίους παράγοντες, αλλά στο να είναι οι εργοδότες κοινωνικά ευαισθητοποιημένοι και να επιδεικνύουν δέσμευση για ισότητα. Αυτό υποδηλώνει ότι η Gen Z αναζητά κάτι περισσότερο από έναν απλό χώρο εργασίας. Θέλει να εργαστεί για οργανισμούς που αντικατοπτρίζουν τις αξίες της και συνδέονται μαζί της σε προσωπικό επίπεδο.



6 στους 10 εργαζόμενους αξιολογούν θετικά τον εργοδότη τους αναφορικά με την ισότητα

ειδικότητες

Σε όλες τις ειδικότητες, ο ελκυστικός μισθός και οι παροχές, μαζί με το ευχάριστο εργασιακό περιβάλλον, κατατάσσονται σταθερά ως οι δύο κορυφαίοι παράγοντες για τους εργαζόμενους. Αυτοί οι παράγοντες είναι πιο σημαντικοί για εργαζόμενους σε professional και operational ρόλους, σε σχέση με τους εργαζόμενους σε digital ρόλους.

Αν και η εξέλιξη της σταδιοδρομίας είναι εξίσου σημαντική και για τους εργαζόμενους σε professional αλλά και σε operational ρόλους, οι υπόλοιπες προτεραιότητές τους διαφέρουν. Οι εργαζόμενοι σε operational ρόλους δίνουν έμφαση στην ασφάλεια και την ισότητα, ενώ οι εργαζόμενοι σε professional ρόλους στην ισορροπία επαγγελματικής και προσωπικής ζωής. Ενώ, η εργασιακή ασφάλεια εξακολουθεί να έχει σημασία για τους εργαζόμενους σε professional ρόλους, έχει ελαφρώς μικρότερο βάρος απ' ό,τι για τους εργαζόμενους σε operational ρόλους.

Στους digital ρόλους οι εργαζόμενοι αναζητούν την ισορροπία επαγγελματικής και προσωπικής ζωής, ενώ η εξέλιξη σταδιοδρομίας παραμένει επίσης, βασικό κίνητρο. Τέλος, η εξ αποστάσεως εργασία είναι εξίσου βασική, τονίζοντας την ανάγκη στους εργοδότες να παρέχουν υποστήριξη και σαφή δομή για την ευέλικτη εργασία.

η πρόθεση και η αλλαγή εργασίας έχουν αυξηθεί· η επανεκπαίδευση παραμένει κρίσιμη.

διατήρηση και επανεκπαίδευση

Το ποσοστό των εργαζομένων που σχεδιάζει να αλλάξει εργασία αλλά και εκείνων που άλλαξαν εργοδότη τους τελευταίους έξι μήνες αυξήθηκε ελαφρώς (+2%), αντιστρέφοντας τη μείωση που παρατηρήθηκε πέρυσι. Αυτή η μικρή αύξηση μπορεί να σηματοδοτεί μια ανανεωμένη δυναμική στην εργασιακή κινητικότητα και υπογραμμίζει την ανάγκη στους εργοδότες να υιοθετήσουν πιο ευέλικτες και ανταποκρινόμενες στα νέα δεδομένα στρατηγικές προσλήψεων, για να παραμείνουν ανταγωνιστικοί στην προσέλκυση και τη διατήρηση ταλέντων.

Ο κύριος λόγος για τον οποίο οι εργαζόμενοι σκέφτονται να αποχωρήσουν από την εργασία τους είναι το μη ικανοποιητικό πακέτο αποδοχών - στενά ευθυγραμμισμένη με τον μισθό που είναι η κορυφαία προτεραιότητα στον χώρο εργασίας. Αυτό υπογραμμίζει τον κρίσιμο ρόλο του ανταγωνιστικού πακέτου αποδοχών στις στρατηγικές διατήρησης.

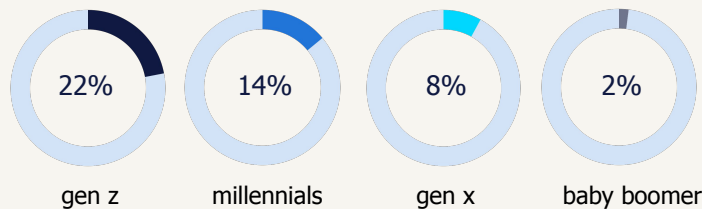
Η επανεκπαίδευση παραμένει σημαντική για τη συντριπτική πλειοψηφία των εργαζομένων στην Ελλάδα (80%), ενισχύοντας την ανάγκη στους εργοδότες να επενδύσουν σε ευκαιρίες μάθησης και ανάπτυξης, για να ανταποκριθούν στις προσδοκίες των εργαζομένων και να ενισχύσουν τη διατήρησή τους.

γενιές

Τόσο η Gen Z, όσο και οι Millennials, είναι πιο πιθανό να έχουν αλλάξει εργασία τους τελευταίους έξι μήνες ή να αλλάξουν μελλοντικά, συγκριτικά με τη Gen X και τους Baby Boomers. Αυτό σηματοδοτεί μια μεγαλύτερη αίσθηση κινητικότητας και προθυμίας προς νέες ευκαιρίες, μεταξύ των νεότερων εργαζομένων.

Σχετικά με τους τρόπους αναζήτησης εργασίας, οι διαφορές μεταξύ των γενεών είναι ξεκάθαρες. Η Gen Z είναι πιο πιθανό να χρησιμοποιήσει πλατφόρμες όπως το Google, το LinkedIn και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να εξερευνήσει ευκαιρίες εργασίας. Από την άλλη, οι Millennials και η Gen X τείνουν να προτιμούν πιο παραδοσιακά κανάλια, όπως οι προσωπικές συστάσεις/επαφές, οι ιστοσελίδες αγγελιών εργασίας και οι εταιρικές ιστοσελίδες.

εργαζόμενοι που άλλαξαν εργασία τους τελευταίους 6 μήνες



ειδικότητες

Οι εργαζόμενοι σε operational ρόλους παρουσιάζουν τα υψηλότερα επίπεδα εργασιακής κινητικότητας, τόσο σε ποσοστά αλλαγής, όσο και πρόθεσης να αλλάξουν εργασία στους επόμενους έξι μήνες (26%), ακολουθούμενοι από τους digital ρόλους (22%). Αυτό υποδηλώνει μεγαλύτερο επίπεδο κινητικότητας μεταξύ του operational ανθρώπινου δυναμικού, ενισχύοντας την ανάγκη για στοχευμένες στρατηγικές διατήρησης σε αυτήν την ομάδα.

Οι κύριοι λόγοι αλλαγής εργοδότη είναι ίδιοι για όλες τις ειδικότητες - το μη ικανοποιητικό πακέτο αποδοχών και η λήψη καλύτερης προσφοράς. Ωστόσο, οι εργαζόμενοι σε digital ρόλους είναι πιο πιθανό να φύγουν λόγω των πολλών ταξιδιών και της ανησυχίας για την οικονομική σταθερότητα του οργανισμού τους. Αντίθετα, οι εργαζόμενοι σε professional ρόλους είναι πιο πιθανό να αποχωρήσουν, λόγω έλλειψης ισορροπίας μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής.

Η επανεκπαίδευση παραμένει υψηλή προτεραιότητα για όλες τις ειδικότητες. Οι εργοδότες χρειάζεται να διασφαλίζουν ότι οι ευκαιρίες μάθησης και ανάπτυξης προωθούνται ευρέως και προσαρμόζονται στους διαφορετικούς ρόλους για να υποστηρίξουν τη διατήρηση των ταλέντων και την ανάπτυξη της σταδιοδρομίας.

οι εργοδότες στην Ελλάδα βελτιώνονται στο κομμάτι της ισότητας.

ισότητα

Η γνώμη των εργαζομένων για τον εργοδότη τους, ως προς τις διάφορες πτυχές της ισότητας έχει βελτιωθεί ελαφρά, με άνοδο 3% στους τομείς της επαγγελματικής εξέλιξης και της επανεκπαίδευσης.

Παρ' όλ' αυτά, οι εργοδότες εξακολουθούν να λαμβάνουν χαμηλές βαθμολογίες στις αξιολογήσεις για την ισότιμη παροχή τους στους εργαζόμενους, υποδηλώνοντας ότι υπάρχει σημαντικό περιθώριο βελτίωσης, σε αυτούς τους τομείς.

Οι εργαζόμενοι αντιμετωπίζουν λιγότερα εμπόδια στην εξέλιξη της σταδιοδρομίας με βάση την ταυτότητά τους, με μια ελαφρά μείωση (-2%) στις αναφερόμενες προκλήσεις. Αυτό υποδηλώνει μια σταδιακή αλλά θετική αλλαγή στον τρόπο με τον οποίο γίνεται αντιληπτή η ισότητα στον χώρο εργασίας.

γενιές

Οι εργαζόμενοι της Gen Z τείνουν να αξιολογούν τους εργοδότες τους πιο ευνοϊκά από τους Millennials και τους Gen X σε τομείς, όπως οι ευκαιρίες επαγγελματικής ανέλιξης, η ίση αμοιβή για ίση εργασία και η πρόσβαση σε ευκαιρίες επανεκπαίδευσης. Αυτές οι θετικές αντιλήψεις αναδεικνύουν την ικανοποίηση της Gen Z σχετικά με τον τρόπο που οι οργανισμοί τους προσφέρουν αυτές τις ευκαιρίες.

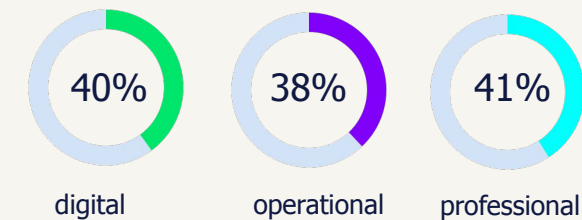
Ωστόσο, τόσο οι εργαζόμενοι της Gen Z, όσο και οι Millennials αναφέρουν ότι αντιμετωπίζουν περισσότερα εμπόδια στην εξέλιξη της σταδιοδρομίας, λόγω της ταυτότητάς τους, με τη Gen Z να αντιμετωπίζει τα υψηλότερα επίπεδα τέτοιων προκλήσεων σε όλες τις μειονότητες. Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι η Gen Z και οι Millennials αντιμετωπίζουν περισσότερα εμπόδια, λόγω της υψηλότερης εκπροσώπησης τους σε μειονοτικές ομάδες, καθώς οι μειονότητες είναι πιο πιθανό να βιώσουν και να αναφέρουν εμπόδια που σχετίζονται με την ταυτότητα. Για την αντιμετώπιση αυτών των ζητημάτων και τη βελτίωση της ικανοποίησης των εργαζομένων, είναι σημαντικό για τους εργοδότες να εφαρμόσουν και να κοινοποιήσουν με σαφήνεια μια ισχυρή στρατηγική διαφορετικότητας και συμπερίληψης.

ειδικότητες

Οι εργαζόμενοι σε digital ρόλους είναι πιο πιθανό να αισθάνονται ότι ο οργανισμός τους τους εκτιμά ως άτομα, ενώ οι αντιλήψεις περί ισότητας παραμένουν ίδιες σε όλες τις ειδικότητες.

Υπάρχει μικρή διαφοροποίηση μεταξύ των ειδικοτήτων όσον αφορά τους εργαζόμενους που αντιμετωπίζουν εμπόδια που σχετίζονται με την ταυτότητά τους, με τις μειονότητες να αναφέρουν παρόμοια επίπεδα προκλήσεων σε όλους τους ρόλους.

ο οργανισμός μου παρέχει ίση αμοιβή για ίση εργασία



κίνητρα και αφοσίωση είναι αρκετά υψηλά μεταξύ των ελλήνων εργοδοτών.

κίνητρα & αφοσίωση

Η πλειοψηφία των εργαζομένων (60%) αισθάνεται ότι ο τρέχων ρόλος της, την παρακινεί αρκετά, ενώ μόνο το 17% αναφέρει έλλειψη παρακίνησης. Παρόλο που το 47% των εργαζομένων νιώθει ότι παρακινείται περισσότερο σε σύγκριση με έναν χρόνο πριν, το 23% εξακολουθεί να αισθάνεται το ίδιο κινητοποιημένο σε σχέση με πέρυσι.

Η αυξημένη ύπαρξη κινήτρου, οφείλεται κυρίως σε παράγοντες όπως η εργασιακή ασφάλεια, το αίσθημα της εκτίμησης και της αναγνώρισης, οι ισχυρότερες σχέσεις με τους συναδέλφους και η καλύτερη ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής. Ωστόσο, κανένας από αυτούς τους παράγοντες δεν αποτελεί την κύρια κινητήρια δύναμη κατά την οποία οι εργαζόμενοι νιώθουν το αίσθημα της εργασιακής ικανοποίησης. Αυτό το στοιχείο φανερώνει ότι για να υπάρξει εργασιακή αφοσίωση, είναι αρχικά απαραίτητη η κάλυψη των πιο βασικών τους αναγκών.

Αντιθέτως, η έλλειψη κινήτρου είναι συνήθως άρρητα συνδεδεμένη με τη μη ικανοποίηση των εργαζομένων σχετικά με τον μισθό, την απουσία αναγνώρισης στο χώρο εργασίας, την έλλειψη εκτίμησης, τις περιορισμένες ευκαιρίες εξέλιξης και τέλος τον υπερβολικό φόρτο εργασίας.

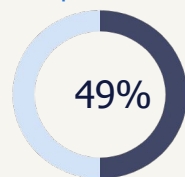
γενιές

Οι εργαζόμενοι της Gen X, είναι πιο πιθανό να αισθάνονται υψηλή παρακίνηση και να αποδίδουν πλήρως στην εργασία τους, σε σύγκριση με τους εργαζόμενους της Gen Z και των Millennials. Ωστόσο, οι νεότερες γενιές (Gen Z και Millennials) επιδεικνύουν μια αυξητική τάση στα επίπεδα κινητοποίησης σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος.

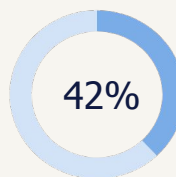
Οι λόγοι που οδηγούν στην έλλειψη κινήτρων, είναι παρόμοιοι σε όλες τις γενιές, αν και οι εργαζόμενοι της Gen X είναι πιο πιθανό να αναφέρουν ως αποθαρρυντικούς παράγοντες τον φόρτο εργασίας, την απουσία αναγνώρισης και τις ασαφείς προσδοκίες. Η αντιμετώπιση αυτών των ζητημάτων είναι ζωτικής σημασίας για την αφοσίωση των εργαζομένων αυτής της γενιάς.

Από την άλλη μεριά, οι κύριοι παράγοντες που τροφοδοτούν την κινητοποίηση στις νεότερες γενιές είναι οι ευκαιρίες επαγγελματικής εξέλιξης, οι ευνοϊκές αλλαγές που προωθούνται από την ηγεσία και η συμμετοχή σε ενδιαφέροντα έργα.

είμαι (περισσότερο) αφοσιωμένος ή κινητοποιημένος από ό,τι ήμουν στο παρελθόν



gen Z & millennials



gen X & baby boomer

ειδικότητες

Η παρακίνηση στους digital ρόλους έχει μειωθεί αισθητά σε σχέση με πέρυσι, με το 32% να δηλώνει έλλειψη κινήτρου. Ποσοστό σημαντικά υψηλότερο και από operational (22%) και από professional (21%) ρόλους, δείχνοντας έτσι πιθανό προειδοποιητικό σημάδι για τις digital ομάδες.

Παρά τη μείωση της συνολικής τους παρακίνησης, οι digital και οι operational ρόλοι τονίζουν τη βελτίωση των συναδελφικών σχέσεων ως βασικό κίνητρο, υπογραμμίζοντας την ενίσχυση του αισθήματος του 'ανήκειν'. Ωστόσο, οι professional ρόλοι φαίνεται να δίνουν μεγαλύτερη βαρύτητα στην αναγνώριση και στην υποστήριξη, ως κύριους παράγοντες που τους κινητοποιούν.

Η μείωση κινήτρων στους digital ρόλους οφείλεται κυρίως στον υπερβολικό φόρτο εργασίας, στην περιορισμένη ευελιξία και στις ανησυχίες για εργασιακή σταθερότητα. Ενώ οι λόγοι για τη μείωση της παρακίνησης παρουσιάζουν ομοιότητες μεταξύ των εργαζομένων σε operational και professional ρόλους, ο βαθμός επιρροής διαφέρει. Οι professional ρόλοι, παρακινούνται περισσότερο από την επιθυμία για υψηλότερους μισθούς και επαγγελματική ανέλιξη, ενώ οι operational ρόλοι φαίνεται να επηρεάζονται περισσότερο από την απουσία αναγνώρισης και το αίσθημα ότι δεν τους εκτιμούν.

η χρήση του ΑΙ δεν έχει ακόμη καθιερωθεί στην Ελλάδα.

ΑΙ

Αν και η υιοθέτηση της τεχνητής νοημοσύνης (ΑΙ) δεν είναι ακόμη ευρέως διαδεδομένη μεταξύ των εργαζομένων στην Ελλάδα, υπάρχει μια μικρή, αλλά αυξανόμενη ομάδα τακτικών χρηστών, με το ποσοστό να έχει αυξηθεί από 10% σε 17% τον τελευταίο χρόνο. Ωστόσο, υπάρχει και ένα 46% των εργαζομένων στην Ελλάδα που δεν έχει χρησιμοποιήσει ποτέ το ΑΙ στην εργασία του.

Αν και οι περισσότεροι εργαζόμενοι αναμένουν ότι η τεχνητή νοημοσύνη θα επηρεάσει με κάποιον τρόπο τον ρόλο τους, μέσα στα επόμενα πέντε χρόνια, η σημερινή της επίδραση παραμένει περιορισμένη. Μόνο ένα μικρό ποσοστό (15%) πιστεύει ότι δε θα υπάρξει καμία επίδραση στην εργασία του.

Γενικά, η στάση απέναντι στην τεχνητή νοημοσύνη είναι θετική ή ουδέτερη, με ελάχιστους εργαζόμενους να εκφράζουν έντονα αρνητικές απόψεις. Όσοι αντιλαμβάνονται το ΑΙ ως παράγοντα επιρροής, το βλέπουν κυρίως με θετικό τρόπο.

γενιές

Οι νεότερες γενιές (Gen Z και Millennials) είναι πιο πιθανό να χρησιμοποιήσουν την τεχνητή νοημοσύνη (ΑΙ), σε σύγκριση με την Gen X, με τους εργαζόμενους της Gen Z να ηγούνται σημαντικά στην υιοθέτησή της στον χώρο εργασίας.

Οι εργαζόμενοι της Gen Z πιστεύουν πιο έντονα ότι το ΑΙ επηρεάζει σημαντικά τον ρόλο τους. Ωστόσο, όλες οι γενιές βλέπουν την επίδρασή της ως θετική ή ουδέτερη, χωρίς μεγάλες διαφορές στις αντιλήψεις τους.

Δεδομένου του θετικού αντίκτυπου του ΑΙ, οι εργοδότες οφείλουν να ενισχύσουν την ανάπτυξη σχετικών δεξιοτήτων και να προωθήσουν τη χρήση του, έτσι ώστε όλες οι γενιές εργαζομένων να επωφεληθούν από την τεχνολογία αυτή.

Η χρήση της τεχνητής νοημοσύνης στις γενιές



ειδικότητες

Οι εργαζόμενοι σε digital ρόλους (31%) είναι πιο πιθανό να χρησιμοποιήσουν την τεχνητή νοημοσύνη, σε σύγκριση με εργαζόμενους σε operational (18%) και professional (15%) ρόλους. Σχεδόν οι μισοί ερωτηθέντες στο operational (49%) και professional (45%), δεν έχουν χρησιμοποιήσει ποτέ ΑΙ στον ρόλο τους.

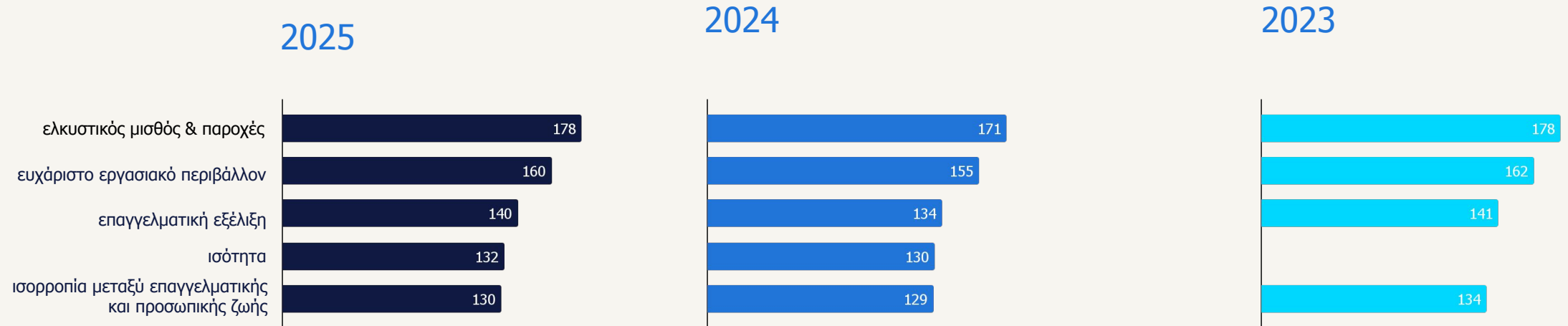
Όσοι εργάζονται στο operational είναι πιο πιθανό να πιστεύουν ότι το ΑΙ δε θα επηρεάσει την εργασία τους (19%), ενώ στο digital, οι εργαζόμενοι έχουν ήδη αρχίσει να βιώνουν την επίδρασή του στον ρόλο τους (11%). Είναι σημαντικό, λοιπόν, να γίνει ξεκάθαρο σε όσους εργάζονται σε digital ρόλους, το πώς ο οργανισμός μεγιστοποιεί τη χρησιμότητα του ΑΙ.

κύριοι
παράγοντες.



το προφίλ του ιδανικού εργοδότη στην Ελλάδα έχει παραμείνει σταθερό τα τελευταία τρία χρόνια.

Με τους βασικούς παράγοντες να παραμένουν σε μεγάλο βαθμό σταθεροί, οι ανάγκες και οι προτεραιότητες των εργαζομένων δείχνουν να διατηρούνται αμετάβλητες. Ο ελκυστικός μισθός & οι παροχές, το ευχάριστο εργασιακό περιβάλλον και η επαγγελματική εξέλιξη αποτελούν τους τρεις σημαντικότερους παράγοντες, υποδηλώνοντας ότι η ικανοποίηση των εργαζομένων είναι μια πολυπαραγοντική έννοια που περιλαμβάνει πρακτικές αλλά και συναισθηματικές πτυχές.



πώς να διαβάσετε τα παραπάνω στατιστικά

150: ο παράγοντας έχει επιλεγθεί 50% περισσότερο σε σχέση με το μέσο ποσοστό επιλογής του

75: ο παράγοντας έχει επιλεγθεί 25% λιγότερο σε σχέση με το μέσο ποσοστό επιλογής του

ενώ ο μισθός και οι παροχές αποτελούν την κύρια προτεραιότητα σε όλες τις ειδικότητες, η σημασία άλλων παραγόντων ποικίλλει ανάλογα με τον ρόλο.

Η εργασιακή σταθερότητα και ασφάλεια έχει μεγαλύτερη σημασία για όσους εργάζονται σε operational και professional θέσεις, σε σχέση με εργαζομένους σε digital ρόλους. Αντίθετα, η δυνατότητα τηλεργασίας έχει ιδιαίτερη σημασία για τους τελευταίους.



7 στους 10 εργαζόμενους αξιολογούν θετικά τους εργοδότες τους ως προς την ισότητα, κάτι που υποδηλώνει πρόοδο στη διαμόρφωση ενός δίκαιου και συμπεριληπτικού εργασιακού περιβάλλοντος.

αξιολόγηση τρέχοντος εργοδότη

- | | |
|-----|---|
| 1. | μακροπρόθεσμη εργασιακή σταθερότητα και ασφάλεια |
| 2. | βολική τοποθεσία |
| 3. | ισότητα |
| 4. | οικονομική σταθερότητα και ευρωστία |
| 5. | πολύ καλή φήμη |
| 6. | ευχάριστο εργασιακό περιβάλλον |
| 7. | ενδιαφέρον αντικείμενο εργασίας |
| 8. | ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής |
| 9. | ελκυστικός μισθός & παροχές |
| 10. | επαγγελματική εξέλιξη |
| 11. | ανταπόδοση στην κοινωνία |

προφίλ ιδανικού εργοδότη

- | | |
|-----|---|
| 1. | ελκυστικός μισθός & παροχές |
| 2. | ευχάριστο εργασιακό περιβάλλον |
| 3. | επαγγελματική εξέλιξη |
| 4. | ισότητα |
| 5. | ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής |
| 6. | εργασιακή σταθερότητα και ασφάλεια |
| 7. | ευκαιρίες εκπαίδευσης |
| 8. | ενδιαφέρον αντικείμενο εργασίας |
| 9. | δυνατότητα εξ αποστάσεως εργασίας |
| 10. | τοποθεσία |
| 11. | προϊόντα και υπηρεσίες υψηλής ποιότητας |

Παρόλο που η εργασιακή σταθερότητα και ασφάλεια μπορούν να ενισχύσουν την εικόνα του εργοδότη και τις προσπάθειες διατήρησης των εργαζομένων, δεν είναι εν τέλει τόσο καθοριστικές, όταν εξετάζουμε το προφίλ του ιδανικού εργοδότη. Ωστόσο, η ισότητα συνδέεται άμεσα, τόσο με την αξιολόγηση του τρέχοντος, όσο και με τις κατατάξεις του ιδανικού εργοδότη, υποδεικνύοντας τη σημασία της.

Λιγότεροι από τους μισούς εργαζόμενους στην Ελλάδα αξιολογούν θετικά τον εργοδότη τους για την προσφορά ελκυστικού μισθού & παροχών. Ωστόσο, η σημασία αυτού του παράγοντα αυξάνεται όταν εξετάζεται το προφίλ του ιδανικού εργοδότη, υπογραμμίζοντας ένα αυξανόμενο χάσμα μεταξύ της τρέχουσας ικανοποίησης και των μελλοντικών προσδοκιών.



οι πιο ελκυστικοί
εργοδότες και
πληροφορίες ανά
κλάδο.



οι πιο ελκυστικοί εργοδότες στην Ελλάδα.

2025

1.	Παπαστράτος
2.	Costa Navarino (T.E.MES SA)
3.	Vianex Φαρμακευτική
4.	ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ
5.	AEGEAN
6.	Motor Oil Hellas
7.	Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών
8.	HelleniQ Energy
9.	DEMO
10.	INTRALOT A.E.

2024

1.	Παπαστράτος
2.	Vianex Φαρμακευτική
3.	AEGEAN
4.	Παπαδοπούλου - Βιομηχανία μπισκότων και ειδών διατροφής
5.	ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ
6.	Ανεξάρτητος Διαχειριστής Μεταφοράς Ηλεκτρικής Ενέργειας (ΑΔΜΗΕ)
7.	ELPEN Φαρμακευτική
8.	Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών
9.	Skroutz
10.	Ωνάσειο Καρδιοχειρουργικό Κέντρο

2023

1.	Παπαστράτος
2.	ION A.E. ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ & ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΚΑΟ & ΣΟΚΟΛΑΤΑΣ
3.	AEGEAN
4.	INTRALOT A.E.
5.	ELPEN Φαρμακευτική
6.	ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ
7.	LAMPSA Hotels (Grand Bretagne, King George, Sheraton Rhodes)
8.	Τράπεζα της Ελλάδος A.E.
9.	Παπαδοπούλου - Βιομηχανία μπισκότων και ειδών διατροφής
10.	Costa Navarino (T.E.MES SA)

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

Οι 5 πιο ελκυστικές εταιρείες για να εργαστεί κανείς στην Ελλάδα χαρακτηρίζονται για την οικονομική τους ευρωστία και την καλή τους φήμη. Η εργασιακή σταθερότητα και ασφάλεια αποτελεί επίσης βασικό παράγοντα για την πλειονότητα των εταιρειών.

top 5 εταιρείες

1. Παπαστράτος

2. Costa Navarino (T.E.MES SA)

3. Vianex Φαρμακευτική

4. ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ

5. AEGEAN

1.

πολύ καλή φήμη

οικονομική ευρωστία

οικονομική ευρωστία

πολύ καλή φήμη

οικονομική ευρωστία

2.

οικονομική ευρωστία

πολύ καλή φήμη

πολύ καλή φήμη/ εργασιακή σταθερότητα και ασφάλεια

οικονομική ευρωστία

πολύ καλή φήμη

3.

εργασιακή σταθερότητα και ασφάλεια / ελκυστικός μισθός και παροχές

εργασιακή σταθερότητα και ασφάλεια

επαγγελματική εξέλιξη

βολική τοποθεσία

ενδιαφέρον αντικείμενο εργασίας

ελκυστικότητα ανά κλάδο.

top 10 κλάδοι με τις καλύτερες επιδόσεις



ο κλάδος της ενέργειας είναι ο πιο ελκυστικός κλάδος στην Ελλάδα.

οι μικρές διαφορές στην ελκυστικότητα μεταξύ των υπόλοιπων κλάδων υποδεικνύουν ότι οι εργοδότες ανταγωνίζονται όχι μόνο εντός του δικού τους κλάδου, αλλά και με πολλούς άλλους κλάδους για την προσέλκυση ταλέντων.

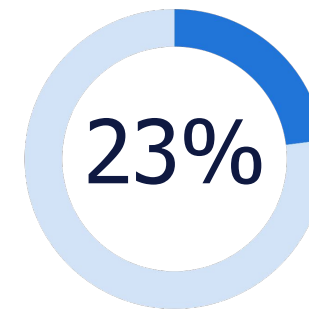
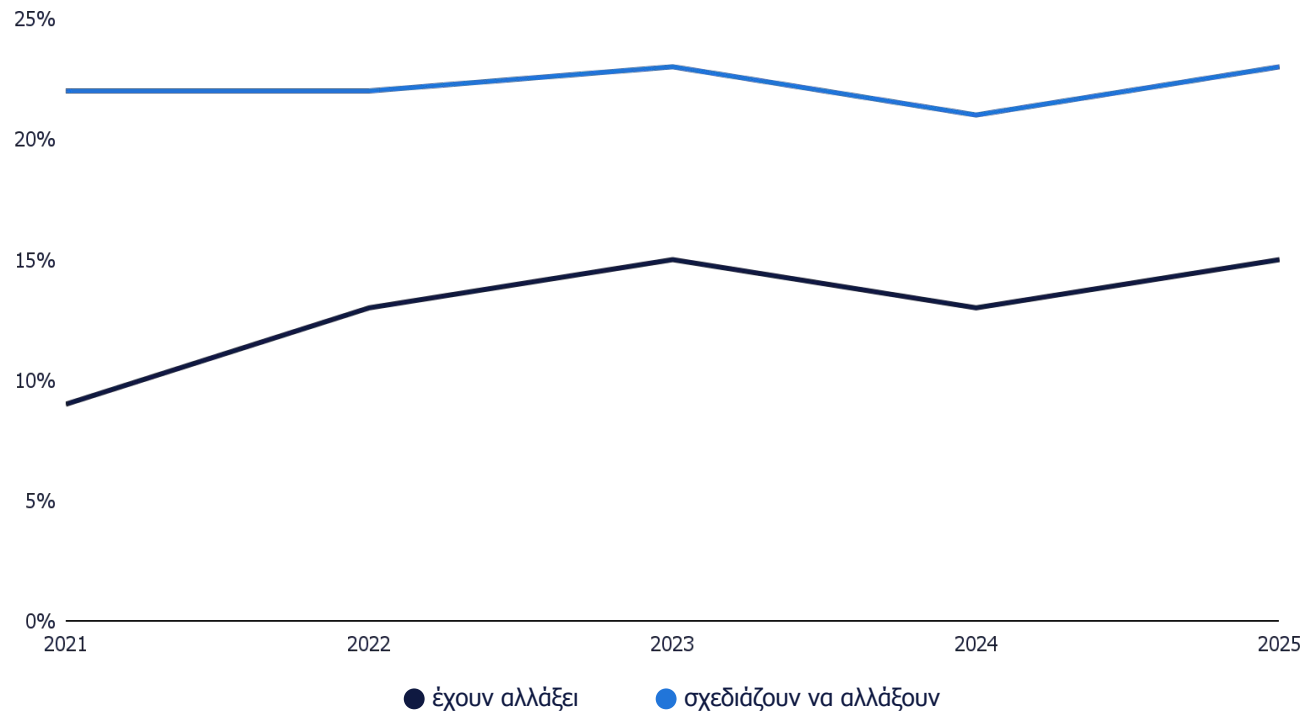
η αλλαγή εργασιακού
περιβάλλοντος στο
επίκεντρο.



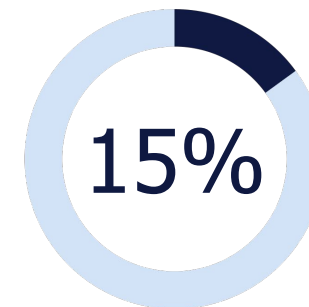
το ποσοστό των εργαζομένων που σχεδιάζει να αλλάξει θέση εργασίας και εκείνων που ήδη άλλαξαν τους τελευταίους 6 μήνες, έχει αυξηθεί ελαφρώς (+2%).

Η αύξηση αυτή σε αντιδιαστολή με την περσινή μείωση, πιθανόν να υποδηλώνει μια επανεκκίνηση της κινητικότητας στην αγορά εργασίας.

έχουν αλλάξει εργοδότη, τους τελευταίους 6 μήνες

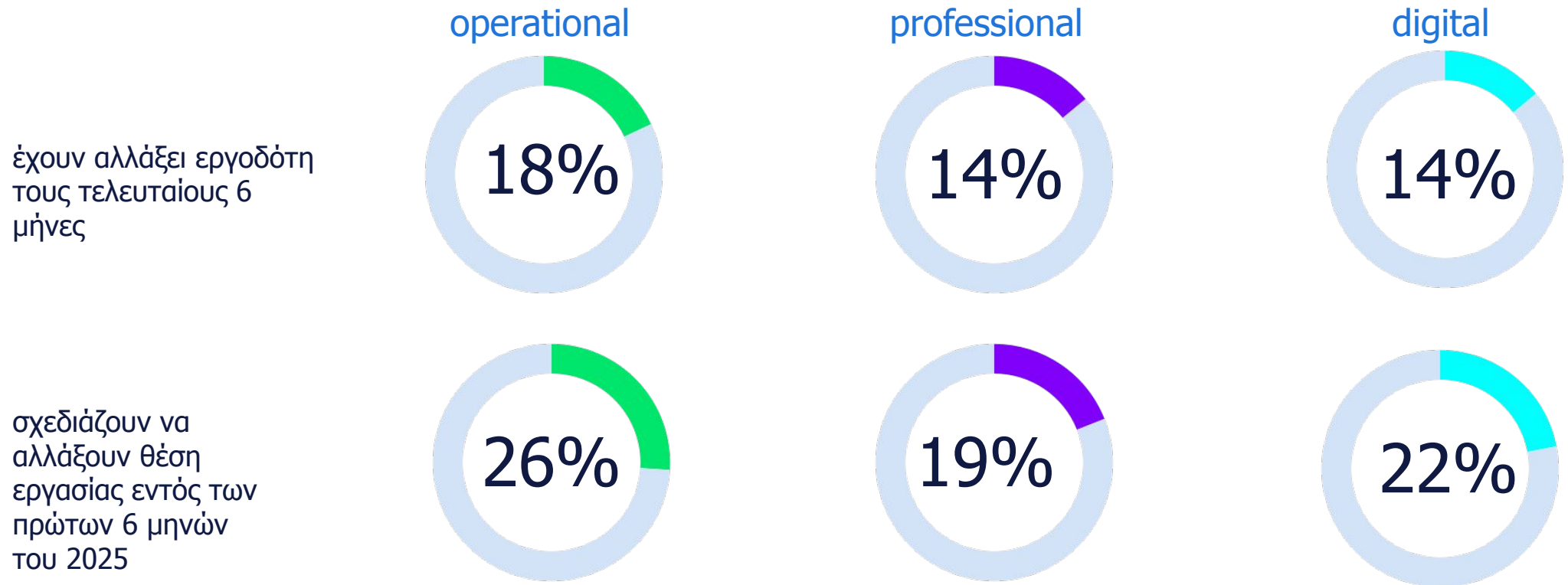


σχεδιάζουν να αλλάξουν θέση εργασίας εντός των πρώτων 6 μηνών του 2025



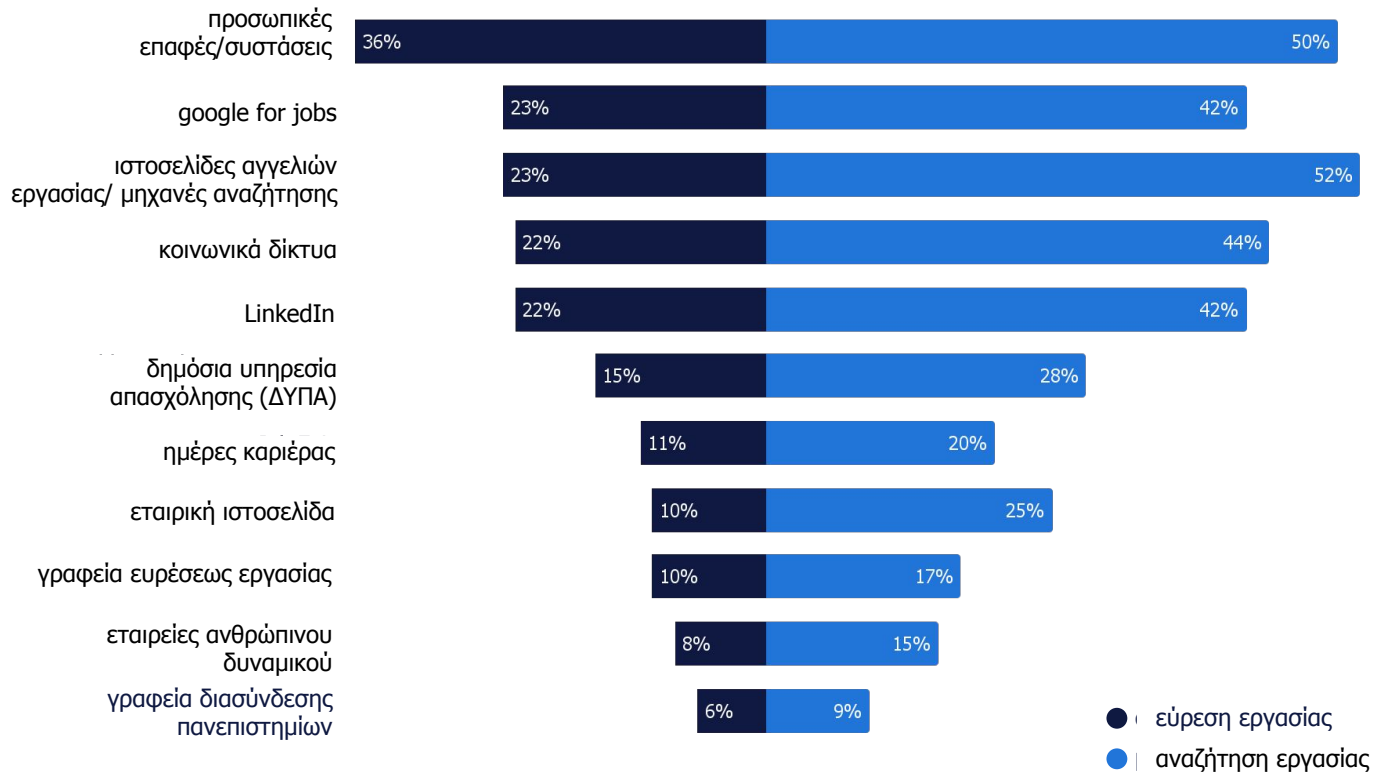
έχουν αλλάξει εργοδότη, τους τελευταίους 6 μήνες

οι εργαζόμενοι που απασχολούνται σε operational ρόλους είναι πιο πιθανό να έχουν αλλάξει εργοδότη και σχεδιάζουν να αλλάξουν και στο μέλλον.



οι προσωπικές επαφές ήταν η πιο αποτελεσματική πηγή για όσους άλλαξαν εργασία πρόσφατα, ενώ οι ιστοσελίδες αγγελιών εργασίας είναι εξίσου σημαντικές για όσους σχεδιάζουν να αλλάξουν.

πηγές για ευκαιρίες εργασίας



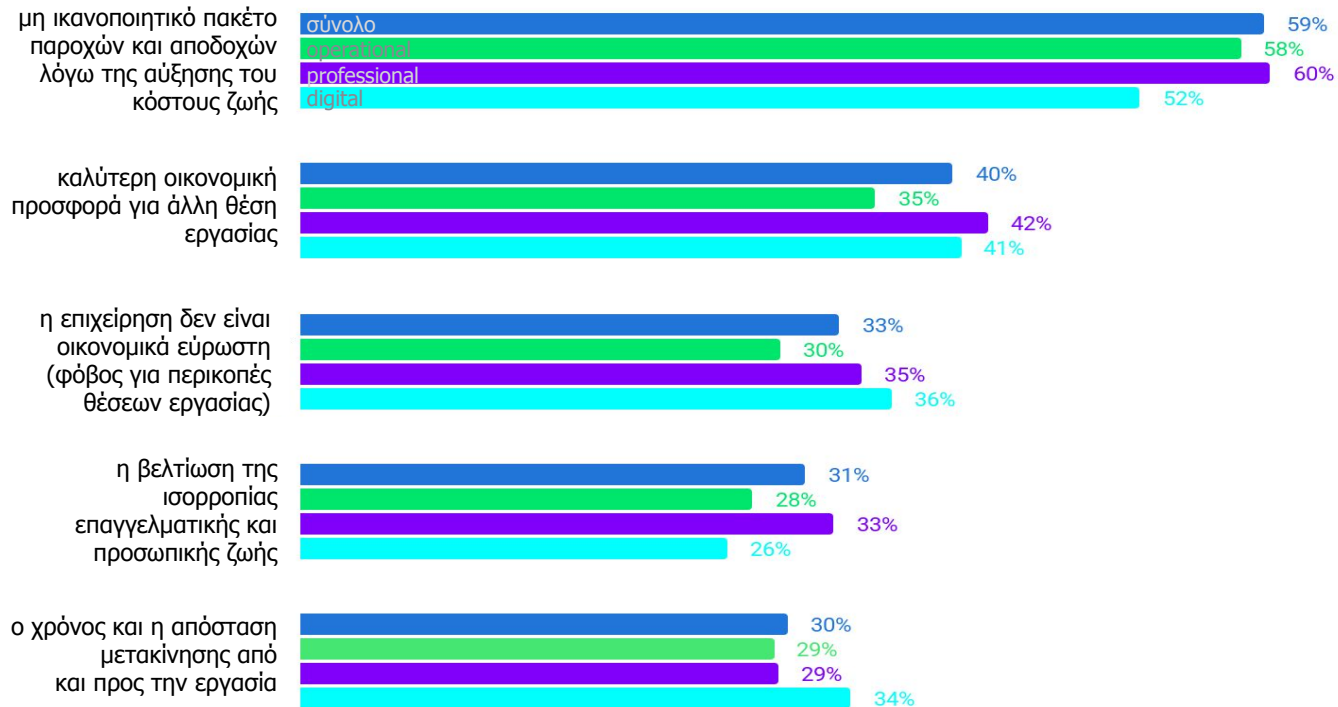
Πάνω από το μισό του ανθρώπινου δυναμικού στην Ελλάδα συνεχίζει να βασίζεται σε ιστοσελίδες αγγελιών εργασίας και στις προσωπικές επαφές κατά τη διαδικασία αναζήτησης εργασίας, με μικρή αλλαγή στην πάροδο του χρόνου.

Η Gen Z ξεχωρίζει για την προτίμησή της σε πλατφόρμες όπως η Google, το LinkedIn και τα social media, ενώ οι Millennials και η Gen X είναι πιο πιθανό να στραφούν στις προσωπικές επαφές/συστάσεις, τις ιστοσελίδες αγγελιών εργασίας και τις εταιρικές ιστοσελίδες.

Εμφανίζονται επίσης διαφορές μεταξύ των φύλων, με τους άνδρες να είναι πιο πιθανό να χρησιμοποιούν γραφεία ευρέσεως εργασίας, και τις γυναίκες να δείχνουν ισχυρότερη προτίμηση στις ιστοσελίδες αγγελιών εργασίας και τις μηχανές αναζήτησης.

το μη ικανοποιητικό πακέτο παροχών και αποδοχών συνεχίζει να είναι ο κύριος λόγος αποχώρησης των εργαζομένων.

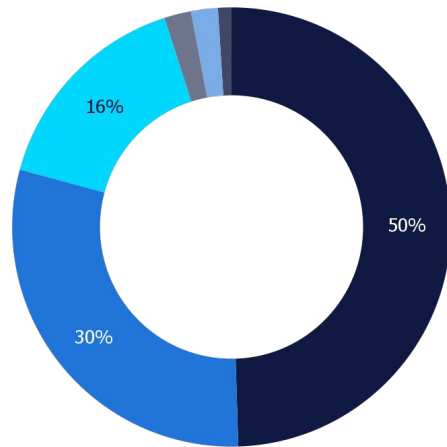
Λόγοι αποχώρησης από έναν εργοδότη



Ενώ το μη ικανοποιητικό πακέτο παροχών και αποδοχών παραμένει ο κορυφαίος λόγος αποχώρησης στο σύνολο των ερωτηθέντων, οι εργαζόμενοι σε professional και digital ρόλους επηρεάζονται περισσότερο από μια καλύτερη οικονομική προσφορά για άλλη θέση εργασίας, σε σύγκριση με τους εργαζόμενους στο operational. Τα χαμηλότερα ποσοστά αλλαγής εργασίας, μπορεί να δείχνουν ότι χρειάζονται περισσότερα ή καλύτερα κίνητρα, για να αλλάξουν εργοδότη— υποδηλώνοντας ότι αυτές οι ομάδες είναι λιγότερο πιθανό να φύγουν από μία θέση μόνο για λόγους μισθού και πιο πιθανό να περιμένουν ένα ευρύτερο σύνολο ελκυστικών συνθηκών.

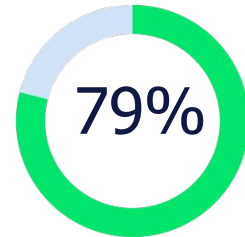
η επανεκπαίδευση είναι σημαντική για την πλειοψηφία των εργαζομένων στην Ελλάδα, με όλες τις ειδικότητες να την θεωρούν σημαντική.

η σημασία της επανεκπαίδευσης

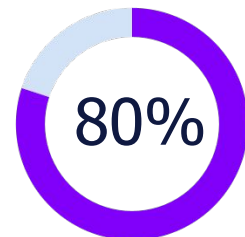


- 5 – πολύ σημαντικό
- 4
- 3
- 2
- 1 – καθόλου σημαντικό
- δεν γνωρίζω

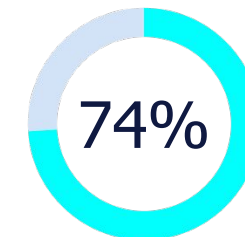
operational



professional



digital



% top-2 (το ποσοστό των 2 πρώτων επιλογών):
πολύ σημαντικό & σημαντικό

Παρόλο που η σημασία της επανεκπαίδευσης έχει μειωθεί ελαφρώς (-3%), εξακολουθεί να αποτελεί κύρια προτεραιότητα για τους εργαζόμενους. Το ενδιαφέρον για την επανεκπαίδευση παραμένει σταθερό σε όλες τις γενιές, υπογραμμίζοντας τη σημασία της.

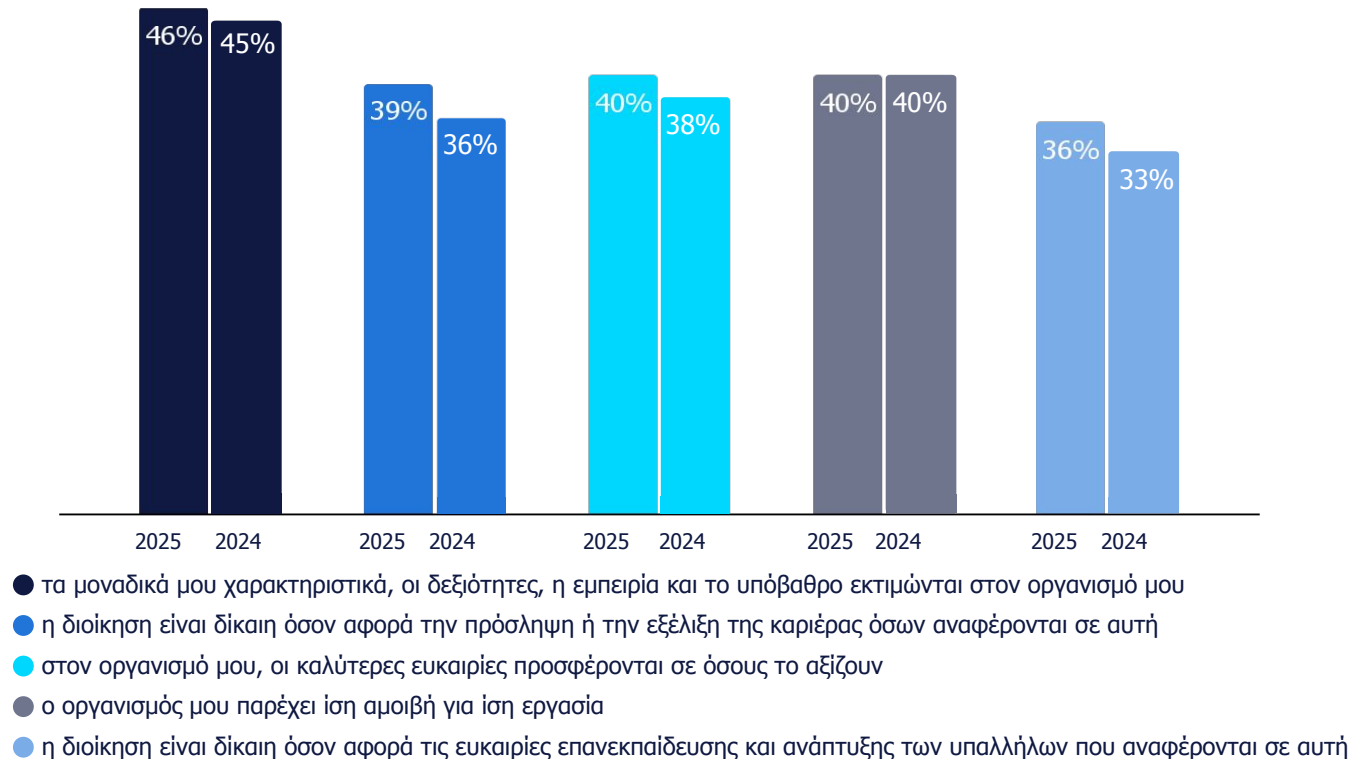
Ωστόσο, υπάρχει ένα αξιοσημείωτο χάσμα μεταξύ των φύλων: το 86% των γυναικών εργαζομένων θεωρεί την επανεκπαίδευση σημαντική, σε σύγκριση με το 73% των ανδρών εργαζομένων – αναδεικνύοντας μια ευκαιρία για τους εργοδότες να προσαρμόσουν τις πρωτοβουλίες μάθησης και ανάπτυξης με γνώμονα τη συμπερίληψη.



ισότητα, τεχνητή
νοημοσύνη, κίνητρα
& αφοσίωση.

οι εργοδότες βελτιώνουν την ισότητα στον χώρο εργασίας.

ποιες από τις παρακάτω προτάσεις θεωρείτε ότι ισχύουν για τον τρέχοντα εργοδότη σας;

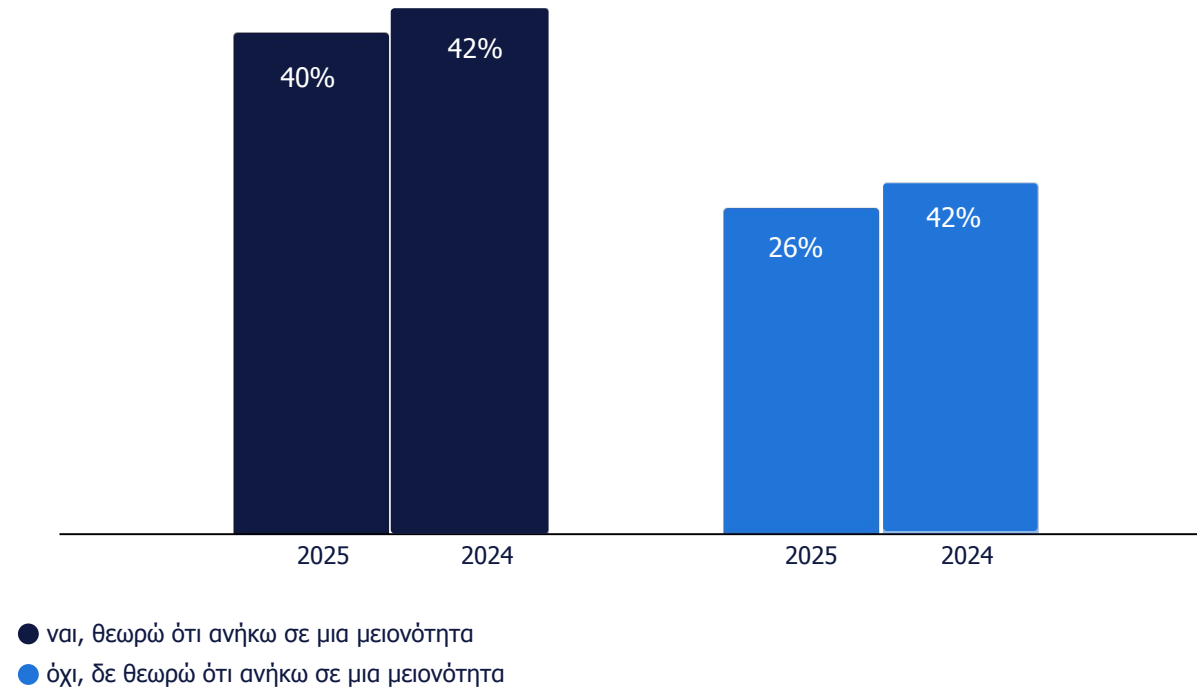


Οι εργοδότες συνεχίζουν να κάνουν ό,τι καλύτερο μπορούν, ώστε να καταφέρουν να κάνουν τους εργαζόμενους να αισθάνονται ότι η μοναδικότητά τους εκτιμάται. Ωστόσο, οι πιο αξιοσημείωτες βελτιώσεις παρατηρούνται στην αντίληψη της δικαιοσύνης, ειδικότερα στον τρόπο με τον οποίο η διοίκηση χειρίζεται την επαγγελματική ανέλιξη και την κατανομή των ευκαιριών επανεκπαίδευσης.

Παρά τις προσπάθειες αυτές, λιγότεροι από τους μισούς εργαζόμενους έχουν θετική άποψη για οποιαδήποτε από τις δηλώσεις αυτές. Η ίση πρόσβαση στην επανεκπαίδευση εξακολουθεί να καταγράφει τα χαμηλότερα ποσοστά, κάτι το οποίο φανερώνει ότι υπάρχει περιθώριο βελτίωσης. Είναι σημαντικό, οι εργοδότες να αναθεωρήσουν την προσέγγισή τους, δεδομένης της μεγάλης αξίας που αποδίδουν οι εργαζόμενοι στις ευκαιρίες επανεκπαίδευσης.

παρατηρήθηκε μια μικρή μείωση στα εμπόδια που σχετίζονται με την προσωπική ταυτότητα, με βελτιώσεις να σημειώνονται τόσο σε μειονότητες όσο και σε μη μειονοτικές ομάδες.

έχω αντιμετωπίσει εμπόδια στην πορεία της καριέρας μου στον οργανισμό, τα οποία πιστεύω ότι οφείλονται στην ταυτότητά μου.

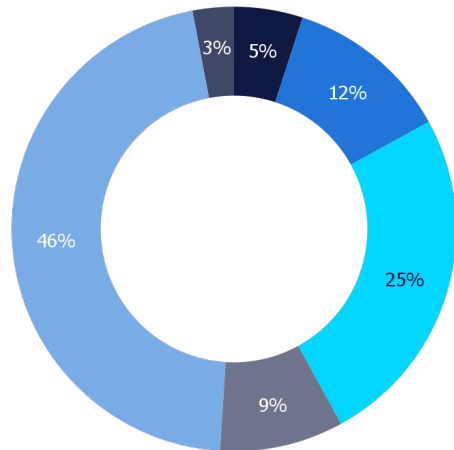


Στην Ελλάδα, 1 στους 5 ερωτηθέντες δηλώνει ότι ανήκει σε μια μειονοτική ομάδα, με την πλειοψηφία να καταγράφεται στην Gen Z (32%).

Για τη συγκεκριμένη γενιά, το συχνότερο στοιχείο που τους κάνει να αισθάνονται μέλος μιας μειονότητας είναι η ταυτότητα φύλου. Είναι πλέον αντιληπτή η αυξανόμενη εμφάνιση των διαφορετικών ταυτοτήτων στον σύγχρονο εργασιακό χώρο.

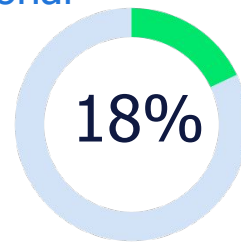
η συχνή χρήση της τεχνητής νοημοσύνης (AI) στους χώρους εργασίας συνεχίζει να αυξάνεται, σημειώνοντας άνοδο από 10% σε 17% τον τελευταίο χρόνο.

συχνότητα χρήσης AI :

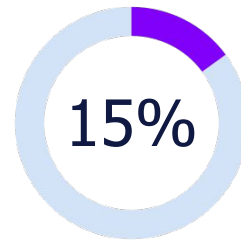


- καθημερινά
- συχνά
- σπανίως
- μία φορά
- ποτέ
- δεν γνωρίζω

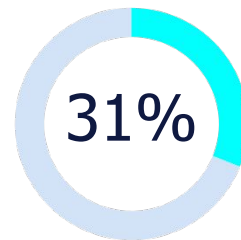
operational



professional



digital



% των συχνών χρηστών (καθημερινά & συχνά)

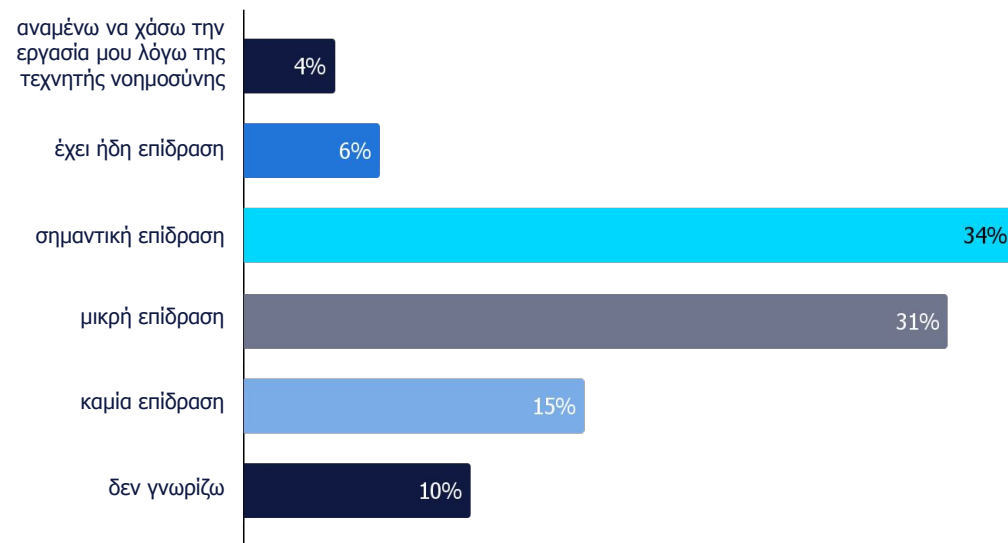
Η χρήση της τεχνητής νοημοσύνης είναι πιο διαδεδομένη στην Gen Z (29%) και μειώνεται σταδιακά με την αύξηση της ηλικίας. Η Gen Z κατέγραψε, επίσης, τη μεγαλύτερη ετήσια αύξηση (+11%). Παρά τις διαφορές μεταξύ των γενεών, όλες οι ηλικιακές ομάδες παρουσίασαν έντονη μείωση στο ποσοστό των ερωτηθέντων που δεν έχουν χρησιμοποιήσει ποτέ τεχνητή νοημοσύνη, υποδηλώνοντας έτσι την ενσωμάτωσή της στην εργασία.

Η τακτική χρήση AI είναι, επίσης, πιο συνηθισμένη μεταξύ των εργαζομένων σε digital θέσεις, σε σύγκριση με τους εργαζόμενους σε operational και professional ρόλους, πιθανώς λόγω της φύσης της εργασίας τους.

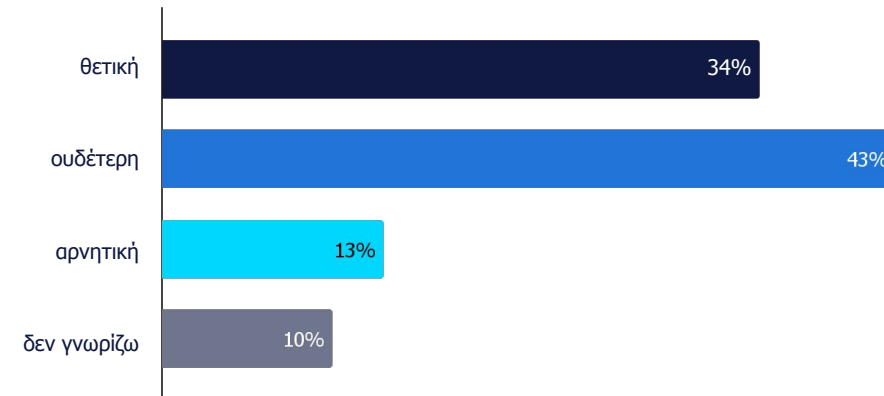
καθώς αυξάνεται η υιοθέτηση της τεχνητής νοημοσύνης, αυξάνεται και ο αντίκτυπος αντίκτυπός της στον χώρο εργασίας· το 34% των εργαζομένων αναμένει ότι η τεχνητή νοημοσύνη θα έχει σημαντικό αντίκτυπο.

Το ποσοστό αυτό έχει αυξηθεί από το 2024 (31%). Επίσης, το ποσοστό των ερωτηθέντων που δηλώνουν ότι η τεχνητή νοημοσύνη έχει ήδη αντίκτυπο στην εργασία έχει αυξηθεί κατά 4%. Αν και το αρνητικό συναίσθημα έχει μειωθεί, οι αντιλήψεις μετατοπίστηκαν κυρίως προς την ουδετερότητα.

προβλεπόμενη επίδραση της τεχνητής νοημοσύνης στην εργασία σας



επίδραση της τεχνητής νοημοσύνης στην εργασιακή ικανοποίηση*

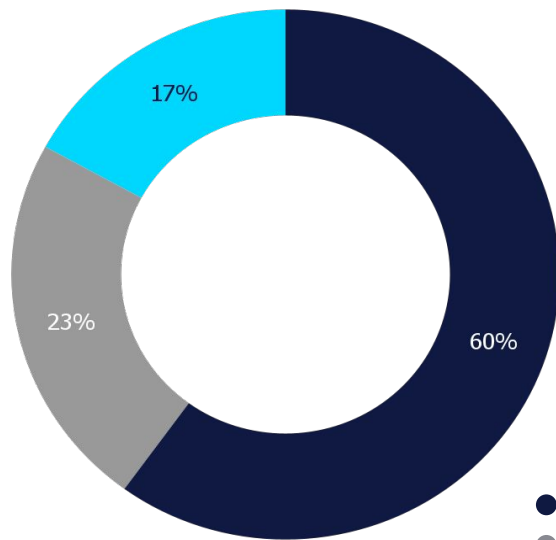


* αυτό ερωτήθηκε μόνο σε αυτούς που πιστεύουν ότι η τεχνητή νοημοσύνη έχει από ελάχιστο έως σημαντικό αντίκτυπο στη δουλειά τους.

η πλειοψηφία των εργαζομένων νιώθει παρακίνηση στον ρόλο της, ενώ λιγότεροι από τους μισούς δηλώνουν μεγαλύτερη παρακίνηση σε σχέση με πέρυσι.

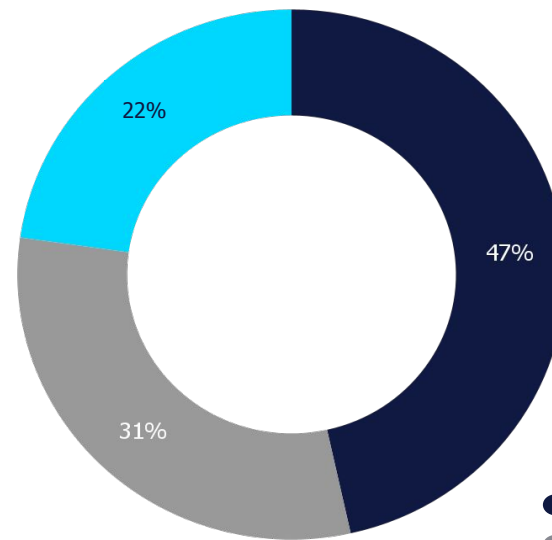
Η Gen X νιώθει παρακίνηση στον τρέχοντα ρόλο της (64%), ενώ οι Millennials και η Gen Z καταγράφουν τα υψηλότερα ποσοστά αύξησης παρακίνησης (49% αντίστοιχα).

κίνητρο & αφοσίωση



- νιώθουν παρακίνηση / αφοσίωση
- ουδέτεροι
- δεν νιώθουν παρακίνηση/ αφοσίωση

σε σύγκριση με το 2024

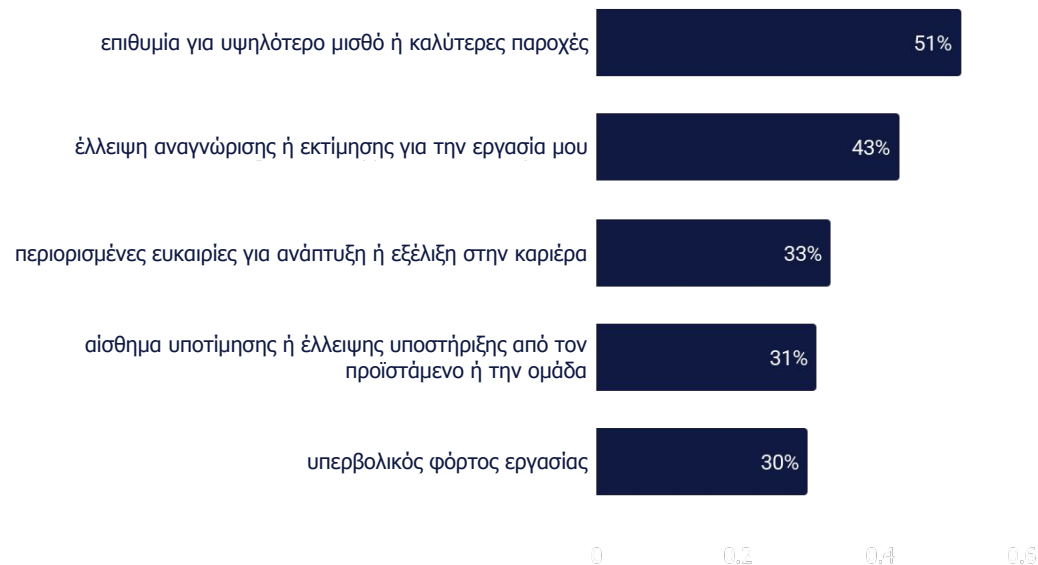


- νιώθουν μεγαλύτερη παρακίνηση / αφοσίωση
- το ίδιο
- νιώθουν λιγότερη παρακίνηση / αφοσίωση

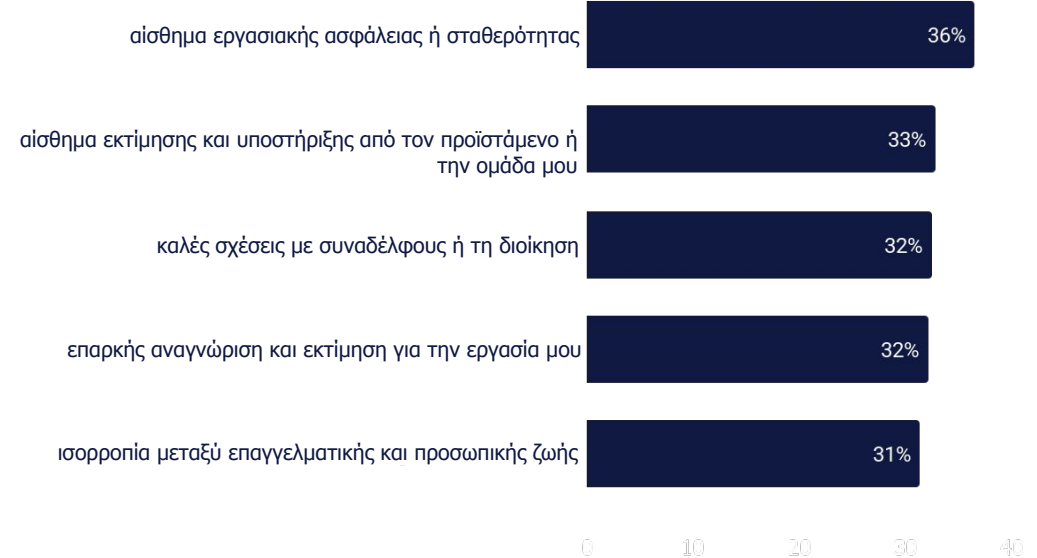
η μειωμένη παρακίνηση σχετίζεται με την επιθυμία υψηλότερων αποδοχών, ενώ η αυξημένη οφείλεται σε περισσότερους λόγους.

Η έλλειψη αναγνώρισης και ο υπερβολικός φόρτος εργασίας επηρεάζουν περισσότερο τη Gen X απ' ό,τι τις νεότερες γενιές, το ίδιο και η αίσθηση επαρκούς αναγνώρισης και εργασιακής ασφάλειας.

μειωμένη παρακίνηση & αφοσίωση



αυξημένη παρακίνηση & αφοσίωση





παράρτημα.

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



αργεντινή
αυστραλία
αυστρία
βέλγιο
βραζιλία
γαλλία
γερμανία

δανία
ελβετία
ελλάδα
ηνωμένο βασίλειο
ηνωμένες πολιτείες
ιαπωνία
ινδία

ισπανία
ιταλία
καναδάς
κίνα
λουξεμβούργο
μαλαισία
μεξικό

νέα ζηλανδία
νορβηγία
ολλανδία
ουγγαρία
ουρουγουάη
πολωνία
πορτογαλία

ρουμανία
σιγκαπούρη
σουηδία
τσέχια
χιλή
χονγκ κονγκ (SAR)

δείγμα

- ηλικία 18 - 67
- αντιπροσωπευτικό για το φύλο
- υπερεκπροσώπηση ατόμων ηλικίας 25 - 44
- αποτελείται από φοιτητές, εργαζόμενους και ανέργους

έρευνα

- διαδικτυακές συνεντεύξεις
- ιανουάριος 2025

διάρκεια της συνέντευξης

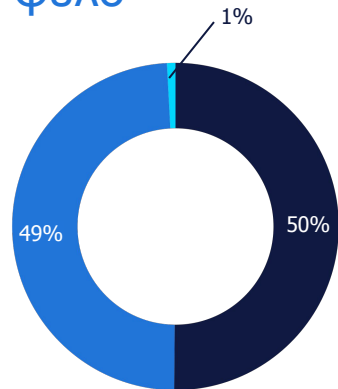
- 14 λεπτά

δείγμα χώρας

- Ελλάδα, 3576

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

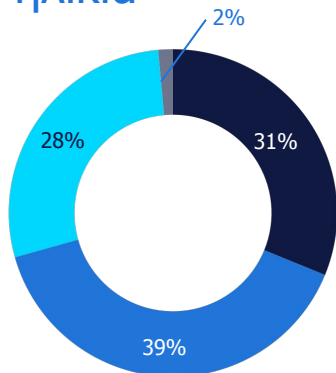
φύλο



- άνδρας
- γυναίκα
- άλλο*

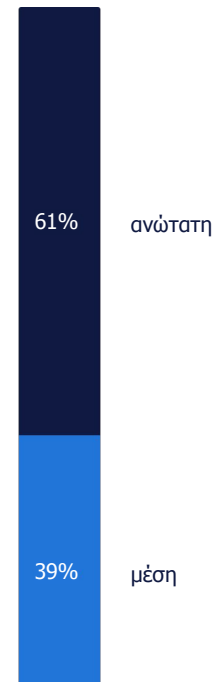
* η επιλογή 'άλλο' αφορά σε όλα τα υπόλοιπα κοινωνικά φύλα και άτομα που προτιμούν να μην απαντήσουν στην ερώτηση.

ηλικία



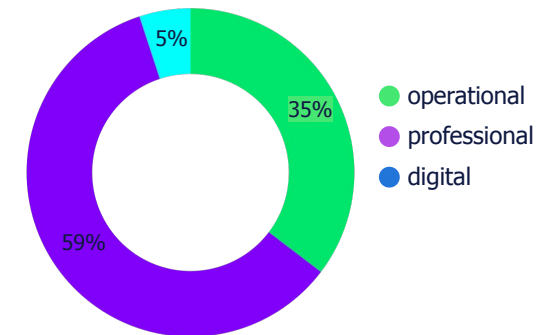
- gen Z (1997-2012)
- millennials (1981-1996)
- gen X (1965-1980)
- baby boomers (1946-1964)

εκπαίδευση



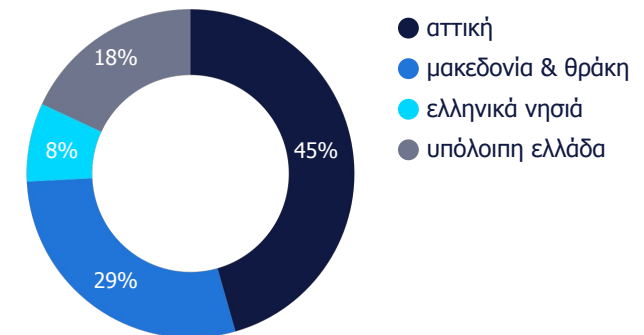
* 0% του δείγματος έχει χαμηλή εκπαίδευση

ειδικότητες



- operational
- professional
- digital

περιοχή



- αττική
- μακεδονία & θράκη
- ελληνικά νησιά
- υπόλοιπη Ελλάδα

μάθετε περισσότερα για τους [operational ρόλους](#) | [professional /digital ρόλους](#)

ευχαριστούμε.



partner for talent.