

Διερεύνηση της επαγγελματικής αποκατάστασης των αποφοίτων των ετών 1995 - 2001, του τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης (Μάρκετινγκ), της σχολής Διοίκησης και Οικονομίας του Τ.Ε.Ι.Θ., στην ελληνική εργασία, κατά το χρονικό διάστημα 23/11/2001 - 6/12/2001.



ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ Τ.Ε.Ι. ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Εξάμηνο: Ε'

Μάθημα: **Εφαρμοσμένη Έρευνα Μάρκετινγκ**

Υπεύθυνη καθηγήτρια: κ. Τηλικίδου Ειρήνη

**Διερεύνηση της επαγγελματικής αποκατάστασης των
αποφοίτων των ετών 1995 - 2001, του τμήματος Εμπορίας
και Διαφήμισης (Μάρκετινγκ), της σχολής Διοίκησης και
Οικονομίας του Τ.Ε.Ι.Θ., στην ελληνική εργασία, κατά το
χρονικό διάστημα 23/11/2001 - 6/12/2001.**

Εργασία των φοιτητών:
*Δημακάκου Βασιλικής
Παπαδόπουλου Χρήστου
Ρίζου Αθανάσιου
Τοτόμη Κασσάνδρας
Τριανταφυλλίδου Ευδοξίας
Τσιάρτα Ελευθερίας
Χασταζέρη Δήμητρας*

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<u>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ</u>	<u>4</u>
---------------------------	-----------------

<u>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</u>	<u>6</u>
------------------------	-----------------

♦ Εισαγωγή	6
♦ Σκοπος της ερευνας	6
♦ Μεθοδολογία	7

<u>ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ</u>	<u>9</u>
--	-----------------

♦ Η αντίστοιχη εργασία για τη σ.δ.ο.	9
♦ Η έρευνα των εκπαιδευτικών του Τ.Ε.Ι.Θ.	10
♦ Μακεδονικό Ινστιτούτο Εργασίας (ΜΑΚ.ΙΝ.Ε)	11
♦ Γραφείο Διασύνδεσης Τ.Ε.Ι.Θ.	11
♦ Το προεδρικό διάταγμα	11

<u>ΑΝΑΛΥΣΗ</u>	<u>13</u>
-----------------------	------------------

♦ Απασχόληση	13
♦ Θέσεις εργασίας και επιχειρησεις απασχόλησης	13
♦ Χρόνος εύρεσης της συγκεκριμένης εργασίας	14
♦ Τρόπος εύρεσης της συγκεκριμένης θέσης	15
♦ Μηνιαίες απολαβές	15
♦ Κατάρτιση και εκπαίδευση	16

<u>ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ</u>	<u>18</u>
----------------------------	------------------

<u>ΠΙΝΑΚΕΣ</u>	<u>20</u>
-----------------------	------------------

<u>ΓΡΑΦΗΜΑΤΑ</u>	<u>29</u>
-------------------------	------------------

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	44
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ	45
ΤΟ ΠΡΟΕΔΡΙΚΟ ΔΙΑΤΑΓΜΑ	46
ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΠΡΩΤΗ	48
ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΔΕΥΤΕΡΗ	50
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ - ΠΗΓΕΣ	53
♦ Ελληνική	53
♦ Ξένη	53

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

◆ ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ορμώμενοι από την ανάγκη να διερευνήσουμε τις προοπτικές της επαγγελματικής μας αποκατάστασης, ως φοιτητές του τμήματος Μάρκετινγκ της Σ.Δ.Ο. του Τ.Ε.Ι.Θ., και με αφορμή την πρόταση της επίκουρου καθηγήτριας Τηλικίδου Ειρήνης για την πραγματοποίηση της συγκεκριμένης εργασίας, αναλάβαμε την διεκπεραίωση της παρακάτω έρευνας με θέμα:

"Διερεύνηση της επαγγελματικής αποκατάστασης των αποφοίτων των ετών 1995 - 2001, του τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης (Μάρκετινγκ) της σχολής Διοίκησης και Οικονομίας του Τ.Ε.Ι.Θ., στην ελληνική αγορά εργασίας, κατά το χρονικό διάστημα 23/11/2001 - 6/12/2001".

◆ ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η παρούσα έρευνα διενεργήθηκε στα πλαίσια του μαθήματος "Εφαρμοσμένη Έρευνα Μάρκετινγκ" που περιλαμβάνεται στο πρόγραμμα σπουδών του τμήματος Μάρκετινγκ. **Γενικός στόχος** της έρευνας είναι η παροχή έγκυρων πληροφοριών σχετικά με την επαγγελματική αποκατάσταση των αποφοίτων του τμήματος από το 1995 και έπειτα. Η έρευνα απευθύνεται σε όλους τους πιθανούς ενδιαφερόμενους, όπως υποψήφιους φοιτητές, φοιτητές, απόφοιτους, και αγορά εργασίας.

Ειδικοί στόχοι

Η ανάλυση του παραπάνω γενικού στόχου έχει ως εξής:

- ⇒ Να διαπιστωθεί **το ποσοστό απασχόλησης** των αποφοίτων του τμήματος Μάρκετινγκ.
- ⇒ Να διευκρινισθούν **οι θέσεις εργασίας** που κατέχουν οι εν λόγω απόφοιτοι, καθώς και οι επιχειρήσεις στις οποίες απασχολούνται.
- ⇒ Να διαπιστωθεί **το ποσοστό ομοαπασχόλησης - ετεροαπασχόλησης**.
- ⇒ Να διαπιστωθεί **το πώς και πόσο γρήγορα**, από την απόκτηση του πτυχίου τους, **βρήκαν τη συγκεκριμένη θέση εργασίας**.
- ⇒ Να διερευνηθούν **οι συνθήκες εργασίας** όσον αφορά στο **ωράριο**, το **μισθό** και τις **προοπτικές εξέλιξης**.

- ⇒ Να διαπιστωθεί **ο βαθμός του πτυχίου** τους.
- ⇒ Να διερευνηθεί κατά πόσο **η κατάρτιση** που προσφέρει το συγκεκριμένο τμήμα ανταποκρίνεται στις ανάγκες της αγοράς εργασίας, αλλά και **των αποφοίτων**.
- ⇒ Να διαπιστωθεί αν οι απόφοιτοι έχουν αποκτήσει **επιπλέον κατάρτιση και εκπαίδευση** και πώς.
- ⇒ Να διαπιστωθεί η **καταξίωση και η ανταγωνιστικότητα του** συγκεκριμένου **πτυχίου** των Τ.Ε.Ι. σε σύγκριση με αυτά άλλων σχολών και ιδρυμάτων.
- ⇒ Να διερευνηθεί κατά πόσο ήταν **συνειδητή η επιλογή του** συγκεκριμένου **τμήματος**.

Εξειδίκευση πληροφοριών

Το ποσοστό απασχόλησης, οι θέσεις εργασίας που κατέχουν οι απόφοιτοι, το πώς και πόσο καιρό μετά το πτυχίο τους βρήκαν τη συγκεκριμένη θέση, το επίπεδο των απολαβών τους, ο βαθμός του πτυχίου τους και το επίπεδο της επιπλέον κατάρτισης και εκπαίδευσης είναι πληροφορίες που αντλούνται κυρίως από τα ερωτηματολόγια της πρωτογενούς έρευνας.

Κάποια από τα παραπάνω, όπως το ποσοστό απασχόλησης και ομοαπασχόλησης/ετεροαπασχόλησης των αποφοίτων, ο τομέας απασχόλησης, ο βαθμός του πτυχίου τους και η επιπλέον κατάρτιση τους, καλύπτονται σε μικρότερο βαθμό και από πληροφορίες που προκύπτουν από άλλες έρευνες και μελέτες. Από τις ίδιες πηγές προκύπτουν και οι πληροφορίες που αφορούν στην ανταπόκριση του πτυχίου στις ανάγκες της αγοράς εργασίας, στο κατά πόσο ήταν συνειδητή η επιλογή του τμήματος και στο χρόνο που μεσολάβησε από το πτυχίο μέχρι την εύρεση εργασίας.

Οι λοιπές απαιτούμενες πληροφορίες για την κάλυψη των ειδικών στόχων, όπως αυτές που αναφέρονται στις συνθήκες εργασίας (ωράριο, προοπτικές εξέλιξης) αντλούνται από τις συνεντεύξεις αρμοδίων προσώπων.

◆ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Καθορισμός Πληθυσμού

Ο πληθυσμός της έρευνας είναι οι απόφοιτοι του τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης του Τ.Ε.Ι. Θεσσαλονίκης, από τον Ιανουάριο 1995 έως τον Ιούλιο 2001. Η επιλογή του πληθυσμού έγινε με βασικό κριτήριο να έχουν μια σχετική ομοιογένεια οι συνθήκες της αγοράς εργασίας σε όλο το χρονικό διάστημα και να ανταποκρίνονται στο σήμερα. Επίσης, έπρεπε να υπάρχει ένα βάθος χρόνου ικανοποιητικό, ώστε να έχουν τη δυνατότητα οι απόφοιτοι να αναζητήσουν

εργασία. Για παράδειγμα, οι άντρες του πληθυσμού αντιμετωπίζουν το πρόβλημα της στρατιωτικής θητείας.

Το μέγεθος του πληθυσμού (N) είναι 829 απόφοιτοι.

Καθορισμός Ερευνητικής Μεθόδου

Ως ερευνητική μέθοδο επιλέξαμε την απογραφή, γιατί εκτός του ότι θεωρείται η πιο αξιόπιστη μέθοδος, παράλληλα αρμόζει στον πληθυσμό της έρευνας, γιατί είναι αριθμητικά περιορισμένος. Επίσης, λόγω των ελλειπών και εσφαλμένων στοιχείων του **41,74%** των αποφοίτων και του **16,04%** (βλ. πίνακα 10) που στάθηκε αδύνατο να εντοπιστούν μέσα στα χρονικά περιθώρια της έρευνας, το ποσοστό που ήταν εφικτό να προσεγγίσουμε ανταποκρινόταν στον αριθμό των απαιτούμενων συμπληρωμένων ερωτηματολογίων, γεγονός που καθιστούσε την απογραφή ως την καταλληλότερη ερευνητική μέθοδο.

Τελικά, το ποσοστό των αποφοίτων που στάθηκε δυνατό να εντοπιστεί και ανταποκρίθηκε ανέρχεται στο **42,22%**, (βλ. πίνακα 10) το οποίο θεωρείται ικανοποιητικό. Μάλιστα, αναλύεται σε 87 άντρες (24,86%) και σε 263 γυναίκες (75,14%) (βλ. πίνακα 1).

Μέθοδος Συγκέντρωσης Πρωτογενών Στοιχείων

Εξαιτίας της μεγάλης γεωγραφικής διασποράς του πληθυσμού και του περιορισμένου χρόνου διεξαγωγής της έρευνας, καταλληλότερη μέθοδος συγκέντρωσης πρωτογενών στοιχείων κρίθηκε η δημοσκόπηση με τηλεφωνική συνέντευξη. Το μεγαλύτερο μέρος του κόστους των τηλεφωνημάτων καλύφθηκε από το Τ.Ε.Ι.Θ., ενώ το υπόλοιπο από τις οικίες των φοιτητών που απαρτίζουν την ερευνητική ομάδα.

Επεξεργασία των στοιχείων

Η επεξεργασία των στοιχείων, που συγκεντρώθηκαν από την συμπλήρωση των ερωτηματολογίων, έγινε με το πρόγραμμα **Excel** σύμφωνα με τον τρόπο που διδαχθήκαμε στο εργαστήριο του μαθήματος Εφαρμοσμένη Έρευνα Μάρκετινγκ.

ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

◆ Η ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΓΙΑ ΤΗ Σ.Δ.Ο.

Η πιο σχετική πρότερη έρευνα επί του αντικειμένου είναι αυτή που διεξήχθη από τους τελειόφοιτους του τμήματος Λογιστικής, Πλιάτσικα Ελίνα, Χατζηϊορδανίδη Αλέξανδρο και Χατζηχρήστο Χρήστο, για την πτυχιακή τους εργασία το 1999, με θέμα: "Η απασχόληση και ανεργία των πτυχιούχων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης: Η περίπτωση των αποφοίτων της Σ.Δ.Ο.". Οι ερωτηθέντες ήταν απόφοιτοι των ετών 1997 - 1999.

Στην παραπάνω έρευνα αναφέρεται ότι το ποσοστό απασχόλησης των αποφοίτων του τμήματος Μάρκετινγκ ανέρχεται στο 60%, δηλαδή το **ποσοστό της ανεργίας** τους βρίσκεται στο **40%** και είναι το δεύτερο υψηλότερο από το σύνολο των τμημάτων, μετά από αυτό των Τουριστικών Επιχειρήσεων που κυμαίνεται στο 43%¹.

Ακόμη, διευκρινίζεται ότι το 35% απασχολείται στο δημόσιο και τα Ν.Π.Δ.Δ. (Νομικά Πρόσωπα Δημοσίου Δικαίου), το 21% σε τράπεζες και ασφάλειες, το 27% σε ιδιωτικές επιχειρήσεις, το 12% απαρτίζεται από ελεύθερους επαγγελματίες, ενώ το 5% σε λοιπούς τομείς². Μάλιστα, οι απόφοιτοι που απασχολούνται στο αντικείμενό τους σε αυτούς τους τομείς ανέρχονται στο ποσοστό της τάξεως του 70%³.

Αναφορικά με το βαθμό του πτυχίου, η έρευνα έδειξε ότι ο μέσος όρος κυμαίνεται στο 6,7, και ειδικότερα στο 6,5 για τους άνδρες και 6,8 για τις γυναίκες⁴.

Ενδιαφέρον είναι και το στοιχείο της συνειδητής επιλογής του τμήματος. Όπως προκύπτει, μόλις για το 33% των αποφοίτων του τμήματος ήταν συνειδητή επιλογή η φοίτησή τους σε αυτό, ενώ για το 67% ήταν τυχαίο αποτέλεσμα του συστήματος εισαγωγής στην τριτοβάθμια εκπαίδευση⁵.

¹ Πλιάτσικα Ελ., Χατζηϊορδανίδης Αλ., Χατζηχρήστος Χρ., 1999, σελ.65

² Πλιάτσικα Ελ., Χατζηϊορδανίδης Αλ., Χατζηχρήστος Χρ., 1999, σελ.66

³ Πλιάτσικα Ελ., Χατζηϊορδανίδης Αλ., Χατζηχρήστος Χρ., 1999, σελ.65

⁴ Πλιάτσικα Ελ., Χατζηϊορδανίδης Αλ., Χατζηχρήστος Χρ., 1999, σελ.56

⁵ Πλιάτσικα Ελ., Χατζηϊορδανίδης Αλ., Χατζηχρήστος Χρ., 1999, σελ.69

⁶ Πλιάτσικα Ελ., Χατζηϊορδανίδης Αλ., Χατζηχρήστος Χρ., 1999, σελ.55, 67

⁷ Πλιάτσικα Ελ., Χατζηϊορδανίδης Αλ., Χατζηχρήστος Χρ., 1999, σελ.68

Όσον αφορά στην επιπλέον κατάρτιση και εκπαίδευση των αποφοίτων του τμήματος, το 94% των αποφοίτων γνωρίζει τουλάχιστον μία ξένη γλώσσα, ενώ το 62% έχουν παρακολουθήσει κάποιο σεμινάριο. Το ποσοστό αυτό είναι πολύ υψηλό σε σχέση με τους απόφοιτους των υπολοίπων τμημάτων της σχολής, που ανέρχεται μόλις στο 34%⁶.

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι κατά την ίδια πάντα έρευνα, το 12% των αποφοίτων του τμήματος θεωρεί ότι οι γνώσεις που αποκτούν κατά τη φοίτησή τους στο Τ.Ε.Ι.Θ. ανταποκρίνονται σε μεγάλο βαθμό στις απαιτήσεις των επιχειρήσεων, ενώ το 63% σε μέτριο βαθμό⁷.

◆ Η ΕΡΕΥΝΑ ΤΩΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΤΟΥ Τ.Ε.Ι.Θ.

Άλλη έρευνα σχετική με το αντικείμενο είναι αυτή που διεξήχθη από τους εκπαιδευτικούς του Τ.Ε.Ι.Θ., Σ. Κοτταρά, Β. Μισαηλίδου, Χ. Νέλλα, Α. Πορφυριάδου, Σ. Τηλιακό και Α. Χριστάρα, με πληθυσμό τους αποφοίτους, από 10/1998 έως και το 5/1999, των σχολών Σ.Ε.Υ.Π., Σ.Τ.Ε.Φ. και Σ.Δ.Ο., και αφορά στις επαγγελματικές προσδοκίες τους.

Σε αυτήν αναφέρεται ότι "η συντριπτική πλειοψηφία των αποφοίτων έχει καλό επίπεδο γνώσης αγγλικών και ακολουθούν τα γαλλικά, γερμανικά, ιταλικά με μέτρια γνώση" καθώς και ότι "όσοι διδάσκονται πληροφορική, όπως στη Σ.Δ.Ο. και στη Σ.Τ.Ε.Φ., έχουν γνώση του αντικειμένου, ενώ η πλειοψηφία των υπόλοιπων στερείται"⁸.

Είναι αξιοπρόσεκτο ότι από το δείγμα της συγκεκριμένης έρευνας προκύπτει ότι "ένας μικρός αριθμός έχει παρακολουθήσει επαγγελματικά σεμινάρια, τα οποία κατά κύριο λόγο έχει διοργανώσει το Τ.Ε.Ι.Θ."⁹, δεδομένο που έρχεται σε αντίθεση με την έρευνα των τελειόφοιτων λογιστών που προαναφέρθηκε, αλλά και με την παρούσα.

Εξίσου σημαντικές είναι οι εξής διαπιστώσεις: "Το μεγαλύτερο ποσοστό επιθυμεί τη σιγουριά του δημόσιου τομέα. Οι γνωστοί και φίλοι είναι αυτοί που οι πτυχιούχοι μας πιστεύουν ότι θα τους βρουν εργασία. Κοινή πεποίθηση είναι ότι οι σπουδές του Τ.Ε.Ι. θα τους βοηθήσουν στην επαγγελματική σταδιοδρομία, αλλά θεωρούν ότι δεν είναι επαρκείς [...] Η πλειοψηφία των πτυχιούχων πιστεύει ότι οι απόφοιτοι των Τ.Ε.Ι. είναι καταξιωμένοι επαγγελματίες. Αυτό δείχνει ότι οι ειδικότητες που προσφέρουν τα Τ.Ε.Ι. έχουν ζήτηση στον εργασιακό χώρο"¹⁰.

⁸ Εφημερίδα Τ.Ε.Ι.Θ., Ιανουάριος 2000, σελ.3

⁹ Εφημερίδα Τ.Ε.Ι.Θ., Ιανουάριος 2000, σελ.3

¹⁰ Εφημερίδα Τ.Ε.Ι.Θ., Ιανουάριος 2000, σελ.3

◆ ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΟ ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ (ΜΑΚ.ΙΝ.Ε)

Κάπου εδώ πρέπει να αναφέρουμε και τα ποσοστά της ανεργίας που πλήττει τις ηλικίες μεταξύ 20 και 29 ετών, δηλαδή την ηλικιακή ομάδα στην οποία κατά κύριο λόγο ανήκουν και απόφοιτοι της παρούσας έρευνας. Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΕΔ ΕΣΥΕ (1991- 1998), όπως αυτά έχουν επεξεργασθεί από το ΜΑΚ.ΙΝ.Ε. (Μακεδονικό Ινστιτούτο Εργασίας), προκύπτει ότι το ποσοστό της ανεργίας στους νέους ηλικίας 20 - 29 ετών, ανέρχεται στο 22,8% επί του συνόλου των ανέργων του έτους 1998 (τελευταία στατιστική ενημέρωση)¹¹.

Σύμφωνα με στοιχεία του ίδιου ινστιτούτου (ΜΑΚ.ΙΝ.Ε.) "οι πτυχιούχοι Τ.Ε.Ι. - Α.Ε.Ι. - Μεταπτυχιακού αποτελούσαν το 21,8% των ανέργων του 1995"¹², στους οποίου ανήκει ένα μέρος των αποφοίτων του δείγματος της παρούσης έρευνας.

◆ ΓΡΑΦΕΙΟ ΔΙΑΣΥΝΔΕΣΗΣ Τ.Ε.Ι.Θ.

Επίσης, αξιόλογα στοιχεία σχετικά με τη δραστηριοποίηση των αποφοίτων που εξετάζουμε για την επαγγελματική τους αποκατάσταση και περαιτέρω εκπαίδευση και κατάρτιση τους, μας προσφέρει το Γραφείο Διασύνδεσης του Τ.Ε.Ι.Θ., καθώς και για τις προσφορές θέσεων μάρκετινγκ από επιχειρήσεις.

Έτσι διαπιστώνουμε ότι 234 απόφοιτοι έχουν γίνει ενεργά μέλη του Γραφείου Διασύνδεσης από το 1998 μέχρι το Νοέμβριο του 2001, δηλαδή έχουν αφήσει σε αυτό το βιογραφικό τους με σκοπό την εύρεση εργασίας (βλ. πίνακα 30).

Ακόμη, από τη 1/1/2000 μέχρι και τις 31/10/2001, 132 απόφοιτοι του τμήματος απευθύνθηκαν στο Γραφείο Διασύνδεσης για "Συμβουλευτική Σταδιοδρομίας" κατά το 27,27%, το 25% για βιογραφικό και συνέντευξη και το 23,48% για ενημέρωση σχετικά με τις μεταπτυχιακές σπουδές. Το υπόλοιπο 24,24% ενδιαφέρθηκε για γενική ενημέρωση, κατατακτήριες εξετάσεις, υποτροφίες, επαγγελματικά δικαιώματα κ.α. (βλ. πίνακα 31).

Από τα ίδια στοιχεία προκύπτει ότι 227 επιχειρήσεις έχουν ζητήσει αποφοίτους του τμήματος Μάρκετινγκ από το Γραφείο Διασύνδεσης από τον Ιανουάριο του 1998 μέχρι και τον Οκτώβριο του 2001 (βλ. πίνακα 29).

◆ ΤΟ ΠΡΟΕΔΡΙΚΟ ΔΙΑΤΑΓΜΑ

Τέλος, δεν πρέπει να παραλείψουμε τα επαγγελματικά δικαιώματα των αποφοίτων του τμήματός μας, όπως αυτά ορίζονται στο προεδρικό διάταγμα υπ' αριθ. 79/89¹³. Σύμφωνα λοιπόν με αυτό, οι πτυχιούχοι του τμήματος

¹¹ ΜΑΚ.ΙΝ.Ε., 1/1999

¹² ΜΑΚ.ΙΝ.Ε., 1997-1998

"με βάση τις εξειδικευμένες επιστημονικές και τεχνικές γνώσεις τους, ασχολούνται επαγγελματικά, είτε αυτοδύναμα, είτε σε συνεργασία με άλλους επιστήμονες με τη μελέτη, έρευνα και εφαρμογή της τεχνολογίας, πάνω σε σύγχρονους και ειδικούς τομείς του Μάρκετινγκ και της Διαφήμισης, όπως είναι π.χ. η έρευνα της αγοράς, η ανάπτυξη πωλήσεων, η διαφήμιση και η προβολή.

2. Επίσης οι παραπάνω πτυχιούχοι έχουν δικαίωμα απασχόλησης ως στελέχη μονάδων στον ιδιωτικό και στο δημόσιο τομέα όπως αυτός προσδιορίζεται από τις διατάξεις που ισχύουν κάθε φορά.

Στα πλαίσια της άσκησης του επαγγέλματός τους ασχολούνται με τα παρακάτω αντικείμενα και δραστηριότητες:

- α) Προγραμματισμό της έρευνας αγοράς [...]
- β) Έρευνα αγοράς [...]
- γ) Έρευνα μεθόδων πωλήσεων [...]
- δ) Παραγωγή διαφήμισης [...]
- ε) Σχεδίαση και οργάνωση διαφημιστικής εκστρατείας [...]
- στ) Οργάνωση εκθέσεων

3. Οι πτυχιούχοι του Τμήματος, ασχολούνται σε όλες τις βαθμίδες της εκπαίδευσης, σύμφωνα με την κείμενη κάθε φορά ισχύουσα νομοθεσία.

4. Οι πτυχιούχοι του Τμήματος εξελίσσονται σε όλο το φάσμα της διοικητικής ιεραρχίας της σχετικής με τους τομείς της ειδικότητάς τους.

Επίσης μπορούν να απασχοληθούν με την έρευνα θεμάτων της ειδικότητάς τους.

5. Οι πτυχιούχοι του τμήματος με την απόκτηση του πτυχίου τους ασκούν το επάγγελμα είτε σαν στελέχη μονάδων, είτε σαν αυτοαπασχολούμενοι στο πλαίσιο των παραπάνω επαγγελματικών δικαιωμάτων".

¹³ ΦΕΚ 512-513/30.01.89

ΑΝΑΛΥΣΗ

◆ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

Σύμφωνα με τα ευρήματα της παρούσης έρευνας, το ποσοστό της ανεργίας των αποφοίτων του τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης του Τ.Ε.Ι.Θ. ανέρχεται στο **29,43%** (βλ. πίνακα 4), ποσοστό που αναλύεται σε 28,16% για τους άντρες και 71,84% για τις γυναίκες (βλ. πίνακα 3). Το ποσοστό αυτό κρίνεται υψηλό σε σχέση με τα στοιχεία που μας παρέχει το ΜΑΚ.ΙΝ.Ε για το 1998, 22,8%, αλλά πολύ χαμηλό σε σύγκριση με τα αποτελέσματα της αντίστοιχης έρευνας του 1999 από τους τελειόφοιτους λογιστές Πλιάτσικα Ελίνα, Χατζηϊορδανίδη Αλέξανδρο και Χατζηχρήστο Χρήστο, που βρήκαν ότι το ποσοστό ανεργίας του τμήματος μάρκετινγκ ανέρχεται στο 40%¹⁴.

Αναλύοντας το παραπάνω ποσοστό ως προς τον τόπο διαμονής (βλ. πίνακα 7), διαπιστώνουμε ότι το **45,63%** είναι κάτοικοι της ευρύτερης περιοχής του νομού Θεσσαλονίκης, το **53,40%** είναι κάτοικοι της περιφέρειας και μόλις το **0,97%** είναι κάτοικοι Αθηνών. Όσον αφορά στο χαμηλό ποσοστό των ανέργων που εντοπίζονται στην Αθήνα πρέπει να σημειώσουμε ότι δεν αντιπροσωπεύει το ποσοστό ανεργίας της περιοχής, αλλά το χαμηλό ποσοστό των Αθηναίων του δείγματος (3,14%, πίνακας 5). Τα ποσοστά της ανεργίας κατά περιοχή, που αφορούν αποκλειστικά τους αποφοίτους του συγκεκριμένου τμήματος είναι **9,09%** για την Αθήνα, **24,61%** για την Θεσσαλονίκη και **37,16%** για την περιφέρεια (βλ. πίνακα 7).

Σύμφωνα, όμως, με τα στοιχεία που προκύπτουν από τις συνεντεύξεις, παρατηρούμε ότι η αγορά της Θεσσαλονίκης θεωρείται περιορισμένη τοπικά, χωρίς μεγάλες προοπτικές εξέλιξης (βλ. συνέντευξη κ. Γκιζώτη). Επίσης, τα κύρια δρώμενα της διαφήμισης λαμβάνουν χώρα στην Αθήνα και το κύκλωμά της θεωρείται "κλειστό" και δύσκολο για κάποιον να εισχωρήσει. (βλ. συνέντευξη κ. Μπαξεβάνη). Αυτά είναι θέματα που πρέπει να διερευνηθούν περαιτέρω.

Τέλος, από τον πίνακα 6 προκύπτει ότι το 58,30% των εργαζομένων αποφοίτων κατοικεί στη Θεσσαλονίκη, το 37,65% στην περιφέρεια και το 4,05% στην Αθήνα.

◆ ΘΕΣΕΙΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ

Ένα άλλο στοιχείο που εξετάσαμε είναι οι θέσεις και οι επιχειρήσεις στις οποίες απασχολούνται οι απόφοιτοί μας. Έτσι διαπιστώσαμε ότι το 8,91% των εργαζομένων είναι στελέχη επιχειρήσεων, το 10,12% είναι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων και ελεύθεροι επαγγελματίες, ενώ το υπόλοιπο 80,97% είναι

υπάλληλοι (βλ. πίνακα 9). Από τους τελευταίους το 62% απασχολούνται ως υπάλληλοι γραφείου, με συντριπτική πλειοψηφία των γυναικών (βλ. πίνακα 15), το 15,5% ως πωλητές, το 13,5% ως διοικητικοί υπάλληλοι και το 9% σε λοιπούς τομείς (βλ. πίνακα 14). Σε αυτό πρέπει να σημειωθεί ότι οι πωλητές, που στο σύνολο των εργαζομένων ανέρχονται στο 12,55%, δεν είναι αμιγώς υπάλληλοι, γιατί κάποιοι από αυτούς έχουν διαφορετικές συμβάσεις εργασίας και τρόπους μισθοδοσίας, αλλά τους εντάξαμε σε αυτήν την κατηγορία, των υπαλλήλων, διότι φέρονται ως τέτοιοι οι περισσότεροι από αυτούς.

Επίσης, αξίζει να αναφερθεί ότι το **37,65%** των εργαζομένων απασχολούνται σε θέσεις μάρκετινγκ (βλ. πίνακα 12) και από αυτούς το 6,07% είναι υψηλής βαθμίδας, δηλαδή κατά κύριο λόγο, στελέχη επιχειρήσεων. Το 10,12% είναι μέσης βαθμίδας, δηλαδή κυρίως προϊστάμενοι και υπεύθυνοι σχετικών με το μάρκετινγκ τμημάτων και το 21,46% είναι χαμηλόβαθμοι υπάλληλοι των εν λόγω τμημάτων. Πρέπει να σημειωθεί ότι στο ποσοστό των θέσεων μάρκετινγκ δεν έχουμε συμπεριλάβει τους ιδιοκτήτες επιχειρήσεων και τους ελεύθερους επαγγελματίες, 10,12% των εργαζομένων, ακόμη και αν ασκούν όλες τις λειτουργίες του μάρκετινγκ στις επιχειρήσεις τους ή έχουν επιχειρήσεις που ασχολούνται αμιγώς με το μάρκετινγκ.

Όσον αφορά στον αριθμό των ατόμων που απασχολούνται σε επιχειρήσεις μάρκετινγκ, τράπεζες και λοιπές επιχειρήσεις κατανέμεται στα εξής ποσοστά: 9,72%, 23,08% και 67,21% αντίστοιχα. Εδώ πρέπει να διευκρινίσουμε ότι ως επιχειρήσεις μάρκετινγκ λάβαμε εκείνες που έχουν ως αντικείμενο αυτά που ορίζει το σχετικό προεδρικό διάταγμα υπ' αριθ. 79, ΦΕΚ 512/30.1.1989 (βλ. παράρτημα).

Στα παραπάνω ποσοστά μπορούμε να παρατηρήσουμε ότι το ποσοστό των τραπεζών (23,08%) είναι ανάλογο του ευρήματος της εργασίας των Πλιάτσικα Ελίνα, Χατζηϊορδανίδη Αλέξανδρο και Χατζηχρήστο Χρήστο (1999)¹⁵. Το ίδιο ισχύει και για το ποσοστό των ελεύθερων επαγγελματιών, 10,12% (βλ. πίνακα 11) και 12%¹⁶ αντίστοιχα.

◆ ΧΡΟΝΟΣ ΕΥΡΕΣΗΣ ΤΗΣ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Ένα σημαντικό θέμα, στην διερεύνηση της επαγγελματικής αποκατάστασης των αποφοίτων γενικά, είναι πόσος χρόνος μεσολάβησε από το πτυχίο τους μέχρι την εύρεση εργασίας. Στην παρούσα έρευνα εξετάσαμε το χρόνο κατά τον οποίο βρήκαν οι απόφοιτοί μας την τρέχουσα εργασία τους και προέκυψε ότι το 32,39% προσλήφθηκε το 2001 και το 27,13% το 2000 (βλ. πίνακα 17).

¹⁴ Πλιάτσικα Ελ., Χατζηϊορδανίδης Αλ., Χατζηχρήστος Χρ., 1999, σελ.65

¹⁵ Πλιάτσικα Ελ., Χατζηϊορδανίδης Αλ., Χατζηχρήστος Χρ., 1999, σελ.66

¹⁶ Πλιάτσικα Ελ., Χατζηϊορδανίδης Αλ., Χατζηχρήστος Χρ., 1999, σελ.66

Σε σχέση με το χρόνο απόκτησης του πτυχίου τους για την πλειοψηφία μεσολάβησαν ένα έως δύο χρόνια μέχρι την απόκτηση της συγκεκριμένης θέσης (βλ. πίνακα18). Αναλύοντας όμως το θέμα ως προς την περιοχή διαπιστώνουμε ότι για τη Θεσσαλονίκη το διάστημα αυτό ήταν δύο έως τρία χρόνια (βλ. πίνακα19).

◆ ΤΡΟΠΟΣ ΕΥΡΕΣΗΣ ΤΗΣ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΗΣ ΘΕΣΗΣ

Όπως ήταν αναμενόμενο η συντριπτική πλειοψηφία των αποφοίτων μας βρήκαν τη συγκεκριμένη θέση μέσω γνωστών και προσωπικών διασυνδέσεων, σε ποσοστό 42,45% (βλ. πίνακα20). Εξάλλου, ίδιο ήταν και το πόρισμα της έρευνας των εκπαιδευτικών του Τ.Ε.Ι.Θ. Σ. Κοτταρά, Β. Μισαηλίδου, Χ. Νέλλα, Α. Πορφυριάδου, Σ. Τηλιακό και Α. Χριστάρα¹⁷.

Ως δεύτερο μέσο εύρεσης εμφανίστηκαν με ποσοστό 19,59% οι αγγελίες και οι ανακοινώσεις. Εδώ πρέπει να αναφερθεί ότι κάποιοι απόφοιτοι βρήκαν εργασία μέσω αγγελιών στο internet, και ζήτησαν να σημειώσουμε ότι αυτός είναι ένας νέος τρόπος εύρεσης εργασίας για την Ελλάδα, αλλά στο εξωτερικό γνωρίζει πλήρη άνθιση. Αξιοσημείωτο είναι ότι μόλις το 7,35% κατέχει την παρούσα θέση από την πρακτική τους, ενώ το 11,02% βρήκε τη σημερινή του απασχόληση με προσωπική πρωτοβουλία και δραστηριοποίηση, όπως κατάθεση βιογραφικού σε επιχειρήσεις χωρίς να έχει προηγηθεί προκήρυξη θέσης ή αγγελία και αίτηση για απόκτηση τίτλων franchising κ.λπ. (βλ. πίνακα 20).

Ακόμη, σημαντικό είναι το γεγονός ότι ελάχιστοι είναι οι απόφοιτοι που βρήκαν την τωρινή τους θέση μέσω του Γραφείου Διασύνδεσης. Για την ακρίβεια είναι λιγότεροι από το 7,76% των εργαζόμενων (19 απόφοιτοι), ποσοστό που αντιστοιχεί στους απόφοιτους που βρήκαν τη θέση τους μέσω Ο.Α.Ε.Δ., προγραμμάτων της Ε.Ε., γραφείων ευρέσεως εργασίας και τέλος του Γραφείου Διασύνδεσης του Τ.Ε.Ι.Θ.. Αυτό όμως έρχεται σε αντίθεση με τον αριθμό των ενεργών μελών - απόφοιτοι που κατέθεσαν βιογραφικό σημείωμα - του Γραφείου Διασύνδεσης που ανέρχεται, από τον Ιανουάριο του 1998 μέχρι τον Οκτώβριο του 2001, σε 234 απόφοιτους και τις προσφορές 227 επιχειρήσεων για θέσεις μάρκετινγκ κατά το ίδιο χρονικό διάστημα (βλ. πίνακες 20, 29 και 30).

◆ ΜΗΝΙΑΙΕΣ ΑΠΟΛΑΒΕΣ

Όπως προέκυψε από την έρευνά μας, το μεγαλύτερο ποσοστό των εργαζομένων (41,30%) έχει απολαβές που κυμαίνονται από 200.000 ως 300.000 δραχμές (ή €586,94 - €880,41) (βλ. πίνακα 23). Αναλύοντας, όμως, ως προς την περιοχή και το φύλο, παρατηρούμε ότι για τη Θεσσαλονίκη και τις γυναίκες όλης της επικράτειας το ύψος των απολαβών τους κυμαίνεται κυρίως από 100.000 έως 200.000 δραχμές

¹⁷ Εφημερίδα Τ.Ε.Ι.Θ., Ιανουάριος 2000, σελ.3

(€293,47 - €586,94) (βλ. πίνακες 24 και 25). Αυτό συμφωνεί με την επικρατούσα εικόνα της αγοράς που θέλει τις γυναίκες να πληρώνονται λιγότερο από τους άντρες και τη Θεσσαλονίκη να έχει χαμηλότερα μισθολόγια από την υπόλοιπη Ελλάδα. Παρ' όλα αυτά, επειδή στην παρούσα έρευνα ο πληθυσμός και το δείγμα είναι πολύ περιορισμένα, ο αριθμός των ατόμων που κάνει τη διαφορά στα ποσοστά είναι αντίστοιχα μικρός.

◆ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

Ο βαθμός του πτυχίου

Συγκρίνοντας τα στοιχεία της έρευνάς μας με αυτά της αντίστοιχης των Πλιάτσικα Ελίνα, Χατζηϊορδανίδη Αλέξανδρο και Χατζηχρήστο Χρήστο, που αναφέρουν ότι ο μέσος όρος του βαθμού πτυχίου των αποφοίτων μας κυμαίνεται στο 6,7 , διαπιστώνουμε ότι συμπίπτουν με τα δικά μας αποτελέσματα, τα οποία δείχνουν ως επικρατέστερη βαθμολογία το 6,6 με 7 (βλ. πίνακα 16).

Επιπλέον κατάρτιση και εκπαίδευση

Γενικά, παρατηρούμε ότι η ανάγκη για επιπλέον κατάρτιση και εκπαίδευση καλύπτεται από τους απόφοιτους κυρίως με τη γνώση ξένων γλωσσών (80,16%) (βλ. πίνακα 26). Με τα παραπάνω αποτελέσματα συμφωνεί και η έρευνα των εκπαιδευτικών του Τ.Ε.Ι.Θ., Σ. Κοτταρά, Β. Μισαηλίδου, Χ. Νέλλα, Α. Πορφυριάδου, Σ. Τηλιακό και Α. Χριστάρα όπου αναφέρεται ότι "η συντριπτική πλειοψηφία των αποφοίτων έχει καλό επίπεδο γνώσης αγγλικών και ακολουθούν τα γαλλικά, γερμανικά, ιταλικά με μέτρια γνώση"¹⁸. Το αντίστοιχο ποσοστό που εμφανίζεται στην έρευνα των Πλιάτσικα Ελίνα, Χατζηϊορδανίδη Αλέξανδρο και Χατζηχρήστο Χρήστο είναι 94% και παρουσιάζει διαφορά της τάξης των 14 ποσοστιαίων μονάδων. Επίσης, ένα σημαντικό ποσοστό της τάξεως του 67,21% καλύπτει την παραπάνω ανάγκη με την παρακολούθηση σεμιναρίων κυρίως κατά την φοίτηση τους στη σχολή (βλ. πίνακα 26). Το συγκεκριμένο αποτέλεσμα συμπίπτει σχεδόν με αυτό της προαναφερθείσας έρευνας (62%).

Αν λάβουμε υπόψη ότι ο χειρισμός Η/Υ κρίνεται στην εποχή μας από την αγορά εργασίας απαραίτητο προσόν, τότε το ποσοστό της τάξεως 64,37% (βλ. πίνακα 26) που προκύπτει από την έρευνα μας, θεωρείται αντικειμενικά μη ικανοποιητικό. Αξίζει να σημειωθεί ότι η γνώση Η/Υ έρχεται τρίτη στη σειρά κατάταξης των επιλογών των αποφοίτων για να καλύψουν την παραπάνω ανάγκη. Τα μεταπτυχιακά και οι περαιτέρω τίτλοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης εμφανίζουν χαμηλό ποσοστό της τάξεως του 12,15% (βλ. πίνακα 26). Επίσης το 7,69% των

¹⁸ Εφημερίδα Τ.Ε.Ι.Θ., Ιανουάριος 2000, σελ.3

αποφοίτων μας δεν έχουν κάνει καμία περαιτέρω ενέργεια για να αποκτήσουν επιπλέον κατάρτιση.

Θα πρέπει να σημειώσουμε ότι σύμφωνα με τα προκύψαντα στοιχεία των συνεντεύξεων η επιπλέον κατάρτιση θεωρείται αφενός απαραίτητη αλλά αφετέρου δεν σου εξασφαλίζει κατ' ανάγκη μια θέση εργασίας (βλ. παράρτημα, συνέντευξη κ. Μπαξεβάνη Χ.). Σύμφωνα με αυτή την άποψη είναι και ο κ. Γκιζώτης Ιωάννης, ο οποίος παράλληλα παρατηρεί ότι ο χώρος του μάρκετινγκ είναι ταχέως εξελισσόμενος και γι' αυτό το λόγο το πρόγραμμα σπουδών του τμήματός μας αδυνατεί να αντεπεξέλθει σε αυτούς τους ρυθμούς (βλ. παράρτημα, συνέντευξη κ. Γκιζώτη Ιωάννη).

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Καταλήγοντας λοιπόν, έχουμε να αναφέρουμε τα εξής:

- ✓ Όσον αφορά στην **απασχόληση** διαπιστώθηκε ότι το ποσοστό ανεργίας του τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης του Τ.Ε.Ι.Θ. ανέρχεται στο 29,43% (βλ. πίνακα 4). Το ποσοστό αυτό κρίνεται υψηλό σε σχέση με τα στοιχεία που μας παρέχει το ΜΑΚ.ΙΝ.Ε., τα οποία όμως είναι του 1998 και πρέπει να ανανεωθούν.

Το σημαντικότερο όμως είναι ότι στον πληθυσμό μας περιλαμβάνονται άτομα, τα οποία λόγω του έτους αποφοίτησης τους κωλύονται να βρουν εργασία εξαιτίας υποχρεώσεων όπως η στρατιωτική θητεία για τους άντρες, η τεκνοποίηση για τις γυναίκες, η συνέχιση των σπουδών κ.α.. Για την παρούσα έρευνα αυτά αποτελούν απλές ενδείξεις, από επιπλέον πληροφορίες που πρόσφεραν οι ερωτώμενοι, και όπως είναι φυσικό πρέπει να διερευνηθούν περαιτέρω και να εξακριβωθεί κατά πόσο επηρεάζουν αρνητικά το ποσοστό της ανεργίας του τμήματος.

- ✓ Η διερεύνηση των θέσεων εργασίας αποκάλυψε ότι το 37,65% των εργαζόμενων αποφοίτων απασχολείται σε θέσεις μάρκετινγκ, δηλαδή ομοαπασχολείται, εξαιρουμένων των ελεύθερων επαγγελματιών και ιδιοκτητών επιχειρήσεων. Μάλιστα, το 6,07% από αυτούς βρίσκεται υψηλά στην ιεραρχία. Αν αναλογιστούμε ότι ο παλαιότερος απόφοιτος είχε μόλις έξι χρόνια στη διάθεσή του να βρει μια τέτοια θέση και να ανελιχθεί, τότε τα ποσοστά αυτά είναι μάλλον αισιόδοξα.
- ✓ Εξίσου αισιόδοξο είναι και το ποσοστό των επιχειρήσεων μάρκετινγκ που απασχολούν τους αποφοίτους μας, το οποίο ανέρχεται στο 23,08% του συνόλου. Και αυτό, όμως, είναι κάτι το οποίο πρέπει να διερευνηθεί περαιτέρω και να συνδυαστεί με τις προοπτικές εξέλιξης, τόσο από την πλευρά των αποφοίτων όσο και από την πλευρά των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στο χώρο του μάρκετινγκ.
- ✓ Αναφορικά με το πότε και πώς βρήκαν οι απόφοιτοι τη συγκεκριμένη θέση εργασίας δεν έχουμε να προσθέσουμε κάτι επιπλέον από τα πορίσματα της ανάλυσης. Σημειώνουμε, όμως, ότι στην παρούσα έρευνα δεν εξετάσαμε ούτε το πόσες άλλες θέσεις εργασίας μεσολάβησαν από την πρώτη - μετά το πτυχίο - μέχρι την τωρινή ούτε το χρονικό διάστημα από την απόκτηση του πτυχίου μέχρι την πρώτη θέση εργασίας.

- ✓ Αντίστοιχα, πρέπει να διερευνηθούν και οι συνθήκες εργασίας, όπως το ωράριο, και να συγκριθούν με τα επίπεδα των μισθών που προέκυψαν με βάση τα στοιχεία της έρευνας μας.
- ✓ Εκτός των παραπάνω, όπως διαπιστώθηκε από την έρευνά μας, η συντριπτική πλειοψηφία των αποφοίτων αναζητά επιπλέον κατάρτιση και εκπαίδευση κυρίως στην παρακολούθηση σεμιναρίων και στην εκμάθηση ξένων γλωσσών και Η/Υ, γιατί κρίνουν ανεπαρκή τα εφόδια που απέκτησαν κατά τη φοίτησή τους στο Τ.Ε.Ι.Θ.. Είναι, όμως, κοινός τόπος ότι ενώ τα προαναφερθέντα θεωρούνται απαραίτητα, δεν εξασφαλίζουν κατ' ανάγκη θέση εργασίας για τον κάτοχό τους. Κάτι αντίστοιχο φαίνεται να ισχύει και για το βαθμό του πτυχίου τους, αλλά πρέπει να εξακριβωθεί.
- ✓ Όσον αφορά στην καταξίωση και ανταγωνιστικότητα του πτυχίου μας φαίνεται ότι οι πτυχιούχοι μας δεν αντιμετωπίζουν κάποιο πρόβλημα σε σύγκριση με τους πτυχιούχους άλλων ιδρυμάτων, αλλά σίγουρα είναι ένα θέμα που χρήζει περαιτέρω μελέτης.
- ✓ Τέλος, μολονότι τα στοιχεία μας δείχνουν ότι μόνο για το 33% των αποφοίτων ήταν συνειδητή η επιλογή του τμήματος, και αυτό είναι ένα θέμα που πρέπει να διερευνηθεί ξανά στο εγγύς μέλλον, γιατί έχει επέλθει αλλαγή στο σύστημα εισαγωγής στην τριτοβάθμια εκπαίδευση και κυρίως γιατί υπάρχει η αίσθηση ότι το συγκεκριμένο τμήμα ανεβαίνει σταθερά στην εκτίμηση των υποψηφίων φοιτητών τα τελευταία χρόνια.

ΠΙΝΑΚΕΣ

Πίνακας 1		
Φύλο δείγματος	n	f%
Αντρες	87	24,86
Γυναίκες	263	75,14
Σύνολο	350	100

Πίνακας 3		
Φύλο ανέργων	n	f%
Αντρες	29	28,16
Γυναίκες	74	71,84
Σύνολο	103	100

Πίνακας 5		
Τόπος διαμονής δείγματος	n	f%
Αθήνα	11	3,14
Θεσσαλονίκη	191	54,57
Περιφέρεια	148	42,29
Σύνολο	350	100

Πίνακας 7			
Τόπος διαμονής ανέργων	n	f%	Ανεργία κατά περιοχή %
Αθήνα	1	0,97	9,09
Θεσσαλονίκη	47	45,63	24,61
Περιφέρεια	55	53,40	37,16
Σύνολο	103	100	

Πίνακας 9		
Θέσεις εργασίας	n	f%
Υπάλληλοι	200	80,97
Στελέχη	22	8,91
Ιδιοκτήτες/Ελ.Επαγ.	25	10,12
ΣΥΝΟΛΟ	247	100

Πίνακας 2		
Φύλο εργαζόμενων	n	f%
Αντρες	58	23,48
Γυναίκες	189	76,52
Σύνολο	247	100

Πίνακας 4		
Απασχόληση	n	f%
Εργαζόμενοι	247	70,57
Ανεργοι	103	29,43
Σύνολο	350	100

Πίνακας 6		
Τόπος διαμονής εργαζομένων	n	f%
Αθήνα	10	4,05
Θεσσαλονίκη	144	58,30
Περιφέρεια	93	37,65
Σύνολο	247	100

Πίνακας 8		
Επιχειρήσεις Απασχόλησης των αποφοίτων	n	f %
Άλλες επιχειρήσεις	166	67,21
Επιχειρήσεις Μάρκετινγκ	57	23,08
Τράπεζες	24	9,72
Σύνολο	247	100

Πίνακας 10		
Δείγμα		%
Απαιτούμενα Ερωτηματολόγια (Δείγμα)	350	42,22
Πληθυσμός με λάθος στοιχεία (Άκυρα)	346	41,74
Μη Ευρεθέντες	133	16,04
Συνολικός Πληθυσμός	829	100

Πίνακας 11		
Θέσεις εργασίας	n	f %
Πωλητές	31	12,55
Υπάλληλοι Γραφείου	124	50,20
Διοικητικοί Υπάλληλοι	27	10,93
Λοιποί Υπάλληλοι	18	7,29
Στελέχη Επιχειρήσεων	22	8,91
Ιδιοκτήτες Επιχειρήσεων/ Ελ. Επαγγελματίες	25	10,12
Σύνολο	247	100

Πίνακας 12		
Θέσεις Μάρκετινγκ	n	f %
Υψηλής Βαθμίδας	15	6,07
Μέσης Βαθμίδας	25	10,12
Χαμηλής Βαθμίδας	53	21,46
Σύνολο Εργαζομένων	247	37,65

Πίνακας 13				
Θέσεις εργασίας ανά περιοχή	ΑΘΗΝΑ	ΘΕΣ/ΝΙΚΗ	ΠΕΡΙΦΕΡΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ
Πωλητές	0	17	14	31
Υπάλληλοι Γραφείου	7	67	51	125
Διοικητικοί Υπάλληλοι	2	24	10	36
Λοιποί Υπάλληλοι	1	9	4	14
Στελέχη Επιχειρήσεων	1	8	5	14
Ιδιοκτήτες Επιχειρήσεων/ Ελεύτεροι Επαγγελματίες	0	15	12	27
Σύνολο	11	140	96	247

Πίνακας 14		
Υπάλληλοι	n	f%
Πωλητές	31	15,50
Υπάλληλοι Γραφείου	124	62,00
Διοικητικοί Υπάλληλοι	27	13,50
Λοιποί Υπάλληλοι	18	9,00
ΣΥΝΟΛΟ	200	100

Πίνακας 15			
Θέσεις εργασίας ανά φύλο	ΑΝΤΡΕΣ	ΓΥΝΑΙΚΕΣ	ΣΥΝΟΛΟ
Πωλητές	10	21	31
Υπάλληλοι Γραφείου	28	97	125
Διοικητικοί Υπάλληλοι	7	16	23
Λοιποί Υπάλληλοι	10	17	27
Στελέχη Επιχειρήσεων	5	9	14
Ιδιοκτήτες Επιχειρήσεων/ Ελεύτεροι Επαγγελματίες	16	11	27
Σύνολο	76	171	247

Πίνακας 16		
Βαθμός Πτυχίου	n	f %
5,0 - 6,0	7	2,83
6,1 - 6,5	47	19,03
6,6 - 7,0	109	44,13
7,1 - 7,5	46	18,62
7,6 < (10)	27	10,93
Δεν θυμάμαι	11	4,45
ΣΥΝΟΛΟ	247	100

Πίνακας 17

Έτος πρόσληψης στη συγκεκριμένη θέση	n	f %
πριν το 1997	31	12,55
1998	22	8,91
1999	44	17,81
2000	67	27,13
2001	80	32,39
Δεν θυμάμαι	3	1,21
Σύνολο	247	100

Πίνακας 18

Χρονικό διάστημα από το πτυχίο μέχρι την πρόσληψη στη συγκεκριμένη θέση	n	f %
πριν το πτυχίο	36	14,57
0 - 6 μήνες	40	16,19
7 - 12 μήνες	32	12,96
1 - 2 χρόνια	52	21,05
2 - 3 χρόνια	46	18,62
3 - 4 χρόνια	21	8,50
4 - 5 χρόνια	9	3,64
> 5 χρόνια	8	3,24
Δεν θυμάμαι	3	1,21
ΣΥΝΟΛΟ	247	100

Πίνακας 19

Χρονικό διάστημα από το πτυχίο μέχρι την πρόσληψη στη συγκεκριμένη θέση κατά περιοχή	ΑΘΗΝΑ	ΘΕΣ/ΝΙΚΗ	ΠΕΡΙΦΕΡΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ
πριν το πτυχίο	1	21	14	36
0 - 6 μήνες	3	24	13	40
7 - 12 μήνες	1	19	12	32
1 - 2 χρόνια	4	30	18	52
2 - 3 χρόνια	1	33	12	46
3 - 4 χρόνια	0	9	12	21
4 - 5 χρόνια	0	4	5	9
> 5 χρόνια	0	3	5	8
Δεν θυμάμαι	0	1	2	3
ΣΥΝΟΛΟ	10	144	93	247

Πίνακας 20

Τρόπος εύρεσης της συγκεκριμένη εργασίας	n	f %
Αγγελίες / Ανακοινώσεις	48	19,59
Γνωστοί / Προσωπικές Διασυνδέσεις	104	42,45
Ο.Α.Ε.Δ. / Προγράμματα Ε.Ε./ Γραφείο διασύνδεσης - Ευρέσεως εργασίας	19	7,76
Προκυρήξεις δημοσίου	29	11,84
Προσωπική πρωτοβουλία	27	11,02
Συνέχεια Πρακτικής	18	7,35
ΣΥΝΟΛΟ*	245	100

Πίνακας 21

Τρόπος εύρεσης της συγκεκριμένη εργασίας κατά περιοχή	ΑΘΗΝΑ	ΘΕΣ/ΝΙΚΗ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ
Αγγελίες / Ανακοινώσεις	6	28	14	48
Γνωστοί / Προσωπικές Διασυνδέσεις	3	63	38	104
Ο.Α.Ε.Δ. / Προγράμματα Ε.Ε./ Γραφείο διασύνδεσης - Ευρέσεως εργασίας	0	15	4	19
Προκυρήξεις δημοσίου	1	11	17	29
Προσωπική πρωτοβουλία	1	14	12	27
Συνέχεια Πρακτικής	0	12	6	18
ΣΥΝΟΛΟ*	11	143	91	245

Πίνακας 22

Τρόπος εύρεσης της συγκεκριμένη εργασίας κατά φύλο	ΑΝΤΡΕΣ	ΓΥΝΑΙΚΕΣ	ΣΥΝΟΛΟ
Αγγελίες / Ανακοινώσεις	12	37	49
Γνωστοί / Προσωπικές Διασυνδέσεις	28	75	103
Ο.Α.Ε.Δ. / Προγράμματα Ε.Ε./ Γραφείο διασύνδεσης - Ευρέσεως εργασίας	3	16	19
Προκυρήξεις δημοσίου	5	24	29
Προσωπική πρωτοβουλία	9	18	27
Συνέχεια Πρακτικής	3	15	18
ΣΥΝΟΛΟ*	60	185	245

*Δύο άτομα δεν απάντησαν στη συγκεκριμένη ερώτηση

Πίνακας 23		
Μηνιαίες Απολαβές	n	f %
<100.000	4	1,62
101.000 - 200.000	97	39,27
201.000 - 300.000	102	41,30
301.000 - 500.000	29	11,74
501.000 >	7	2,83
Δεν απαντώ	8	3,24
ΣΥΝΟΛΟ	247	100

Πίνακας 24				
Μηνιαίες Απολαβές ανά περιοχή	ΑΘΗΝΑ	ΘΕΣ/ΝΙΚΗ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ
<100.000	0	1	3	4
101.000 - 200.000	0	60	37	97
201.000 - 300.000	7	55	40	102
301.000 - 500.000	1	18	10	29
501.000 >	1	6	0	7
Δεν απαντώ	1	4	3	8
ΣΥΝΟΛΟ	10	144	93	247

Πίνακας 25			
Μηνιαίες Απολαβές ανά περιοχή	ΑΝΤΡΕΣ	ΓΥΝΑΙΚΕΣ	ΣΥΝΟΛΟ
<100.000	0	4	4
101.000 - 200.000	14	83	97
201.000 - 300.000	22	80	102
301.000 - 500.000	14	15	29
501.000 >	4	3	7
Δεν απαντώ	4	4	8
ΣΥΝΟΛΟ	58	189	247

Πίνακας 26

Επιπλέον κατάρτιση και εκπαίδευση ως προς το σύνολο των εργαζομένων	it	f% (it/n)
Η/Υ	159	64,37
Ι.Ε.Κ./ Τ.Ε.Σ. - Τ.Ε.Λ/ Εργ.Ελ.Σπ.	25	10,12
Μεταπτυχιακό/ Επιπλέον τριτοβάθμια εκπαίδευση	30	12,15
Παρακολούθηση Σεμιναρίων	166	67,21
Ξένες γλώσσες	198	80,16
ΚΑΜΙΑ	19	7,69
ΣΥΝΟΛΟ	597	

Πίνακας 27

Επιπλέον κατάρτιση και εκπαίδευση ως προς το φύλο	ΑΝΤΡΕΣ	ΓΥΝΑΙΚΕΣ	ΣΥΝΟΛΟ
Η/Υ	40	119	159
Ι.Ε.Κ./ Τ.Ε.Λ. - Τ.Ε.Σ./ Εργ.Ελ.Σπ.	6	19	25
Μεταπτυχιακό/ Επιπλέον Τριτοβάθμια Εκπαίδευση	13	17	30
Παρακολούθηση Σεμιναρίων	43	123	166
Ξένες Γλώσσες	48	150	198
Καμία	5	14	19
Σύνολο	155	442	597

Πίνακας 28

Επιπλέον κατάρτιση και εκπαίδευση ως προς την περιοχή	ΑΘΗΝΑ	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ
Η/Υ	8	93	58	159
Ι.Ε.Κ./ Τ.Ε.Λ. - Τ.Ε.Σ./ Εργ.Ελ.Σπ.	0	16	9	25
Μεταπτυχιακό/ Επιπλέον Τριτοβάθμια Εκπαίδευση	2	24	4	30
Παρακολούθηση Σεμιναρίων	8	98	60	166
Ξένες Γλώσσες	8	125	65	198
Καμία	0	9	10	19
Σύνολο	26	365	206	597

Πίνακας 29

ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΣΤΟ ΓΡΑΦΕΙΟ ΔΙΑΣΥΝΔΕΣΗΣ 1999 -2001				
	1998	1999	2000	2001
Ιανουάριος	2	2	6	8
Φεβρουάριος	3	10	6	4
Μάρτιος	1	16	12	5
Απρίλιος	1	4	1	5
Μάιος	4	4	13	3
Ιούνιος	4	8	7	3
Ιούλιος	7	2	2	3
Αύγουστος	1	2	1	4
Σεπτέμβριος	11	2	2	3
Οκτώβριος	0	4	6	4
Νοέμβριος	5	4	9	
Δεκέμβριος	9	3	11	

Πίνακας 30

ΕΝΕΡΓΑ ΜΕΛΗ ΓΡΑΦΕΙΟΥ ΔΙΑΣΥΝΔΕΣΗΣ				
	1998	1999	2000	2001
Ιανουάριος	0	1	5	3
Φεβρουάριος	2	4	4	3
Μάρτιος	8	7	6	3
Απρίλιος	17	5	4	8
Μάιος	13	7	10	0
Ιούνιος	18	0	5	3
Ιούλιος	3	0	5	1
Αύγουστος	2	1	7	0
Σεπτέμβριος	13	8	9	1
Οκτώβριος	14	5	10	3
Νοέμβριος	4	3	2	
Δεκέμβριος	2	3	2	

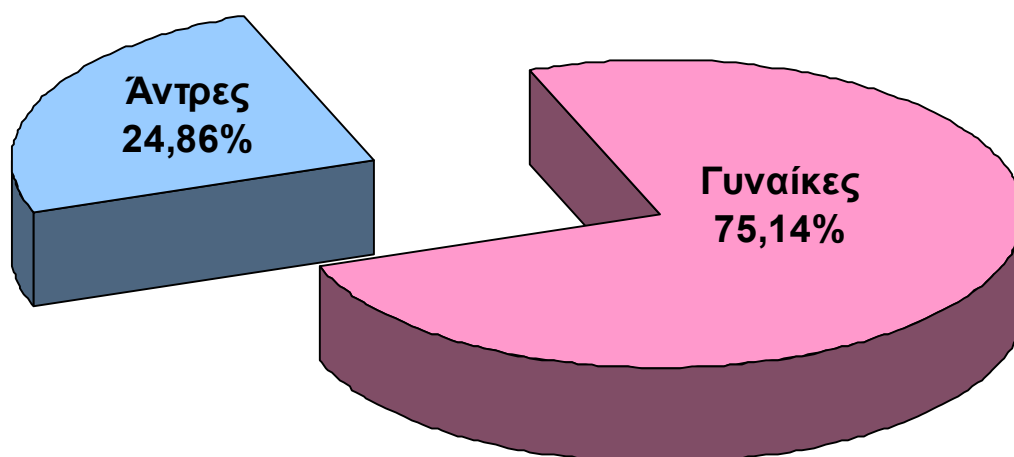
Πίνακας 31

**Απόφοιτοι που απευθύνθηκαν στο Γραφείο
Διασύνδεσης από 1/1/2001 - 31/10/2001 για
πληροφορίες σχετικά με:**

	Άνδρες	Γυναίκες	Σύνολο	%
Μεταπτυχιακές σπουδές	15	16	31	23,48
Υποτροφίες	3	2	5	3,79
Σεμινάρια	2	1	3	2,27
Επαγγελματικά δικαιώματα	0	1	1	0,76
Βιογραφικά - Συνέντευξη	7	26	33	25,00
Συμβουλευτική Σταδιοδρομίας	6	30	36	27,27
ΣΕΛΕΤΕ	0	0	0	0,00
Γενική Ενημέρωση	4	8	12	9,09
Προκυρήξεις - Αγγελίες	0	2	2	1,52
Ανοιχτό Πανεπιστήμιο	0	1	1	0,76
Κατατακτήριες εξετάσεις	4	4	8	6,06
Σύνολα	41	91	132	100

ΓΡΑΦΗΜΑΤΑ

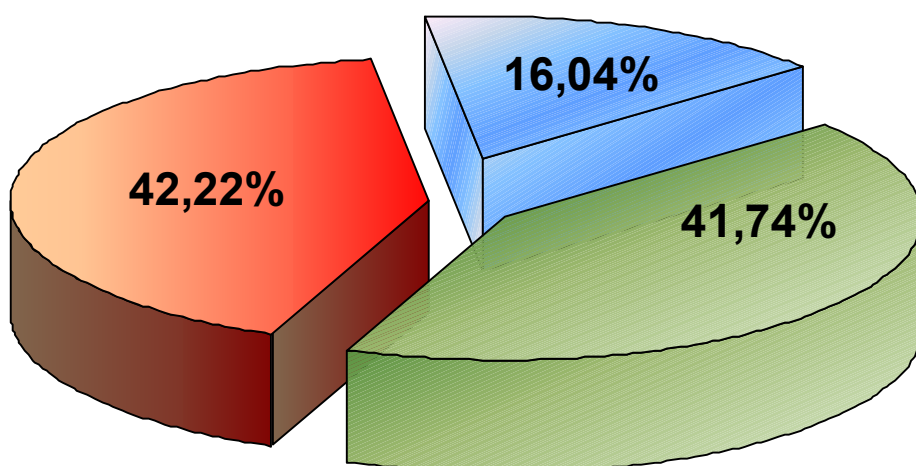
Φύλο Δείγματος



Γράφημα 1

(πίνακας 1)

Δείγμα



■ Δείγμα

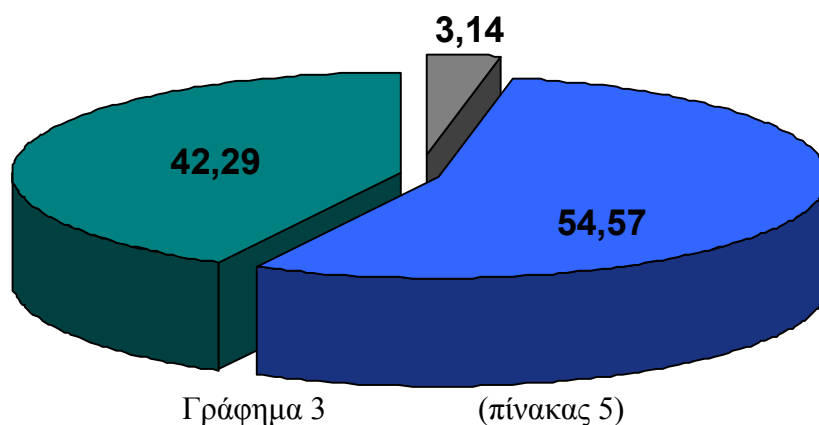
■ Άκυρα

■ Μη Έυρεθέντες

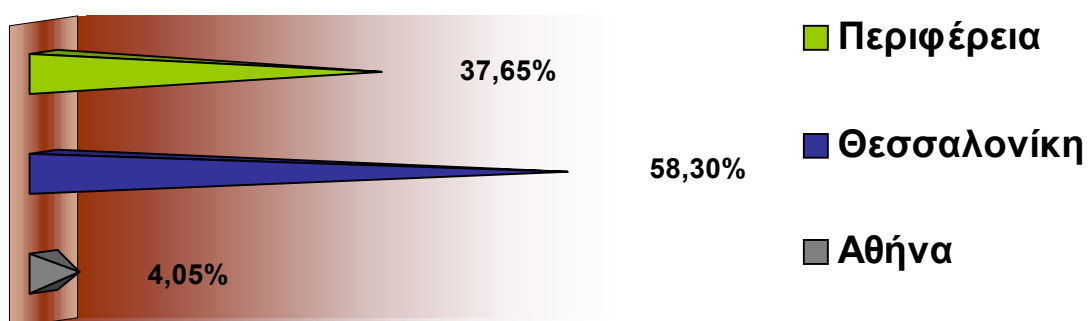
Γράφημα 2

(πίνακας 10)

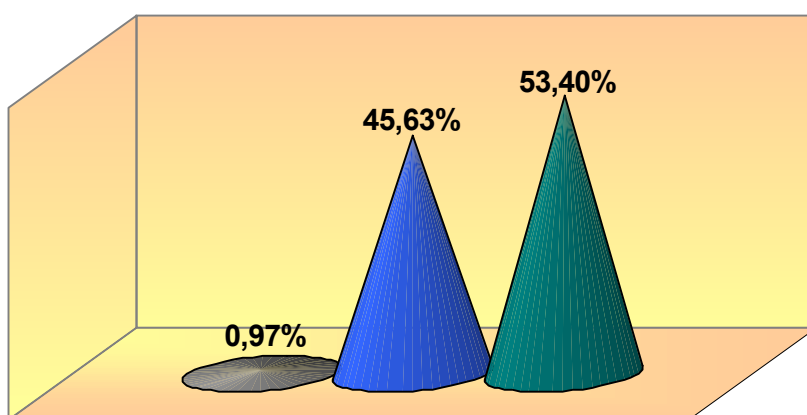
Περιοχή Διαμονής επί του συνόλου του δείγματος



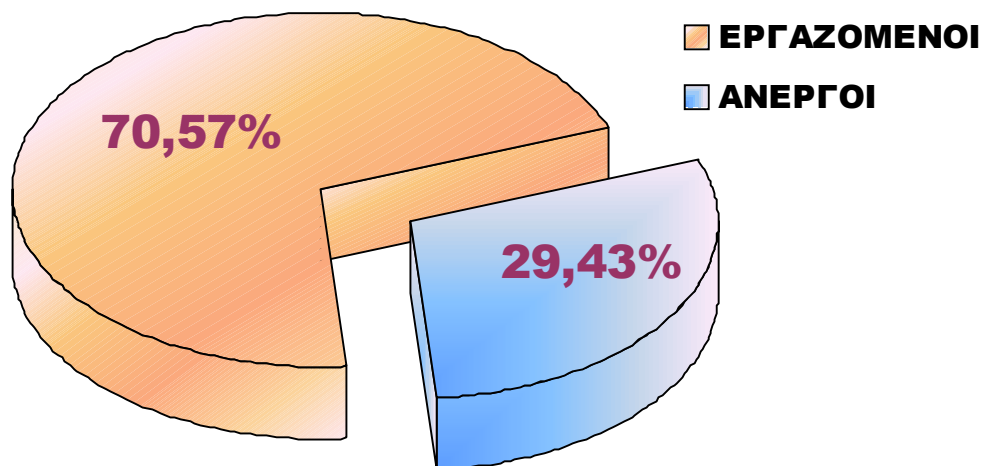
Περιοχή διαμονής των εργαζομένων



Περιοχή διαμονής των ανέργων



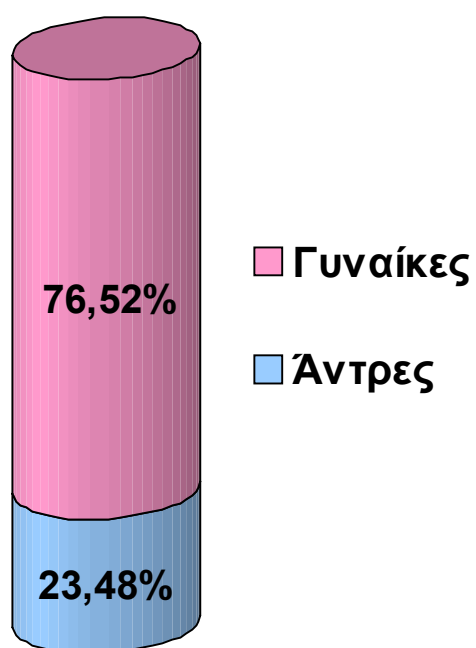
ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ ΕΠΙ ΤΟΥ ΣΥΝΟΛΟΥ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ



Γράφημα 6

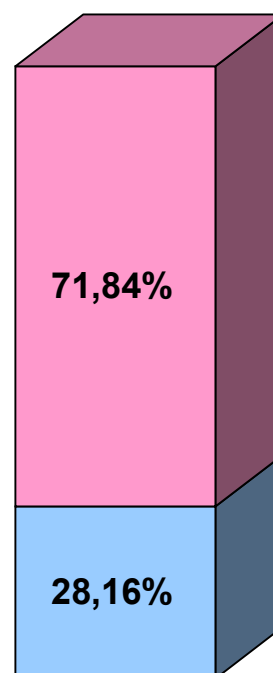
(πίνακας 4)

Εργαζόμενοι κατά φύλο



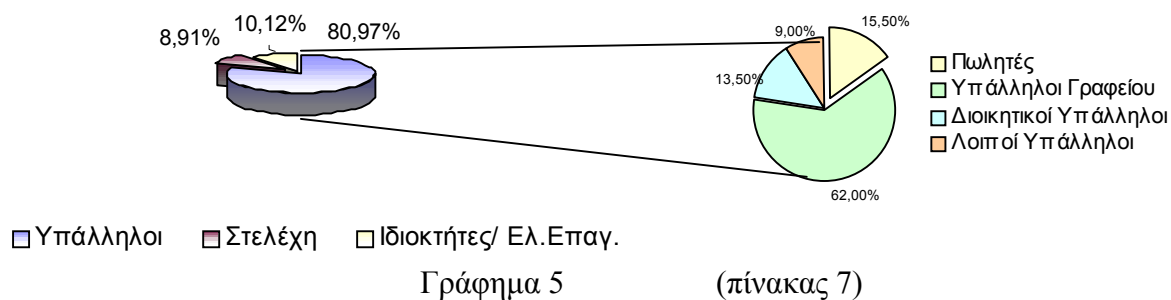
Γράφημα 7
(πίνακας 2)

Άνεργοι κατά φύλο

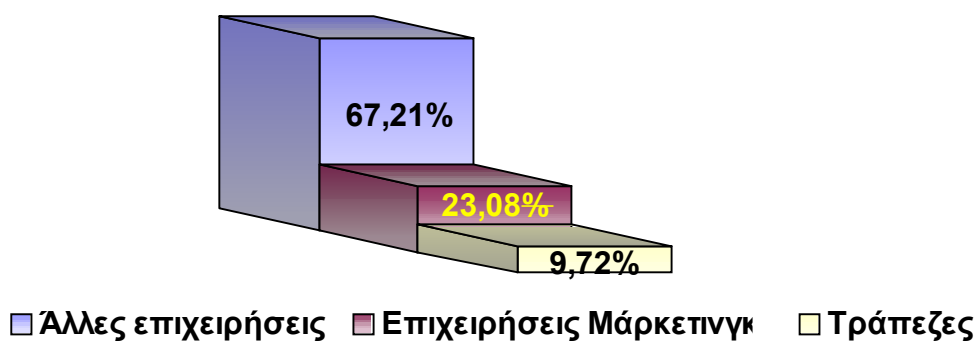


Γράφημα 8
(πίνακας 3)

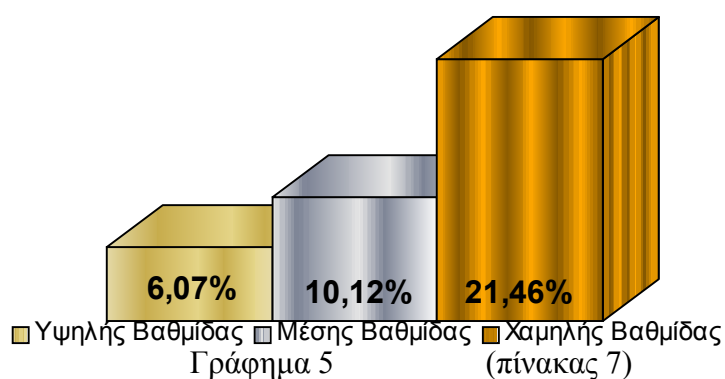
Θέσεις εργασίας



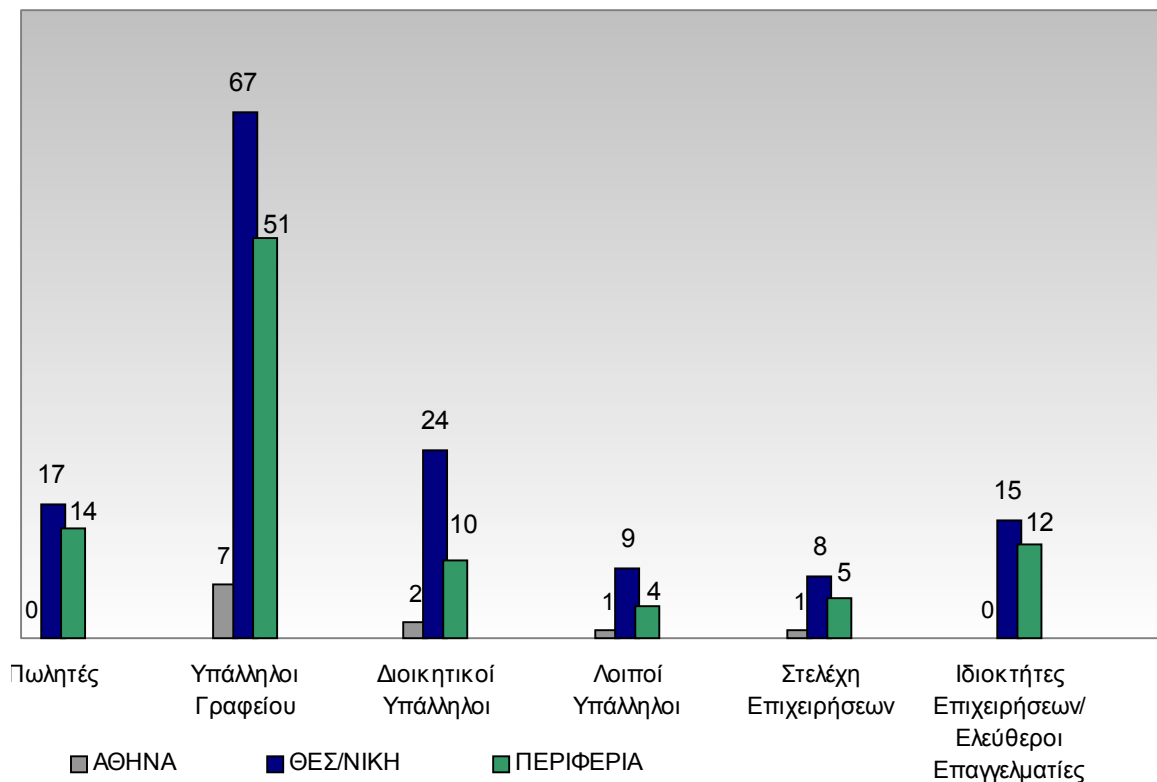
Απασχολούμενοι σε επιχειρήσεις Μάρκετινγκ και Τράπεζες



Θέσεις Μάρκετινγκ στο σύνολο των θέσεων



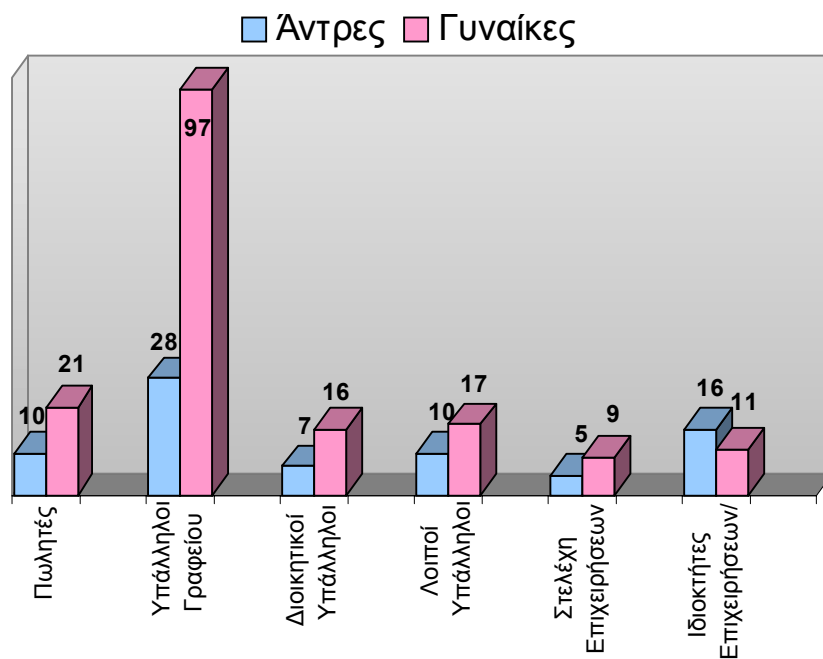
Θέσεις ανά περιοχή



Γράφημα 5

(πίνακας 7)

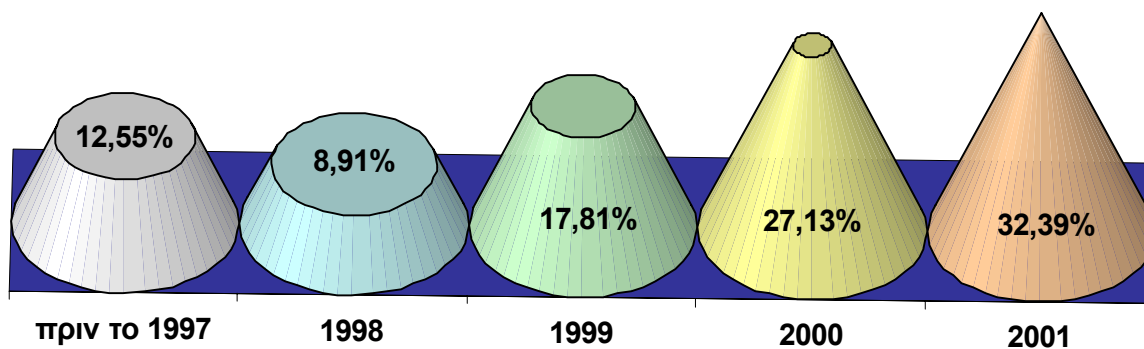
Θέσεις ανά φύλο



Γράφημα 5

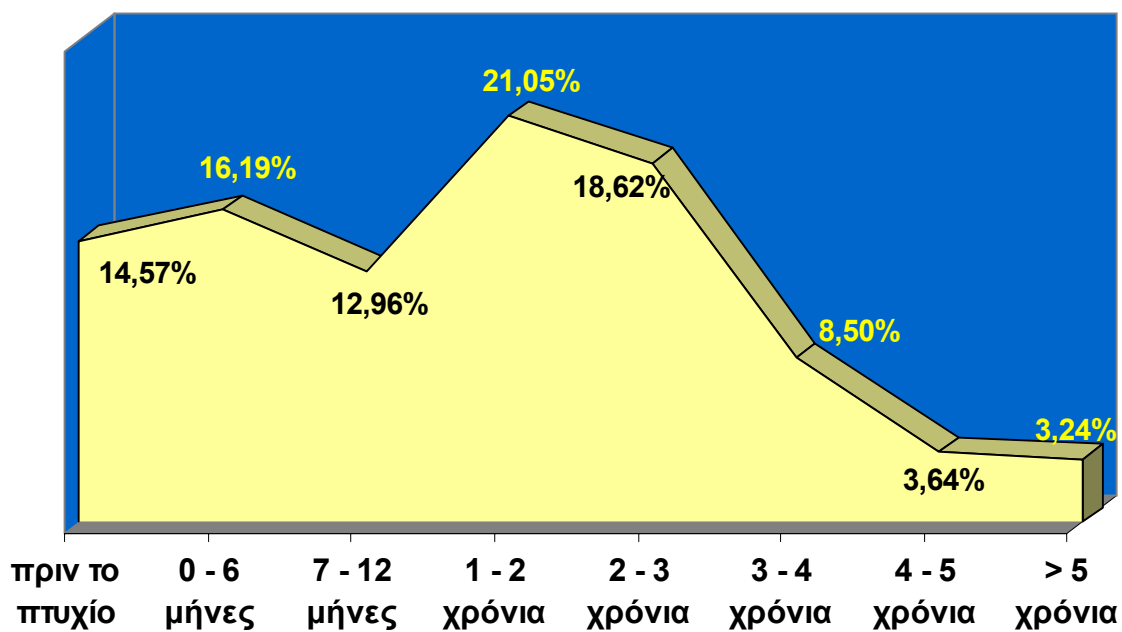
(πίνακας 7)

Έτος πρόσληψης στη συγκεκριμένη θέση



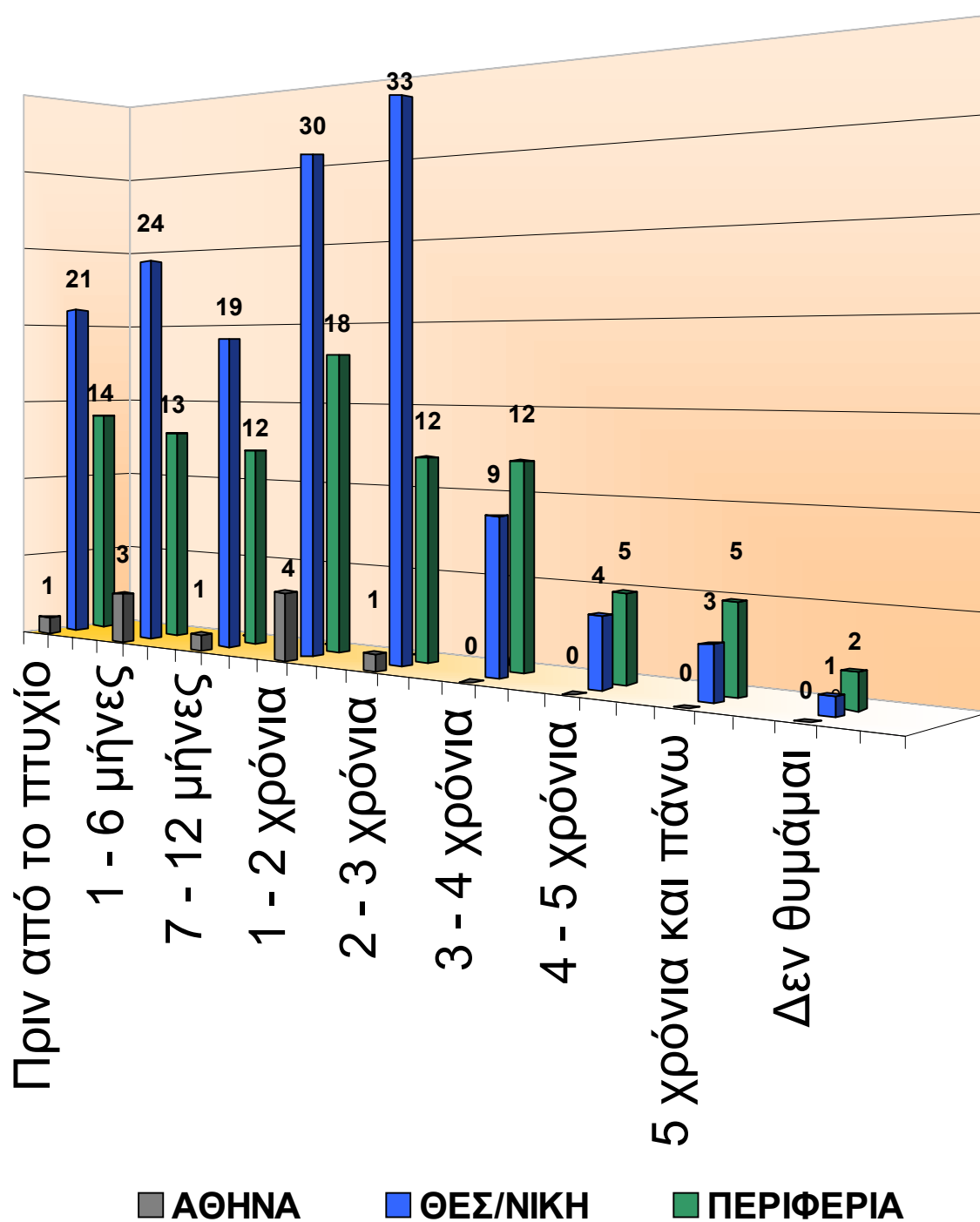
Γράφημα 5 (πίνακας 7)

Διάστημα που μεσολάβησε από την αποφοίτηση μέχρι την πρόσληψη στη συγκριμένη θέση



Γράφημα 5 (πίνακας 7)

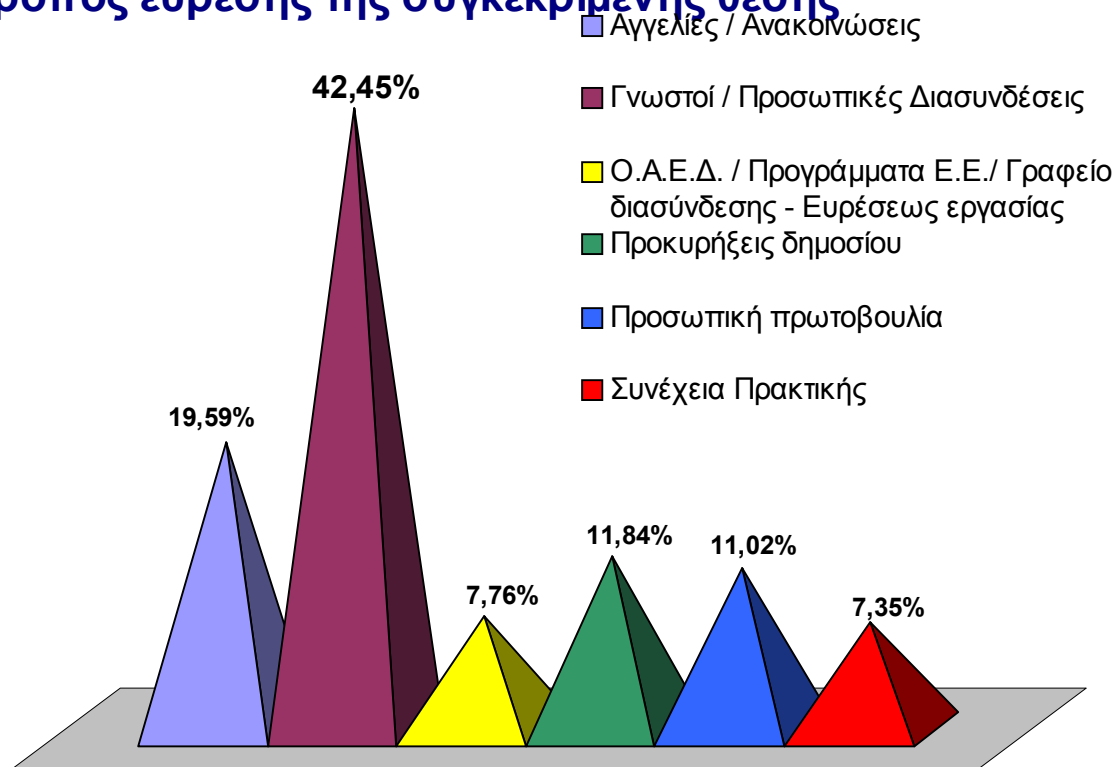
Χρόνος που μεσολάβησε από το πτυχίο μέχρι τη εύρεση της συγκεκριμένης εργασίας



Γράφημα 5

(πίνακας 7)

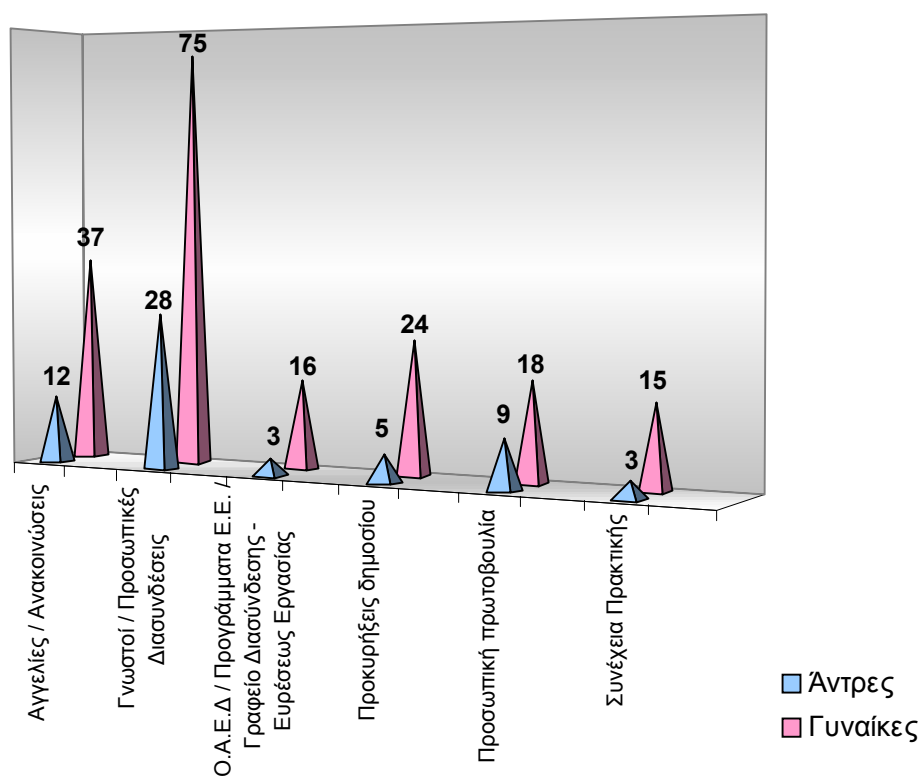
Τρόπος εύρεσης της συγκεκριμένης θέσης



Γράφημα 5

(πίνακας 7)

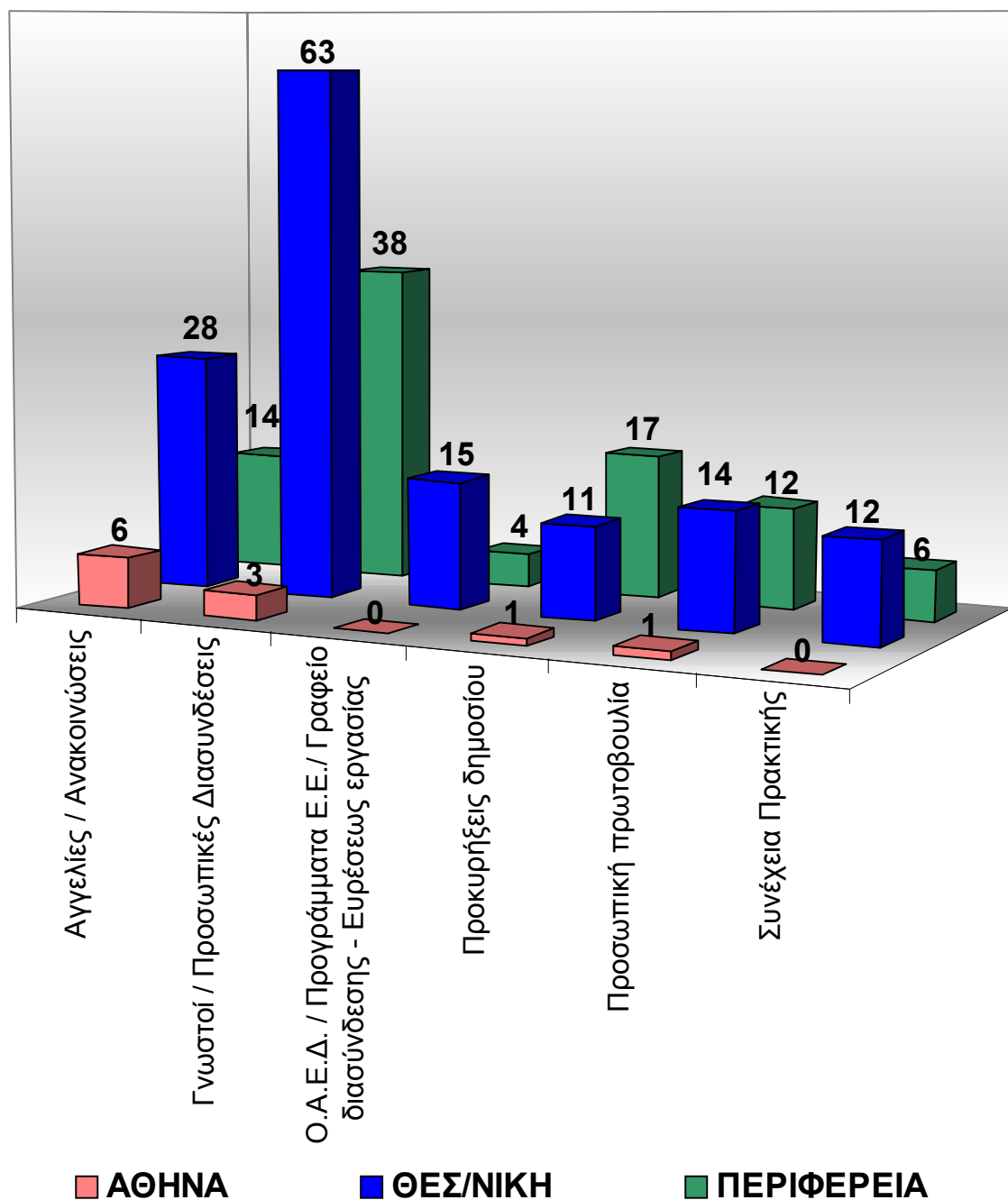
Τρόπος εύρεσης θέσης κατά φύλο



Γράφημα 5

(πίνακας 7)

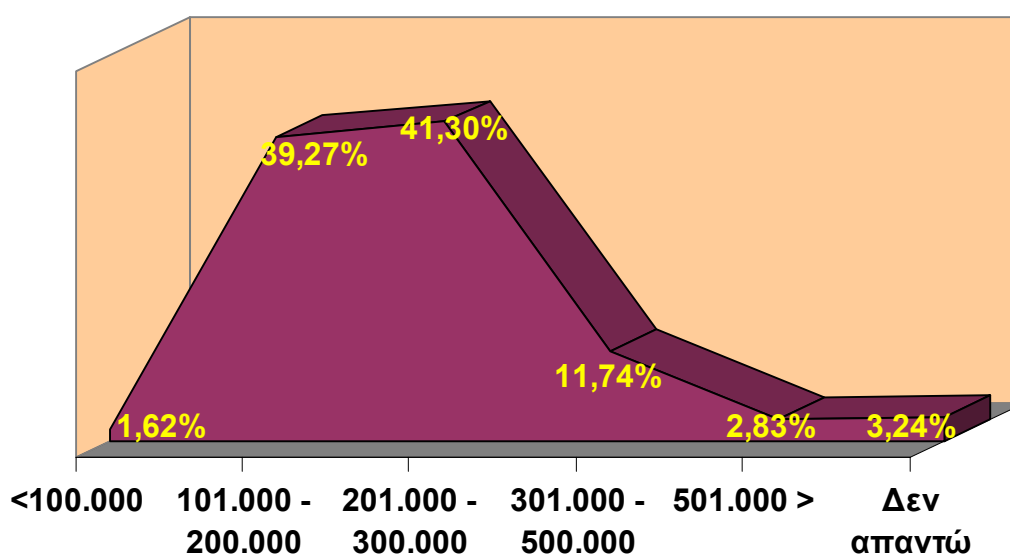
Τρόπος εύρεσης της συγκεκριμένης θέσης κατά περιοχή



Γράφημα 5

(πίνακας 7)

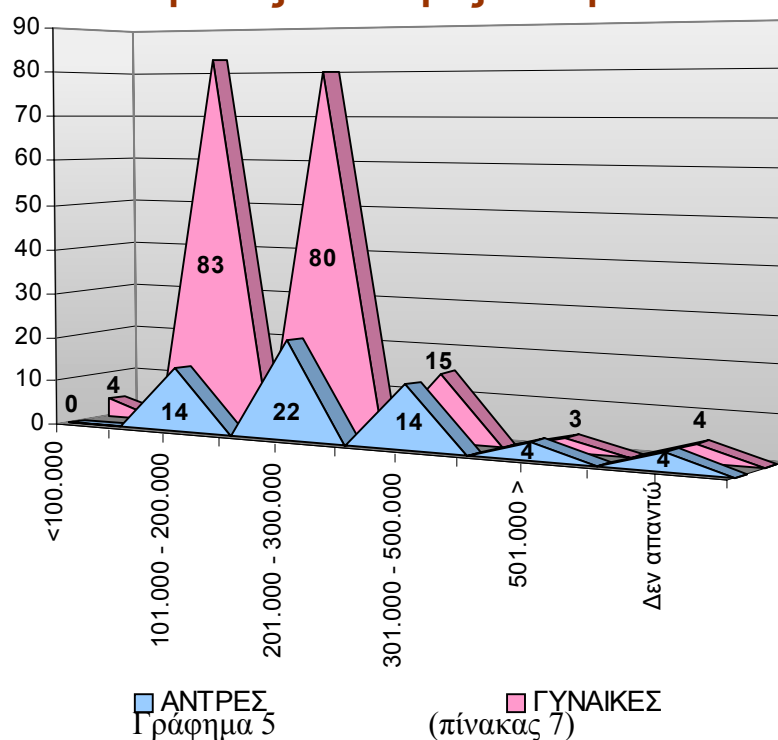
Ύψος μηνιαίων απολαβών από τη συγκεκριμένη θέση



Γράφημα 5

(πίνακας 7)

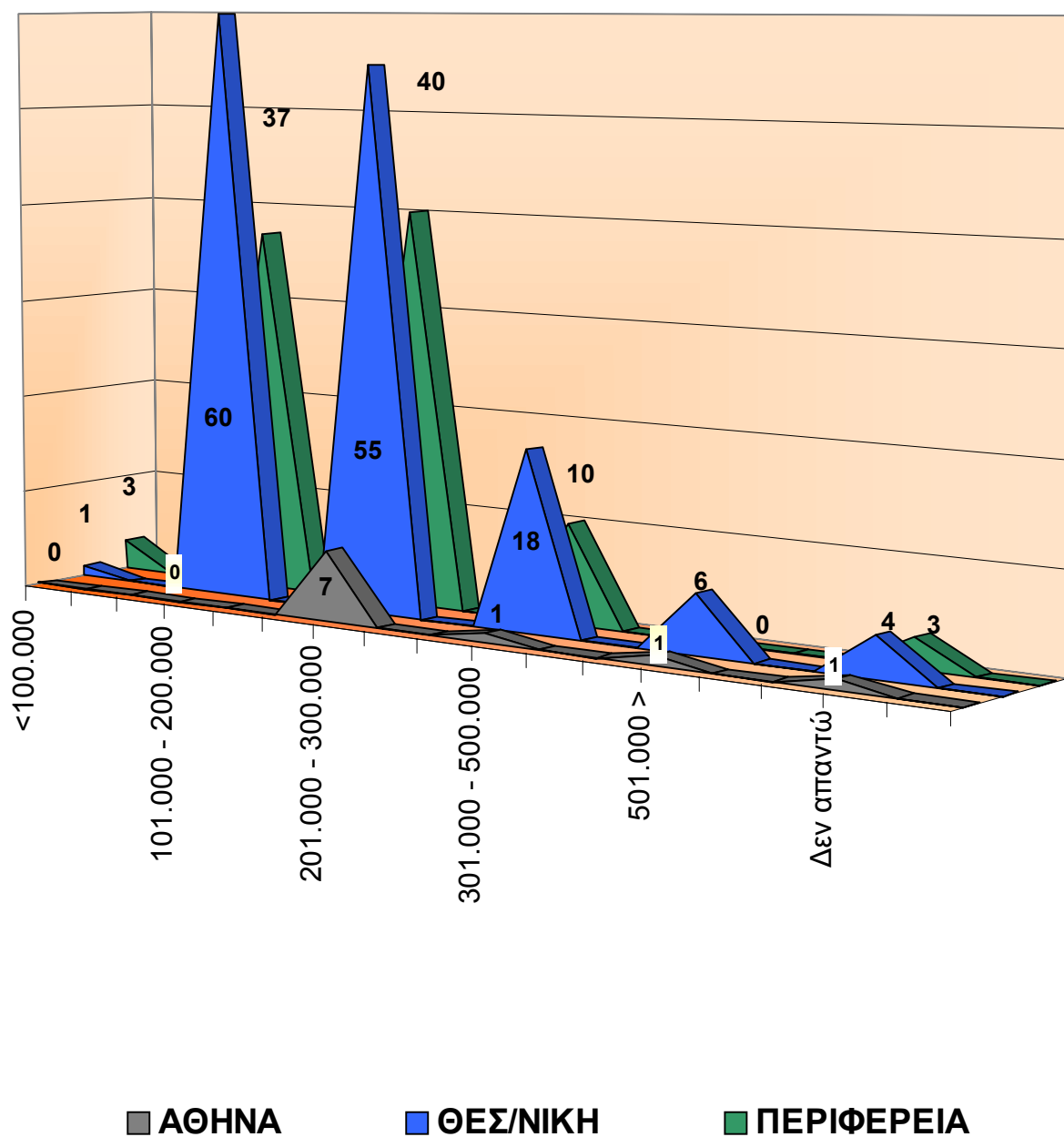
Μηνιαίες απολαβές ανά φύλο



ΑΝΤΡΕΣ
Γράφημα 5

ΓΥΝΑΙΚΕΣ
(πίνακας 7)

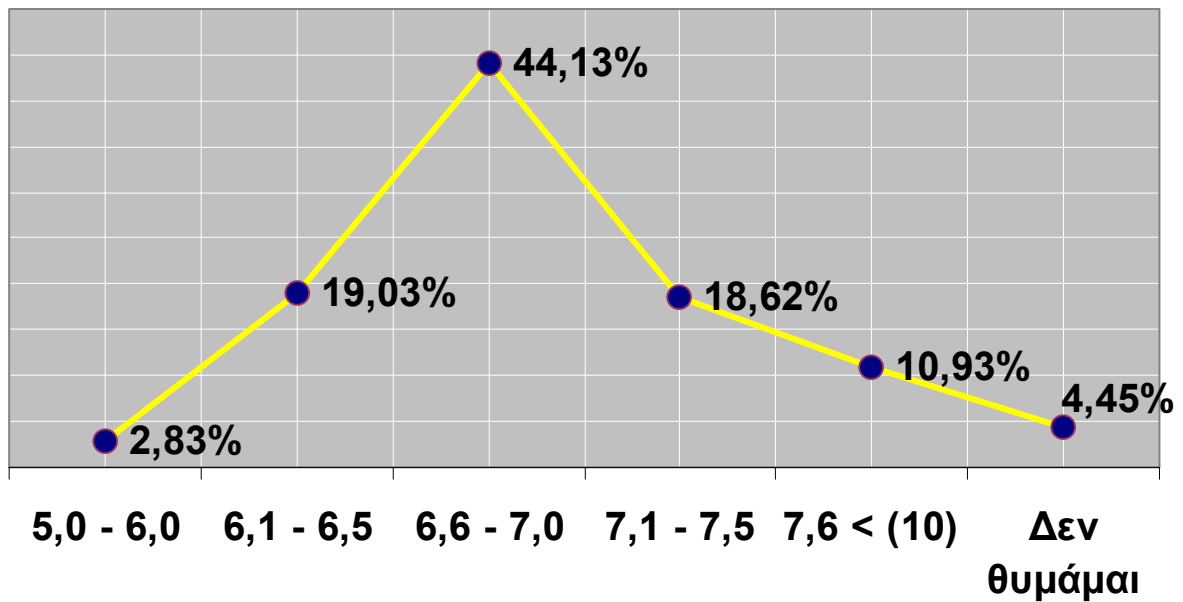
Μηνιαίες απολαβές ανά περιοχή



Γράφημα 5

(πίνακας 7)

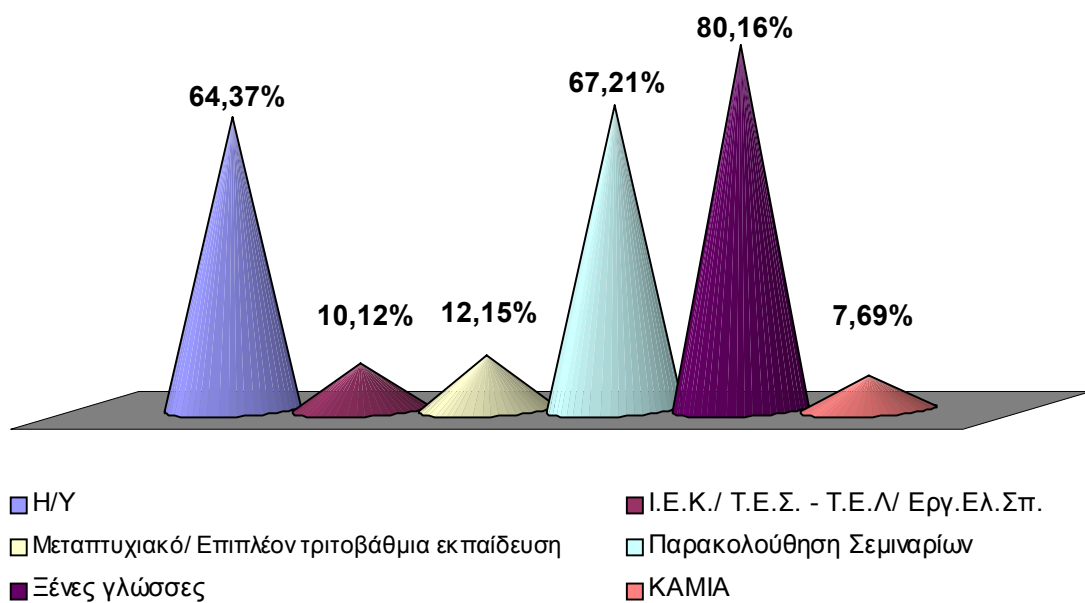
Βαθμός Πτυχίου



Γράφημα 5

(πίνακας 7)

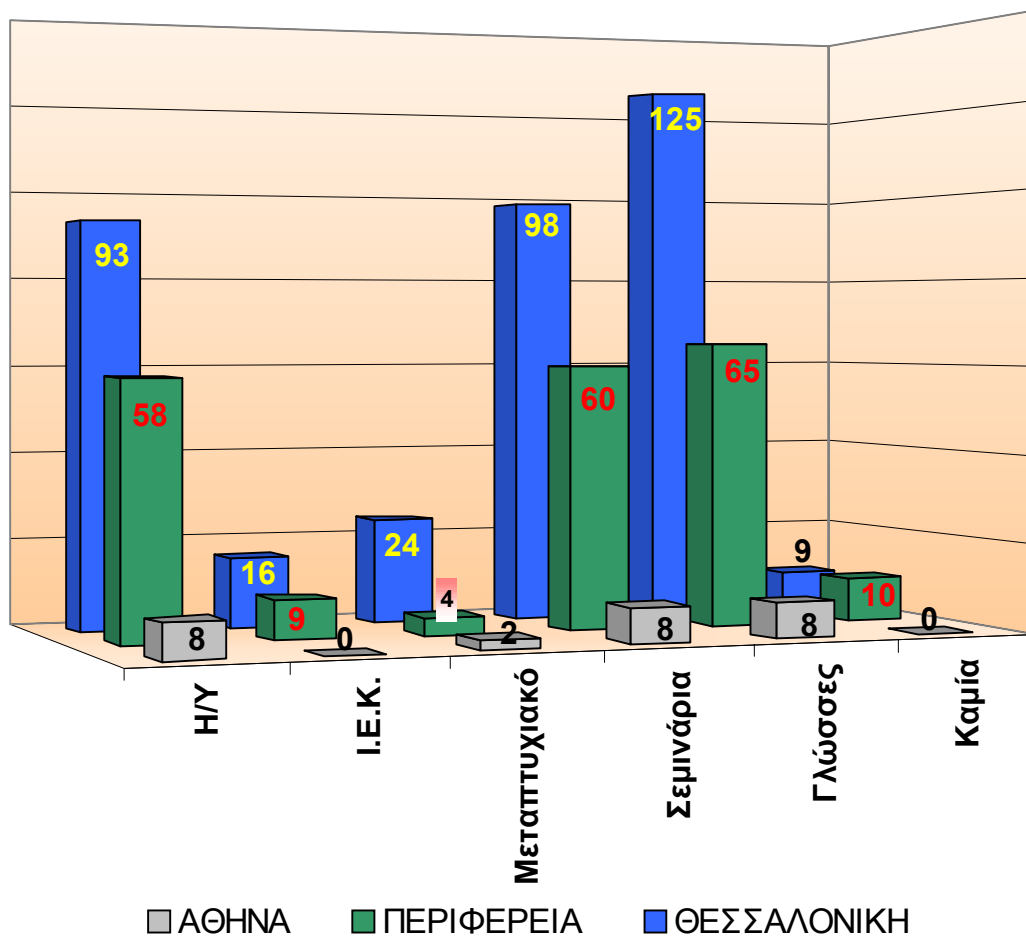
Επιπλέον κατάρτιση και εκπαίδευση



Γράφημα 5

(πίνακας 7)

Κατάρτιση και εκπαίδευση ανά περιοχή



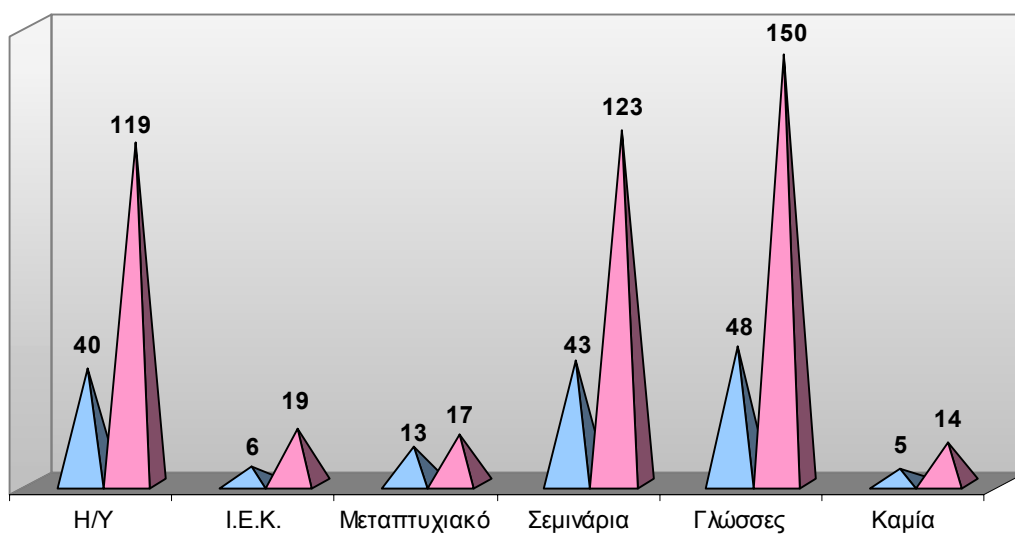
Γράφημα 5

(πίνακας 7)

■ ΑΝΤΡΕΣ

■ ΓΥΝΑΙΚΕΣ

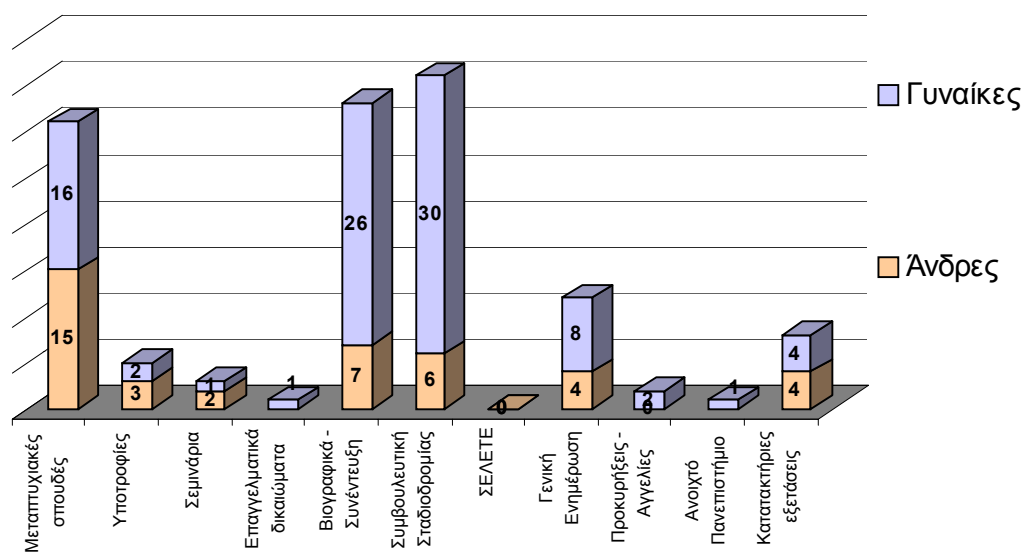
Κατάρτιση και εκπαίδευση ανά φύλο



Γράφημα 5

(πίνακας 7)

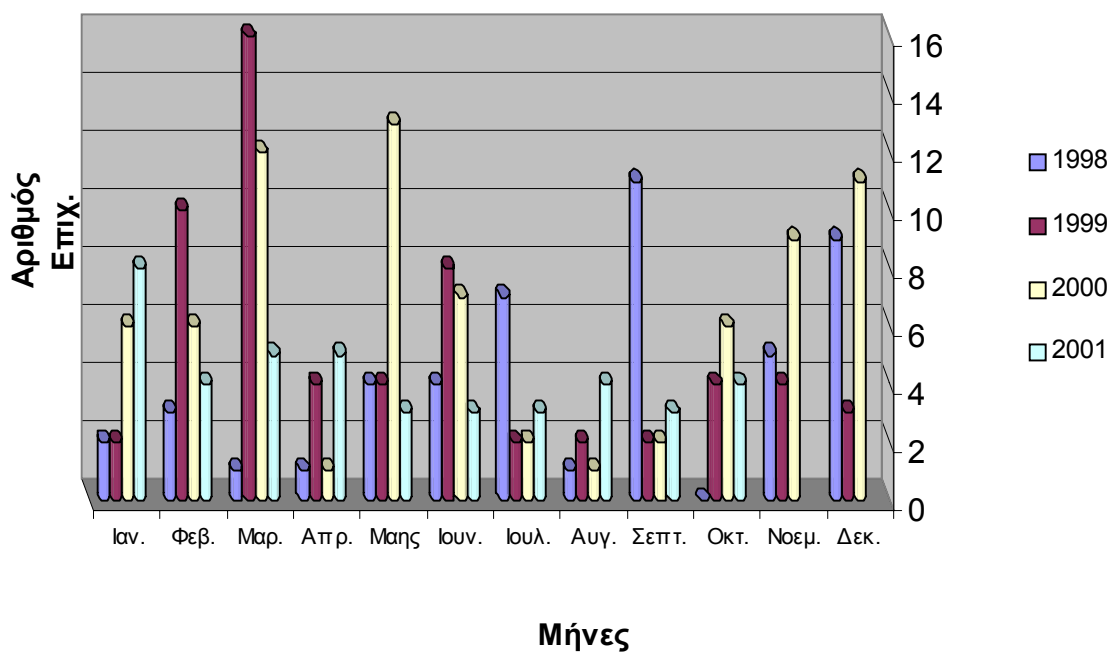
Απόφοιτοι που απευθύνθηκαν στο Γραφείο Διασύνδεσης από 1/1/2001 έως 31/10/2001



Γράφημα 5

(πίνακας 7)

Προσφορές Μρκ από επιχειρήσεις



Γράφημα 5

(πίνακας 7)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Ημερομηνία Συμπλήρωσης: ____/____/____ A/A Ερωτηματολογίου: ____
Ονοματεπώνυμο Ερευνητή: _____

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Ονοματεπώνυμο: _____ Φύλο: ☐ Α ☐ Γ
Διεύθυνση: _____ Τηλέφωνο: _____
Ημερομηνία αποφοίτησης: ____/____/____

Ερώτηση 1:

Εργάζεστε; ☐ Ναι ☐ Όχι
(Αν "Όχι" τότε τέλος έρευνας)

Ερώτηση 2:

Σε ποια επιχείρηση εργάζεστε και ποια θέση κατέχετε;
Επιχείρηση: _____
Θέση: _____

Ερώτηση 3:

Πότε προσληφθήκατε στη συγκεκριμένη θέση; (Δώστε Ημερομηνία) ____/____/____

Ερώτηση 4:

Πώς βρήκατε τη συγκεκριμένη θέση;
☐ Αγγελίες
☐ Γνωστοί / Προσωπικές Διασυνδέσεις
☐ Γραφείο Διασύνδεσης
☐ Γραφείο Ευρέσεως Εργασίας
☐ Ο.Α.Ε.Δ.
☐ Προκηρύξεις Δημοσίου
☐ Συνέχεια Πρακτικής
☐ Άλλο _____

Ερώτηση 5:

Ποιο το ύψος των μηνιαίων απολαβών σας από τη συγκεκριμένη εργασία;
☐ < 100.000
☐ 101.000 - 200.000
☐ 201.000 - 300.000
☐ 301.000 - 500.000
☐ 501.000 <

Ερώτηση 6:

Ποιος είναι ο βαθμός του πτυχίου σας; _____

Ερώτηση 7:

Εκτός από το πτυχίο του τμήματος Μάρκετινγκ του Τ.Ε.Ι.Θ. , τι επιπλέον κατάρτιση και εκπαίδευση διαθέτετε;
☐ Η/Υ
☐ Ι.Ε.Κ.
☐ Μεταπτυχιακό
☐ Παρακολούθηση Σεμιναρίων
☐ Ξένες Γλώσσες
☐ Άλλο _____

ΤΟ ΠΡΟΕΔΡΙΚΟ ΔΙΑΤΑΓΜΑ

512

ΕΦΗΜΕΡΙΣ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ (ΤΕΥΧΟΣ ΠΡΩΤΟ)

όλο το φάσμα της διοικητικοτεχνικής ιεραρχίας σε βιομηχανίες και βιοτεχνίες τροφίμων και υπηρεσίες τροφίμων.

4. Οι πτυχιούχοι του τμήματος μπορούν να καλύπτουν τις θέσεις υπευθύνων στελεχών στις επιχειρήσεις που προβλέπονται από τη νομοθεσία που ισχύει κάθε φορά για την λειτουργία των επιχειρήσεων αυτών.

5. Οι πτυχιούχοι του τμήματος απασχολούνται σε όλες τις βαθμίδες της εκπαίδευσης σύμφωνα με την κάθε φορά ισχύουσα νομοθεσία. Επίσης μπορούν να απασχοληθούν και ως μέλη ερευνητικών ομάδων σε θέματα της ειδικότητάς τους.

6. Οι πτυχιούχοι του τμήματος Τεχνολογίας Τροφίμων της Σχολής Τεχνολογίας τροφίμων και Διατροφής των Τεχνολογικών Εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων με την απόκτηση του πτυχίου τους ασκούν το επάγγελμα στο πλαίσιο των παραπάνω επαγγελματικών δικαιωμάτων.

Άρθρο 2

Επαγγελματικά δικαιώματα Πτυχιούχων του τμήματος Διατροφής

1. Οι πτυχιούχοι του τμήματος Διατροφής της Σχολής Τεχνολογίας Τροφίμων και Διατροφής των Τεχνολογικών Εκπ/κών Ιδρυμάτων, με βάση τις εξειδικευμένες επιστημονικές και τεχνικές γνώσεις τους ασχολούνται είτε αυτοδύναμα είτε σε συνεργασία με άλλους επιστήμονες πάνω σε σύγχρονους και ειδικούς τομείς της Διατροφής και Διαιτολογίας:

2. Οι πτυχιούχοι έχουν δικαίωμα να απασχοληθούν με τα παρακάτω αντικείμενα:

α) Εξέταση της θρεπτικής αξίας των τροφίμων.

β) Κατάρτιση ετικέτας με πληροφορίες για τα περιεχόμενα, θρεπτικά συστατικά και την κάλυψη των ημερησίων αναγκών από αυτά.

γ) Συμμετοχή στην κατάρτιση προδιαγραφών παρασκευής νέων προϊόντων.

δ) Κατάρτιση Γενικών και Ειδικών διαιτολογίων και επίβλεψη της εφαρμογής τους.

ε) Ανάλυση της υπευθυνότητας και επίβλεψη της μαζικής παραγωγής γευμάτων.

3. Οι πτυχιούχοι του τμήματος έχουν δικαίωμα απασχόλησης στους παρακάτω φορείς και στα αντίστοιχα αντικείμενα εργασίας:

α) Νοσοκομεία - Ιδιωτικές κλινικές:

κατάρτιση διαιτολογίου και επίβλεψη παρασκευής γευμάτων για τους ασθενείς, σύμφωνα με τις θεραπευτικές τους ανάγκες που καθορίζονται από τον θεράποντα ιατρό.

β) Κέντρα Υγείας: σχεδιασμός ειδικών διαιτολογίων, παροχή πληροφοριών για ειδικά διαιτολόγια που καθορίζονται από τον θεράποντα γιατρό.

γ) Εργαστήρια ποιοτικού ελέγχου και ελέγχου τροφίμων: έλεγχος της θρεπτικής τους αξίας βάσει των αναλυτικών στοιχείων που παρέχονται από τους αρμόδιους επιστήμονες.

δ) Ινστιτούτα αδυνατίσματος: καθορισμός διαιτολογίων και παρακολούθηση εφαρμογής τους.

ε) Βιομηχανίες παρασκευής ειδικών τροφίμων: σχεδιασμός για την παραγωγή ειδικών τροφίμων, παιδικές τροφές, για διαβητικούς κ.λπ.

στ) Ξενοδοχειακές μονάδες - Κρουαζιερόπλοια - Αλυσιδές εστιατορίων: υπεύθυνοι προμηθειών και κατάρτιση ημερήσιου ή εβδομαδιαίου διαιτολογίου.

ζ) Γηροκομεία: κατάρτιση προγράμματος προμηθειών, κατάρτιση ημερήσιου ή εβδομαδιαίου διαιτολογίου.

η) Παιδικές κατασκηνώσεις και κατασκηνώσεις υπερηλίκων: κατάρτιση προγράμματος προμηθειών, κατάρτιση μενού ή εβδομαδιαίου διαιτολογίου παρακολούθηση εφαρμογών και αξιολόγηση αποτελεσμάτων.

θ) Ορφανοτροφεία: κατάρτιση προγράμματος προμηθειών, κατάρτιση ημερήσιου ή εβδομαδιαίου διαιτολογίου.

ι) Φοιτητικές Λέσχες και Μαθ. Εστίες: κατάρτιση προγράμματος

των προμηθειών, κατάρτιση διαιτολογίου.

ια) Παιδικοί και Βρεφονηπιακοί Σταθμοί: κατάρτιση προγράμματος προμηθειών, κατάρτιση διαιτολογίου.

ιβ) Αθλητικές Ομάδες και Αθλητικά κέντρα.

ιγ) Οικοτροφεία.

ιδ) Μονάδες και υπηρεσίες ενόπλων δυνάμεων και σωμάτων ασφαλείας: κατάρτιση προγράμματος προμηθειών, κατάρτιση μενού ή εβδομαδιαίου διαιτολογίου.

4. Ο βαθμός ευθύνης των πτυχιούχων του τμήματος καλύπτει όλο το φάσμα της διοικητικοτεχνικής ιεραρχίας της σχετικής με τους τομείς της ειδικότητάς τους.

5. Οι πτυχιούχοι του τμήματος έχουν δικαίωμα λειτουργίας καταστήματος εμπορίας διαιτητικών τροφών.

6. Οι πτυχιούχοι του τμήματος Διατροφής της ΣΤΕΤΑ απασχολούνται σε όλες τις βαθμίδες της Εκπαίδευσης σύμφωνα πάντοτε με την κάθε φορά ισχύουσα νομοθεσία.

Επίσης μπορούν να απασχοληθούν με την έρευνα θεμάτων της ειδικότητάς τους.

7. Οι πτυχιούχοι του τμήματος Διατροφής της ΣΤΕΤΑ με την απόκτηση του πτυχίου τους μπορούν άμεσα να εξασκήσουν το επάγγελμα στο πλαίσιο των επαγγελματικών δικαιωμάτων τους.

Άρθρο 3

1. Η ισχύς αυτού του Προεδρικού Διατάγματος αρχίζει από τη δημοσίευσή του στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως.

2. Στον Υπουργό Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων αναθέτουμε τη δημοσίευση και εκτέλεση του παρόντος διατάγματος.

Αθήνα, 30 Ιανουαρίου 1989

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ
ΧΡΗΣΤΟΣ ΑΝΤ. ΣΑΡΤΖΕΤΑΚΗΣ

ΟΙ ΥΠΟΥΡΓΟΙ

ΠΡΟΕΔΡΙΑΣ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ

ΑΓ. ΚΟΥΤΣΟΓΙΩΡΓΑΣ

ΥΓΕΙΑΣ, ΠΡΟΝΟΙΑΣ &
ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΑΣΦΑΛΙΣΕΩΝ
ΑΠ. ΚΑΚΛΑΜΑΝΗΣ

ΕΘΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ &
ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΓΕΩΡΓΙΟΣ Α. ΠΑΠΑΝΔΡΕΟΥ

ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΤΑΞΗΣ
ΓΙΩΡΓΟΣ ΠΕΤΣΟΣ

ΒΙΟΜ., ΕΝΕΡΓ. & ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ
ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΣ ΠΕΠΟΝΗΣ

ΠΡΟΕΔΡΙΚΟ ΔΙΑΤΑΓΜΑ ΥΠ' ΑΡΙΘ. 79 (2)

Καθορισμός επαγγελματικών δικαιωμάτων των πτυχιούχων του τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης της Σχολής Διοίκησης και Οικονομίας των Τεχνολογικών Εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων.

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ

Έχοντας υπόψη:

1. Τις διατάξεις του εδ. γ' της παρ. 2 του άρθρου 25 του ν. 1404/1983 (ΦΕΚ 173/24.11.83).

2. Την από 8/2.9.88 γνωμοδότηση του Συμβουλίου Τεχνολογικής Εκπαίδευσης (Σ.Τ.Ε.).

3. Την αρ. 687/28.9.88 γνωμοδότηση του Συμβουλίου της Επικρατείας με πρόταση των Υπουργών Προεδρίας της Κυβέρνησης, Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων και Εμπορίου, αποφασίζουμε:

Άρθρο 1

Επαγγελματικά Δικαιώματα των Πτυχιούχων του Τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης

1. Οι πτυχιούχοι του τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης της Σχολής Δ/σης και Οικονομίας των Τεχνολογικών Εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων με βάση τις εξειδικευμένες επιστημονικές και τεχνικές γνώσεις τους, ασχολούνται επαγγελματικά, είτε αυτοδύ-

ναμα, είτε σε συνεργασία με άλλους επιστήμονες με τη μελέτη, έρευνα και εφαρμογή της τεχνολογίας, πάνω σε σύγχρονους και ειδικούς τομείς του Μάρκετινγκ και της Διαφήμισης, όπως είναι π.χ. η έρευνα της αγοράς, η ανάπτυξη πωλήσεων, η διαφήμιση και η προβολή.

2. Επίσης οι παραπάνω πτυχιούχοι έχουν δικαίωμα απασχόλησης ως στελέχη μονάδων στον ιδιωτικό και στο δημόσιο τομέα όπως αυτός προσδιορίζεται από τις διατάξεις που ισχύουν κάθε φορά.

Στα πλαίσια της άσκησης του επαγγέλματός τους ασχολούνται με τα παρακάτω αντικείμενα και δραστηριότητες:

- α) Προγραμματισμός της έρευνας αγοράς:
 - (i) Μορφοποίηση του προβλήματος,
 - (ii) Καθορισμό πηγών πληροφοριών,
 - (iii) Έλεγχος αξιοπιστίας πηγών πληροφοριών,
 - (iv) Σχεδιασμό δείγματος,
 - (v) Συλλογή πληροφοριών,
 - (vi) Επεξεργασία και ανάλυση στοιχείων,
 - (vii) Παρουσίαση στοιχείων,
 - (viii) Σύνταξη έκθεσης.
- β) Έρευνα Αγοράς:
 - (i) Διερεύνηση ανταγωνιστικής θέσης προϊόντων, επιχείρησης στην αγορά,
 - (ii) Ανάλυση μεγέθους αγοράς,
 - (iii) Εκτίμηση ζήτησης νέων προϊόντων,
 - (iv) Πρόβλεψη πωλήσεων,
 - (v) Μελέτη συμπεριφοράς καταναλωτών,
 - (vi) Έλεγχος αγοράς.
- γ) Έρευνα μεθόδων πωλήσεων:
 - (i) Ανάλυση δραστηριότητας πωλητών,
 - (ii) Μέτρηση αποτελεσματικότητας πωλητών,
 - (iii) Αξιολόγηση μεθόδων πωλήσεων,
 - (iv) Έλεγχος αποτελεσματικότητας μέσων προώθησης πωλήσεων,
 - (v) Σύγκριση τιμών και μεθόδων τιμολόγησης,
 - (vi) Ανάλυση κόστους διανομής.
- δ) Παραγωγή διαφήμισης:
 - (i) Σχεδιασμός διαφημιστικού μηνύματος,
 - (ii) Εκλογή διαφημιστικών μέσων,
 - (iii) Προσδιορισμός στόχων διαφήμισης,
 - (iv) Μέτρηση αποτελεσματικότητας διαφήμισης.
- ε) Σχεδίαση και οργάνωση διαφημιστικής εκστρατείας:
 - (i) Προγραμματισμός διαφημιστικής εκστρατείας,
 - (ii) Προϋπολογισμός δαπανών διαφημιστικής εκστρατείας,
 - (iii) Συντονισμός διαφημιστικής εκστρατείας,
 - (iv) Έλεγχος και αξιολόγηση αποτελεσμάτων διαφημιστικής εκστρατείας.
- στ) Οργάνωση εκθέσεων

3. Οι πτυχιούχοι του Τμήματος, απασχολούνται σε όλες τις βαθμίδες της εκπαίδευσης, σύμφωνα με την κείμενη κάθε φορά ισχύουσα νομοθεσία.

4. Οι πτυχιούχοι του Τμήματος εξελίσσονται σε όλο το φάσμα της διοικητικής ιεραρχίας της σχετικής με τους τομείς της ειδικότητάς τους.

Επίσης, μπορούν να απασχοληθούν με την έρευνα θεμάτων της ειδικότητάς τους.

5. Οι πτυχιούχοι του τμήματος με την απόκτηση του πτυχίου τους ασκούν το επάγγελμα είτε σαν στελέχη μονάδων, είτε σαν αυτοαπασχολούμενοι στο πλαίσιο των παραπάνω επαγγελματικών δικαιωμάτων.

Άρθρο 2

1. Η ισχύς αυτού του Προεδρικού Διατάγματος, αρχίζει από τη δημοσίευσή του στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως.

2. Στον Υπουργό Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων, αναθέτουμε τη δημοσίευση και εκτέλεση του παρόντος διατάγματος.

Αθήνα, 30 Ιανουαρίου 1989

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ
ΧΡΗΣΤΟΣ ΑΝΤ. ΣΑΡΤΖΕΤΑΚΗΣ

ΟΙ ΥΠΟΥΡΓΟΙ

ΠΡΟΕΔΡΙΑΣ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΗΣ
ΑΓ. ΚΟΥΤΣΟΓΙΩΡΓΑΣ

ΕΘΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ
ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΓΕΩΡΓΙΟΣ Α. ΠΑΠΑΝΔΡΕΟΥ

ΕΜΠΟΡΙΟΥ
ΝΙΚΟΣ ΑΚΡΙΤΙΔΗΣ

ΠΡΟΕΔΡΙΚΟ ΔΙΑΤΑΓΜΑ ΑΡΙΘ. 80 (3)

Ίδρυση Πυροσβεστικού Σταθμού Δ' Τάξης στο Δήμο Αλεξάνδρειας του νομού Ημαθίας.

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ
ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ

Έχοντας υπόψη:

1. Τις διατάξεις:

α) Της περίπτωσης β της παραγράφου 1 και της παραγράφου 7 του άρθρου 11 του Ν. 1481/1984 «Οργανισμός Υπουργείου Δημόσιας Τάξης» (Α' 152), όπως αντικαταστάθηκε το άρθρο αυτό με την παράγραφο 1 του άρθρου 1 του Ν. 1590/1986 (Α' 49).

β) Της παραγράφου 2 του άρθρου 1 του Ν. 1590/1986 «Τροποποίηση διατάξεων του Ν. 1481/1984 «Οργανισμός Υπουργείου Δημόσιας Τάξης και άλλες διατάξεις» (Α' 49).

γ) Των παραγράφων 3 και 4 του άρθρου 4 του Π.Δ. 371/1987 «Αναδιοργάνωση των Υπηρεσιών του Πυροσβεστικού Σώματος» (Α' 166).

δ) Του Π.Δ. 137/1986 «Συγκρότηση της Γενικής Γραμματείας Δημόσιας Τάξης σε Υπουργείο Δημόσιας Τάξης» (Α' 51).

ε) την με αριθ. 6474/30.6.1988 κοινή απόφαση του Πρωθυπουργού και Υπουργού Οικονομικών για «Ανάθεση αρμοδιοτήτων στον Υφυπουργό Οικονομικών» (Β' 451).

2. Την 7/1989 γνωμοδότηση του Συμβουλίου της Επικρατείας, μετά από πρόταση του Υπουργού Δημόσιας Τάξης και Υφυπουργού Οικονομικών, αποφασίζουμε:

Άρθρο Μόνο

Ίδρύεται Πυροσβεστικός Σταθμός Δ' Τάξης στο Δήμο Αλεξάνδρειας του νομού Ημαθίας.

Στον Υπουργό Δημόσιας Τάξης, αναθέτουμε τη δημοσίευση και εκτέλεση του παρόντος διατάγματος.

Αθήνα, 2 Φεβρουαρίου 1989

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ
ΧΡΗΣΤΟΣ ΑΝΤ. ΣΑΡΤΖΕΤΑΚΗΣ

ΟΙ ΥΠΟΥΡΓΟΙ

ΥΠΟΥΡΓΟΣ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ
ΗΛΙΑΣ ΠΑΠΑΝΗΛΙΑΣ

ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΤΑΞΗΣ
ΓΙΩΡΓΟΣ Ε. ΠΕΤΣΟΣ

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΠΡΩΤΗ

Συνέντευξη του κ. Μπαξεβάνη Χαράλαμπου, απόφοιτο του τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης του Τ.Ε.Ι. Θεσσαλονίκης, στην Τριανταφυλλίδου Ευδοξία

Ερώτηση: Ας ξεκινήσουμε λοιπόν την συνέντευξη. Αρχικά θα ήθελα να μου πείτε μερικά πράγματα για την μέχρι τώρα επαγγελματική σας πορεία.

Μπαξεβάνης Χ.: Όπως ήδη ξέρετε, είμαι και απόφοιτος του τμήματος Τουριστικών Επιχειρήσεων του Τ.Ε.Ι.Θ. και ασχολήθηκα αποκλειστικά με αυτόν τον τομέα. Έχω εργαστεί στο club CORUS ως σερβιτόρος και από το 1995 εργάζομαι στο Μακεδονία Παλλάς. Ξεκίνησα ως σερβιτόρος και τον τελευταίο ενάμιση χρόνο είμαι προϊστάμενος στο room service.

Ερ.: Οι συνθήκες εργασίας μετά από αυτήν την αλλαγή βελτιώθηκαν;

Μπ.Χ.: Η δική μας δουλειά έχει πολύ περίεργα ωράρια, καθόλου ελεύθερα Σαββατοκύριακα. Τώρα δουλεύω μόνο πρωινά και με καλύτερες αποδοχές.

Ερ.: Πως βρήκατε την τωρινή σας εργασία;

Μπ.Χ.: Σε γενικές γραμμές, όποιος έχει βάλει στόχους και παράλληλα έχει "γνωριμίες" μπορεί να εξασφαλίσει άνετα μια θέση εργασίας. Προσωπικά είχα κάποιο γνωστό, μου πρότεινε την θέση και την δέχτηκα.

Ερ.: Αφού είχατε μια σταθερή εργασία, τι σας ώθησε να επιλέξετε τη σχολή μας και να δώσετε κατατακτήριες;

Μπ.Χ.: Την απόφαση να δώσω κατατακτήριες την πήρα ενώ υπηρετούσα την θητεία μου. Με ενδιέφερε πάρα πολύ ο χώρος της διαφήμισης, και παράλληλα ήθελα να διευρύνω τους δρόμους και το φάσμα των επιλογών μου όσον αφορά την επαγγελματική μου εξέλιξη. Μετά από μια σύντομη διερεύνηση του χώρου απογοητεύτηκα, γιατί το "κύκλωμα" της διαφήμισης είναι κλειστό και πολύ δύσκολο για κάποιον να εισχωρήσει. Επιπλέον τα κύρια δρώμενα στην διαφήμιση λαμβάνουν χώρα στην Αθήνα και δεν ήθελα να ακολουθήσω μια τέτοια πορεία.

Ερ.: Μετά την αποφοίτησή σας από την σχολή μας, κάνατε κάποια προσπάθεια να βρείτε δουλειά πάνω στο αντικείμενό της;

Μπ.Χ.: Η ευκαιρία μου δόθηκε μέσα από την τωρινή δουλειά μου. Υπήρχε μια κενή θέση στον τομέα πωλήσεων του ξενοδοχείου. Με το επιπλέον πτυχίο marketing που είχα, μου πρότειναν την θέση. Απλώς εγώ δεν το κυνήγησα.

Ερ.: Στην τωρινή σου εργασία σε βοήθησαν οι γνώσεις που σου παρείχε το τμήμα μάρκετινγκ;

Μπ.Χ.: Ναι, σίγουρα! Η δουλειά μου περιλαμβάνει καθημερινή επαφή με πελάτες. Επομένως οι γνώσεις marketing με βοήθησαν στην εξυπηρέτηση των πελατών. Γενικά όταν η δουλειά σου απαιτεί να ασκείς καθημερινά δημόσιες σχέσεις, οι γνώσεις αυτές είναι απαραίτητες.

Ερ.: Στην μέχρι τώρα πορεία σας, αντιμετωπίσατε διακρίσεις ως απόφοιτος Τ.Ε.Ι. ;

Μπ.Χ.: Κοιτάζτε να δείτε, η αγορά εργασίας μπορεί να ζητάει την επιπλέον κατάρτιση αλλά δεν παίζει κανένα ρόλο αν είσαι απόφοιτος Τ.Ε.Ι. ή Α.Ε.Ι. ή Ι.Ε.Κ.. Το παν είναι οι προσωπικές διασυνδέσεις. Ξέρω πολλά άτομα που δουλεύουν χωρίς κανένα πτυχίο όμως είναι πολύ καλοί στην δουλειά τους. Κυρίως σε θέσεις υψηλές η διεύθυνση, οι "supervisors", δύσκολα εμπιστεύονται νέα-ξένα άτομα. Όταν μια επιχείρηση αναζητάει προσωπικό αρχικά καλύπτει το κοντινό περιβάλλον (γνωστούς - φίλους) και ως έσχατη λύση χρησιμοποιεί τις αγγελίες. Επομένως επιμένω ότι οι προσωπικές διασυνδέσεις παίζουν πολύ σημαντικό ρόλο.

Ερ.: Δηλαδή, η επιπλέον κατάρτιση δεν παίζει ρόλο;

Μπ.Χ.: Φυσικά και έχει σημασία. Έχεις κάποια επιπλέον αβαντάζ σε σχέση με τους άλλους, επομένως κρίνεται απαραίτητη. Καλό είναι να υπάρχει αλλά πολλές φορές δεν σου εξασφαλίζει μια θέση εργασίας.

Ερ.: Σε γενικές γραμμές, πώς βλέπετε τα πράγματα στην αγορά εργασίας;

Μπ.Χ.: Στην δική μας δουλειά, υπάρχει μεγάλη προσφορά εργασίας. Μάλιστα θα συνεχίσει γιατί η Θεσσαλονίκη σταδιακά θα ανέβει πάρα πολύ και θα χτιστούν πρότυπες πολυτελείς ξενοδοχειακές μονάδες. Παράλληλα η Θεσσαλονίκη είναι γενικά από τις πιο δύσκολες πόλεις όσον αφορά την ανεργία, το ποσοστό ανεργίας αγγίζει το 13,6%. Γενικά πιστεύω ότι η επαγγελματική πορεία αφορά τον καθένα ξεχωριστά. Αν πιστεύεις στον εαυτό σου, το θέλεις και το κυνηγήσεις το σίγουρο είναι ότι θα επιβιώσεις και θα ανελιχτείς.

Ερ.: Ευχαριστούμε πάρα πολύ για την συνεργασία.

Μπ.Χ.: Να είστε καλά και καλή επιτυχία!!!

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΔΕΥΤΕΡΗ

Συνέντευξη του κ. Γκιζώτη Ιωάννη, απόφοιτο του τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης του Τ.Ε.Ι. Θεσσαλονίκης, στον Παπαδόπουλο Χρήστο

Μερικά στοιχεία που σκιαγραφούν το προφίλ του κ. Γκιζώτη είναι τα ακόλουθα. Ο κ. Γκιζώτης Γιάννης είναι απόφοιτος του τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης της σχολής Οικονομίας και Διοίκησης του Τ.Ε.Ι.Θ.. Αποφοίτησε τον Μάιο του 1999 και έως σήμερα εργάζεται στη διαφημιστική εταιρεία PARAMOUNT A.E., στην οποία βρέθηκε συνεχίζοντας την πρακτική του άσκηση. Είναι 29 ετών και έχει εκπληρωμένες τις στρατιωτικές του υποχρεώσεις. Έχει ήδη συμπληρώσει 2 χρόνια στην εταιρεία αυτή, η οποία αποτελεί και την πρώτη του εμπειρία στον εργασιακό χώρο.

Ερώτηση: Αρχίζοντας την συνέντευξη, κ. Γκιζώτη, θα θέλαμε να μας πείτε πώς ονομάζεται η επιχείρηση στην οποία εργάζεστε και ποια είναι η θέση σας μέσα σ' αυτή;

Γκιζώτης Ι.: Η επιχείρηση στην οποία εργάζομαι ονομάζεται PARAMOUNT A.E. και δραστηριοποιείται ως διαφημιστική εταιρεία. Η θέση μου σ' αυτή την επιχείρηση είναι του Account Executive.

Ερ.: Ποια είναι τα καθήκοντα και οι αρμοδιότητές σας από τη θέση που κατέχετε;

Γκ.Ι.: Η θέση του Account Executive περιλαμβάνει καθήκοντα που αφορούν το Client Service, το οποίο αναλύεται σε θέματα επικοινωνίας του πελάτη με την αγορά, αν το δούμε σε γενικές γραμμές. Ειδικότερα, καλύπτει τα αντικείμενα του Μάρκετινγκ, όπως είναι οι δημόσιες σχέσεις, οι προωθητικές ενέργειες, και η συνολική υποστήριξη του πελάτη από τη στιγμή που έρχεται σε επαφή με την διαφημιστική εταιρεία.

Ερ.: Ας κάνουμε μια μικρή αναδρομή και να σας ρωτήσω αν η επιλογή της συγκεκριμένης σχολής και ιδιαίτερα του τμήματος Μάρκετινγκ ήταν συνειδητή.

Γκ.Ι.: Για εμένα, προσωπικά, ήταν η πρώτη επιλογή από τις σχολές που είχα δηλώσει και ήταν η μοναδική κατεύθυνση που με ενδιέφερε.

Ερ.: Πιστεύετε ότι η δουλειά που ακολουθήσατε ανταποκρίνεται στις προσδοκίες σας; Αν όχι, τι είναι αυτό που εσείς περιμένατε ότι θα κάνετε μέσα από το χώρο που επιλέξατε;

Γκ.Ι.: Ως αντικείμενο εργασίας είναι μέσα στο χώρο που διάλεξα να ακολουθήσω. Βέβαια, η ικανοποίηση που εισπράττω από αυτό είναι αρκετή. Μου προσφέρει, ως ένα βαθμό, αυτά που εγώ προσδοκούσα. Μπαίνοντας όμως στο χώρο και γνωρίζοντας την κατάσταση από μέσα πλέον, μπορώ να πω πως περιμένω ακόμη περισσότερα, μιας και το περιβάλλον εργασίας, όπως και ο γενικότερος χώρος του αντικειμένου, θα μπορούσε να προσφέρει πιο πολλά στοιχεία, καλύτερες προοπτικές, όπως και ορίζοντες εξέλιξης. Για τους παραπάνω λόγους προσδοκώ περισσότερα.

Ερ.: Η κατάρτιση που προσφέρει το τμήμα Μάρκετινγκ καλύπτει τις απαιτήσεις της δουλειάς σας και των προσωπικών σας απαιτήσεων; Αν ναι, σε τι βαθμό;

Γκ.Ι.: Αν και θεωρείται από τις πολύ καλές σχολές στον τομέα της, το θεωρητικό υπόβαθρο που σου προσφέρει καλύπτει ελάχιστα της απαιτήσεις της δουλειάς. Αυτό συμβαίνει βέβαια και λόγω της φύσης του αντικειμένου και της ραγδαίας εξέλιξής του. Θα επιθυμούσα, όμως, να είναι πιο σύγχρονα τα προγράμματα σπουδών και να παρακολουθούν τις εξελίξεις της αγοράς. Από την άλλη πλευρά, ευτυχώς, υπάρχει η εταιρεία που προσφέρει ένα ορισμένο υπόβαθρο. Αλλά από εκεί και πέρα, ανακάλυψα πράγματα στην αγορά εντελώς νέα ενώ κάποια τα οποία είχα διδαχθεί στη σχολή τελείως επιφανειακά και με αναχρονιστικές μεθόδους, τα αντιμετώπισα σε πιο εξελιγμένη μορφή.

Ερ.: Πόσο αναγκαία θεωρείτε την επιπλέον κατάρτιση και πώς την καλύπτετε;

Γκ.Ι.: Θεωρώ ότι είναι βασικό και δεδομένο ότι πρέπει να ενημερώνεσαι και να καταρτίζεσαι, να παρακολουθείς τις εξελίξεις και να τις γνωρίζεις μέσα από σεμινάρια, ημερίδες, συνέδρια, συνδρομές περιοδικών ειδικού Τύπου και το διαδίκτυο. Όλα αυτά πρέπει να τα παρακολουθείς και να παίρνεις μέρος συχνά στα τεκταινόμενα του χώρου.

Ερ.: Ως απόφοιτος των Τ.Ε.Ι., αντιμετωπίσατε διακρίσεις, είτε από τον εργοδότη είτε από τους συναδέλφους σας, τόσο κατά τη διαδικασία της πρόσληψης όσο και μετά από αυτή;

Γκ.Ι.: Δεν αντιμετώπισα κανένα πρόβλημα ως τώρα στο συγκεκριμένο τομέα και πιστεύω ότι αυτό οφείλεται στην ίδια τη διοίκηση της εταιρείας, που θεωρεί τους σπουδαστές της Σ.Δ.Ο., αν όχι ανώτερους από την άποψη της κατάρτισης και της εξάσκησης, τουλάχιστον ισάξιους με απόφοιτους άλλων ανωτάτων ιδρυμάτων.

Ερ.: Πώς θα περιγράφατε την κατάσταση στα θέματα μισθοδοσίας και αμοιβών;

Γκ.Ι.: Η διοίκηση στο θέμα αυτό είναι σωστή και τυπική σε μεγάλο βαθμό. Δεν θα την έκρινα όμως ικανοποιητική εξαιτίας της αναντιστοιχίας των υψηλών απαιτήσεων της εργασίας και των δύσκολων ωραρίων σε σχέση με τις αμοιβές.

Ερ.: Είστε ικανοποιημένος από τις προοπτικές εξέλιξης που βλέπεται στο χώρο αυτό;

Γκ.Ι.: Αυτή είναι η πρώτη μου δουλειά και αποτελεί συνέχεια της πρακτικής μου άσκησης. Αυτό που διαπιστώνω είναι ότι η αγορά είναι περιορισμένη τοπικά και χωρίς μεγάλες προοπτικές εξέλιξης.

Ερ.: Ποιες είναι οι προβλέψεις σας σχετικά με τις προοπτικές εξέλιξης στον κλάδο;

Γκ.Ι.: Υπάρχουν στοιχεία που δείχνουν ότι στο άμεσο μέλλον είναι πολύ πιθανόν να προκύψουν νέες συνεργασίες τόσο της επιχείρησης που εργάζομαι όσο και στον ευρύτερο κλάδο με παρεμφερείς διαφημιστικές εταιρείες. Οι συνεργασίες αυτές θα έχουν θετικές συνέπειες για την επιχείρηση που εργάζομαι και κατ' επέκταση για την προσωπική και επαγγελματική μου εξέλιξη.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ - ΠΗΓΕΣ

◆ ΕΛΛΗΝΙΚΗ

- Πλιάτσικα Ελ., Χατζηϊορδανίδης Αλ., Χατζηχρήστος Χρ., (1999), *Η απασχόληση & ανεργία των πτυχιούχων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης: "Η περίπτωση της Σ.Δ.Ο."*, Θεσσαλονίκη
- Εφημερίδα Τ.Ε.Ι.Θ., (Ιανουάριος 2000), τ.25, *Προφίλ και επαγγελματικές προσδοκίες των πτυχιούχων του Τ.Ε.Ι. Θεσσαλονίκης*, σελ. 3
- ΜΑΚ.ΙΝ.Ε., 1997-1998, www.makine.gr
- ΜΑΚ.ΙΝ.Ε., (1/1999), *Η απασχόληση στη Θεσσαλονίκη*
- ΦΕΚ 512-513/30.01.89

◆ ΞΕΝΗ

- HucKin, T.N. - Olsen, L.A., (1991), *Technical Writing and Professional Communication for nonnative speakers of English*, 2nd edition, New York, McGraw Hill
- Kinnear, T.C. - Taylor, J.R., (1991), *Marketing Research*, 4th edition, New York, McGraw Hill