

ΤΙ ΔΕΙΧΝΟΥΝ ΠΡΟΣΦΑΤΕΣ ΕΡΕΥΝΕΣ

Προσλήψεις αναμένονται στον κλάδο επικοινωνίας



Η στήλη Business Good News αποτελεί συνεργασία της Direction Business Network με το Σύνδεσμο Διαφημιζομένων Ελλάδος και δημοσιεύεται σε εβδομαδιαία βάση στα newsletters Business Today και Retail Today. Στόχος της πρωτοβουλίας είναι να αναδεικνύονται ειδήσεις με θετικό και αισιόδοξο πρόσημο από την εγχώρια και διεθνή πραγματικότητα.

Σύμφωνα με την τελευταία Έρευνα Προοπτικών Απασχόλησης του ομίλου **ManpowerGroup** στην οποία συμμετείχαν 525 Έλληνες εργοδότες, οι προσδοκίες απασχόλησης στη χώρα μας παραμένουν σε διψήφιο ποσοστό για το α' τρίμηνο του 2025, παρά τη μείωση της πρόθεσης προσλήψεων από 19% σε 12%. Βέβαια, σε παγκόσμιο επίπεδο, η Ελλάδα κατατάσσεται 19η όσον αφορά τις προσδοκίες απασχόλησης, 13 μονάδες κάτω από τον παγκόσμιο μέσο όρο. Πιο αναλυτικά, το 29% των εργοδοτών αναμένουν αύξηση των προσλήψεων, το 20% προβλέπει μείωση, το 48% δεν προβλέπει καμιά αλλαγή, ενώ το 3% δεν είναι βέβαιοι. Οι Έλληνες εργοδότες, σε 7 από τους 9 κλάδους που εξετάζει η έρευνα, σχεδιάζουν να αυξήσουν τα επίπεδα στελέχωσης το α' τρίμηνο του 2025, ενώ οι εργοδότες στους λοιπούς δύο κλάδους αναμένουν μείωση.

Το ενθαρρυντικό νέο της έρευνας αφορά τον κλάδο της διαφήμισης και του marketing: ο πιο ανταγωνιστικός κλάδος στην Ελλάδα όσον αφορά την πρόθεση προσλήψεων, είναι οι Υπηρεσίες Επικοινωνίας, με δείκτη 35%. Παρά το γεγονός ότι οι προσδοκίες στον κλάδο αποδυναμώθηκαν κατά 15 μονάδες από το προηγούμενο τρίμηνο, αυξήθηκαν κατά 2 μονάδες από το α' τρίμηνο του 2024. Η Ελλάδα, μάλιστα, κατέχει την τρίτη θέση παγκοσμίως στην πρόθεση προσλήψεων του κλάδου Υπηρεσιών Επικοινωνίας, ξεπερνώντας τον παγκόσμιο μέσο όρο κατά 21 μονάδες. Σύμφωνα με τον διευθύνοντα σύμβουλο της ManpowerGroup Ελλάδας, **Χαράλαμπο Καζαντζήδη**, ο κλάδος των Υπηρεσιών Επικοινωνίας παρουσιάζει την ισχυρότερη πρόθεση προσλή-

ψεων για δεύτερο συνεχόμενο τρίμηνο, καθώς όλο και περισσότερες εταιρείες επενδύουν στη βελτίωση της ψηφιακής τους παρουσίας. Σημειώνεται πως με βάση τη μεθοδολογία της Manpower, οι καθαρές προοπτικές απασχόλησης προκύπτουν από το ποσοστό των εργοδοτών που αναμένουν αύξηση της δραστηριότητας προσλήψεων μείον το ποσοστό των εργοδοτών που αναμένουν μείωση.

Συμπληρωματικά με τα παραπάνω, αξίζει ακόμα να αναφερθεί πως τα ευρήματα του πιο πρόσφατου κύματος (γ' τρίμηνο 2024) της έρευνας **FORECOMM_s**, που πραγματοποιεί η Abacus για λογαριασμό της **ΕΔΕΕ**, καταδεικνύουν πως οι εκτιμήσεις των στελεχών των διαφημιζόμενων παραμένουν σε θετικά επίπεδα τόσο για το μέλλον της επιχείρησής τους (+44), όσο και για τις προοπτικές του κλάδου τους (+29). Επίσης, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις των στελεχών των διαφημιζόμενων, οι αυξητικές τάσεις για την απασχόληση παραμένουν σε υψηλά επίπεδα. Από την πλευρά τους, τα στελέχη των διαφημιστικών εταιρειών εκφράζουν ιδιαίτερα θετικές εκτιμήσεις για τις εταιρείες τους (+54), ενώ και οι προσδοκίες για τον κλάδο της επικοινωνίας συνολικότερα είναι θετικές, αν και σε χαμηλότερα επίπεδα (+46). Σύμφωνα με την εκτίμηση των στελεχών των διαφημιστικών εταιρειών, η ζήτηση για τις υπηρεσίες τους κινείται σε πολύ θετικά επίπεδα (+63), με παράλληλη προοπτική αύξησης της απασχόλησης (+44) στον κλάδο. Θα πρέπει να τονιστεί πως στην εν λόγω έρευνα τα αποτελέσματα παρουσιάζονται ως ισοζύγια. Το ισοζύγιο είναι το αποτέλεσμα της αφαίρεσης όσων αναφέρουν

μείωση σε μια ερώτηση από εκείνους που αναφέρουν αύξηση. Παίρνει τιμές από -100 έως +100. Ένα θετικό ισοζύγιο δείχνει αύξηση σε σύγκριση με το προηγούμενο τρίμηνο, ενώ ένα αρνητικό δείχνει μείωση. Όσο μεγαλύτερη είναι η απόκλιση από το μηδέν, τόσο μεγαλύτερη η αλλαγή. Η προσέλευση νέων ταλέντων στον κλάδο του marketing και της επικοινωνίας και η ενίσχυση του ανθρώπινου δυναμικού του χώρου, συμπεριλαμβάνονται στα θέματα της ατζέντας του ΣΔΕ. Θα πρέπει, μάλιστα, να αναφερθεί πως κατά τη διάρκεια του **1ου Better Marketing Conference** και στο πλαίσιο της πρωτοβουλίας **ΣΔΕ Open Doors**, που σκοπό έχει τη διάχυση γνώσεων, τη δημιουργία ευκαιριών, την παροχή έμπρακτης υποστήριξης και την προώθηση της συνεργασίας και της αλληλεγγύης προς την αγορά, αλλά και προς την εκπαιδευτική κοινότητα και τους νέους, ο ΣΔΕ ανακοίνωσε την έναρξη των Better Marketing Sessions. Η πρωτοβουλία στοχεύει στην προώθηση της έννοιας του Better Marketing στους μελλοντικούς marketers και στην ενίσχυση των δεσμών ανάμεσα στην ακαδημαϊκή κοινότητα και τον επιχειρηματικό κόσμο και δίνει τη δυνατότητα σε φοιτητές να ενημερωθούν και να αλληλεπιδράσουν με κορυφαίους επαγγελματίες του μάρκετινγκ. Τα Better Marketing Sessions θα ξεκινήσουν σε συνεργασία με το Τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας του **Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (ΟΠΑ)** και θα επεκταθούν στη συνέχεια σε περισσότερα εκπαιδευτικά ιδρύματα.