

Kutatási beszámoló

A COIVD-19 világjárvány hatása a marketing szakma digitalizációjára – az erdélyi munkaerőpiac elemzése

Săplăcan Zsuzsa • Pop Rebeka-Anna

A COVID-19 világjárvány a marketing szakmát is több szempontból érintette. A világjárvány ideje alatt számos iparág termékei és szolgáltatásai iránti kereslet megszűnt, drasztikusan csökkent vagy lényegesen átalakult, ezáltal is befolyásolva a marketing szakemberek iránti igényt adott iparágban és régióban. Továbbá, a világjárvány és az azzal járó érintkezésmentes gazdasági és társadalmi kapcsolatok térhódítása felgyorsította a vállalati folyamatok digitalizálását, köztük a marketing hatáskörébe tartozó vállalat-fogyasztó interakciókat. A világjárvány a munka természetére is hatással volt, felerősítve a távmunka és otthoni munkavégzés szerepét.

A kutatás célja tehát megvizsgálni, hogy hogyan alakult a marketinges munkaerőpiac és az azzal kapcsolatos vállalati elvárások Romániában, kiemelten pedig az erdélyi régióban 2020 második negyedében.

A kutatásban az e-jobs álláshirdető portál 2020. április-június között megjelent marketing állásokat vizsgáljuk meg, különös tekintettel az erdélyi régióra. A vizsgált periódusban, 245 álláshirdetést elemeztünk részletesebben, ezek összesen 668 pozíciót jelentettek. Az adattisztítást követően tartalomelemzést végeztünk a digitális marketing kompetenciák kereséséhez a szakirodalomnak megfelelően.

Az eredmények azt mutatják, hogy a szükségállapotú időszak jelentősen csökkentette egyes ágazatok tevékenységét, beleértve a marketing területét is, azonban a pandémia rövid távú hatását vizsgálva úgy tűnik, hogy Romániában a marketinges állások nem tűntek el, hanem időben átrendeződtek. Iparági szempontból, a kereskedelemben, professzionális és adminisztratív szolgáltatások területén, valamint az információs technológia és telekommunikációs szektorban hirdették meg a legtöbb marketinges állást a vizsgált időszakban, az összes álláshirdetés mintegy 74%-át. A távmunkában végzendő marketinges feladatok kontextusában, a közösségi média platformok kezelése, a weboldalak kezelése és fejlesztése, valamint a tartalommarketing feladatok ellátása a legalkalmasabb marketing feladatok otthoni munkavégzésben. A kutatás eredményei legalább három fontos célcsoport számára nyújtanak értékes javaslatokat: az oktatási intézmények, pályakezdők és vállalatok. Az egyetemek számára segít aktualizálni és optimalizálni a marketing szakirányok tantervét; a fiatal pályakezdőknek hasznos karrieríveket mutat be; a vállalatok számára pedig hasznos lehet a humánerőforrás fejlesztésére. A jövőre nézve szeretnénk tisztítani és tovább feldolgozni a teljes évi adatokat. A pandémia hosszabb távú hatásai, akár a szakma kompetenciáinak alakulására, akár a távmunka maradására nézve így tudjuk megbízhatóan vizsgálni és értékes következtetéseket levonni.