

TÜRKİYE'NİN EN GÖZDE ŞİRKETLERİ



GELECEK ODAKLI BÜYÜYEN BAŞARILI ŞİRKETLER

Küresel ekonomik kriz, pandemi sonrası yeni dengeler ve yapay zekânın yükselişiyile olağanüstü bir değişimden geçiyoruz. Geleceği şekillendiren başarılı şirketler bu devasa değişimin en büyük aktörleri. Gelecek ve genç yönetici kuşağı bu şirketlere emanet.

90 BİNİ AŞKIN ÜNİVERSİTELİ VE GENÇ ÇALIŞAN SEÇTİ

TÜRKİYE'NİN EN GÖZDE ŞİRKETLERİ BELLİ OLDU

Türkiye'nin ilk işveren markası araştırması olarak 2009 yılında başlayan ve bu yıl 15.si düzenlenen En Gözde Şirketler araştırması sonuçlandı. Tüm ülke genelinden 62541 üniversite öğrencisi ve 28623 genç profesyonelin katıldığı Türkiye'nin En Gözde Şirketleri araştırmasında ilk üç sırayı, Unilever, Google ve Mercedes Benz Türk aldı.



TÜM DÜNYADA YENİLENEN ve farklılaşan yaşam trendleri, hemen her alanda beklentileri de değiştirdi. Küresel ekonomik kriz, pandemi sonrası yeni dengeler ve yapay zekânın yükselişiyle hızlanan bu değişim, yaşamak ve çalışmak arasındaki dengeyi de yeniden kurdu. Profesyonel iş yaşamında da çok köklü değişikliklere yol açan bu zincirleme trend, hem çalışanlar hem de işverenler açısından değer odaklarının yeniden belirlenmesiyle sonuçlandı. Yaşanan bu köklü değişimin en çarpıcı biçimde gözlenebildiği başlıklardan biri de İşveren Markası. Değişen algılar, farklılaşan beklentiler ve yeniden sıralanan öncelikler, şirketlerin potansiyel çalışan adayları nezdindeki itibarını ölçen İşveren Markası kriterlerinde de parametreleri farklılaştırdı. Günümüzün rekabetçi yetenek pazarında, En Gözde Şirketler araştırması, şirketlerin gözden kaçırmaması gereken paha biçilmez içgörüler sunuyor.

91.164 KATILIMCI DEĞERLENDİRDİ

Türkiye'yi "İşveren Markası" kavramıyla 2007 yılında tanıştıran Danışmanlık tarafından geliştirilen ve yürütülen "En Gözde Şirketler 2023" araştırması, İşveren Markası kriterlerindeki güncel değişimi ortaya koydu. Bu yıl 15.si

düzenlenen araştırmada şirketler; kurum kültüründen kişisel gelişime yaptıkları yatırıma, ücret politikalarından yenilikçi çalışma modellerine kadar birçok alanda değerlendirildi. Türkiye genelinden 62.541 üniversite öğrencisi ve 28.623 genç profesyonelin katıldığı araştırmada katılımcılar, kendilerine yöneltilen sorularla en çok çalışılmak istenen şirketler ve sebeplerini belirlediler.

İLK 3'TE UNILEVER, GOOGLE VE MICROSOFT YER ALDI

Üniversite öğrencileri ve genç profesyoneller olarak ayrı değerlendirmelerin yapıldığı araştırmada, "En Gözde Şirketler", "En Gözde Holdingler" ve "Sektörel" işveren markaları olmak üzere üç ayrı kategoride sonuçlar belirlendi. Türkiye'nin En Gözde Şirketleri 2023 araştırması üniversite öğrencileri değerlendirmesinde ilk üç sırayı; Unilever, Google ve Mercedes-Benz aldı. Kariyerlerinin ilk yıllarında olan katılımcıların yer aldığı genç profesyoneller değerlendirmesinde ise ilk üç sıra Unilever, Apple ve Microsoft'un oldu.

En Gözde Holdingler kategorisinde ise ilk üç sırada Koç Holding, Yıldız Holding ve Eczacıbaşı Holding yer aldı. Şirketlerin faaliyette buldukları alanlara göre değerlendirildiği "Sektörel" kategorisinde ise 10 farklı sektörün en gözde şirketleri belirlendi.

90 BİNİ AŞKIN KATILIMCI, 250 ŞİRKET, 74 SORU

Türkiye'nin ilk işveren algısı araştırması olarak 2009 yılında başlayan En Gözde Şirketler araştırmasında her yıl ortalama 250 şirket yer alıyor. Araştırmada yer alan şirketler, üniversite öğrencileriyle yapılan fokus gruplarda belirleniyor. Üniversite yönetimleri ile birlikte online olarak yürütülen ve şirketlerin işveren olarak algısını ölçen araştırmada bu yıl, katılımcılara çeşitli başlıklar altında 74 soru soruldu. Şirket kültüründen öğrencilerin tercih ettikleri iletişim yöntemlerine kadar birçok konunun ölçümlendiği araştırmada, katılımcıların sorulara verdikleri yanıtlar araştırma algoritmasında puanlanarak sonuçlar ve sıralamalar ortaya çıkarıldı.

EN İYİ STAJ / İŞ BAŞVURU DENEYİMİ YAŞATAN ŞİRKETLER

1	Unilever
2	Mercedes-Benz
3	Aselsan
4	TUSAŞ
5	Türk Tuborg

ADAYLAR ŞİRKETLER HAKKINDA EN ÇOK NELERİ BİLMEK İSTİYOR

- 1 Açık pozisyonlar
- 2 Eğitimler, mesleki gelişim fırsatları
- 3 Çalışma ortamı, ofis hayatı
- 4 Maaş ve yan haklar
- 5 İş unvanları, iş tanımları

KARİYER OLANAKLARI HAKKINDA HANGİ KANALLARDAN BİLGİ ALMAYI TERCİH EDİYORSUN?

- 1 Şirketin kariyer sitesi
- 2 LinkedIn
- 3 Şirketin kendi etkinlikleri
- 4 Instagram
- 5 Kariyer günleri

“ŞİRKETLER İÇİN PAHA BİÇİLMEZ İÇ GÖRÜLER SUNUYOR”



ALİ AYAZ - EGŞ ARAŞTIRMA DİREKTÖRÜ / REALTA DANIŞMANLIK KURUCUSU

“Sürekli gelişen iş gücü piyasasında, yeni mezunların ve genç profesyonellerin istek ve beklentilerini anlamak, en iyi yetenekleri çekmek ve elde tutmak hayati önem taşıyor. 15 yıldır yürüttüğümüz En Gözde Şirketler araştırması, bu kişilerin nerede ve neden çalışmak istediklerine ışık tutarak iş dünyası için önemli bir kılavuz görevi görüyor. Yaklaşık 90 bin katılımcının yer aldığı bu yılki araştırma, işveren markasının evrilen görünümüne ilişkin ilgi çekici bilgiler ve günümüzün rekabetçi işgücü piyasasında, şirketlerin gözden kaçırmaması gereken paha biçilmez iç görüşler sunuyor. Elde edilen veriler, şirketlerin değişen trendlere ayak uydurmaları için çok kıymetli bilgiler sunuyor.

Bu yılki araştırmanın en çarpıcı sonuçlarından biri, adayların hibrit çalışmaya yönelik değişen bakış açısı. Geçen yıl, katılımcıların %78'i hibrit çalışma seçenekleri sunmayan bir şirkette çalışmayı düşünmeyeceklerini belirtirken, bu yıl bu sayı önemli ölçüde azalarak sadece

%20'ye düşmüş durumda. Uzaktan ve esnek çalışma düzenlemeleriyle ilgili beklentilerin değişmesi şirketlerin yaklaşımlarını yeniden gözden geçirmeleri ve iş arayanların değişen tercihlerine uyum sağlamaları gerektiğini gösteriyor.

Olumlu bir gelişme olarak katılımcıların iş ve staj başvuru deneyimindeki memnuniyetin arttığını görüyoruz. Aday memnuniyet puanının %55'ten %67'ye yükselmesi, şirketlerin etkili iletişim, zamanında geri bildirim ve kolaylaştırılmış başvuru süreçleri gibi hususlara odaklanarak genel aday deneyimlerini iyileştirme konusunda adımlar attığını gösteriyor.

MAAŞ BEKLENTİLERİ VE ARTAN ENDİŞELER

Önemli bir değişime tanıklık edilen bir alan da maaş beklentileri. Veriler, maaş beklentilerinin hızla yükseldiğini ve bunun da finansal kaygılar ile en iyi yetenekleri cezbetme arasında denge kurmaya çalışan şirketler için bir zorluk teşkil ettiğini gösteriyor. Kuruluşların, ücretlendirme stratejilerini dikkatle değerlendirmeleri ve piyasa taleplerine uygun rekabetçi paketler sunmanın yenilikçi yollarını bulmak zorunda oldukları görülüyor. Fakat aynı zamanda ekonomideki türbülانstan dolayı bunda zorlandıkları da bir gerçek.

EGŞ 2023 Araştırması ayrıca sektöre özgü trendlere de ışık tutuyor. Özellikle savunma sektöründe bir yükseliş gözlemledik. Bir önceki yıla kıyasla daha fazla savunma şirketi ilk 100 listesinde yer aldı. İlk 100'deki ağırlığını arttıran bir başka sektör de bankacılık. Bu veriler, sektörde yer alan şirketlerin son yıllarda yaptığı çalışmalarla, değişen pazar dinamiklerine uyum sağlama ve işveren markası stratejilerini buna göre uyarlamalarının tercih edilme oranlarını arttırdığının altını çiziyor.

Şirketler, En Gözde Şirketler araştırması raporlarını, bulguları ve kendilerine özel hazırlanmış tavsiyeleri inceleyerek, çok hızlı değişen iş gücü piyasası hakkında kapsamlı bilgi edinebilir, planladıkları yetenek kazanımı programları için çok daha stratejik adımlar atabilirler.”



“İNSANA YAPILAN YATIRIM, MARKAYA DÖNÜYOR”



ALPER ÇAKIROĞLU - 3İK AJANS BAŞKANI

“90 bin yeni mezunun ve genç profesyonelin katıldığı En Gözde Şirketler araştırması, işveren markası konusunun önemini bir kez daha gözler önüne serdi. Araştırmamıza göre genç yeteneklerin yarısından çoğu kendilerini endişeli ve stresli hissediyor. İşveren markası algısını etkileyen pek çok faktör arasında iletişim, başarının temel taşlarından biri olarak öne çıkıyor. Bu nedenle şirketlerin genç yeteneklerin endişelerini gidermek için kültürlerini, sundukları fırsatları ve kariyer yollarını çok daha iyi anlatmaları gerekiyor. Bu iletişimi stratejik olarak planlayan ve yürüten şirketlerin her zaman üst sıralarda olduğunu gözlemliyoruz.

“AÇIK VE ŞEFFAF İLETİŞİM ÖNEMLİ”

En Gözde Şirketler araştırmasının en önemli bulgularından biri olarak, açık ve şeffaf iletişimin işveren markası algısını önemli ölçüde etkilediğini görüyoruz. Çalışanlar ve potansiyel adaylar, değerlerini ve kültürünü etkili bir şekilde ileten kuruluşlara artı puan veriyor. Şeffaf iletişim dışarıda güven oluşturuyor, içeride aidiyet duygusunu besliyor.

İç iletişim: Anket sonuçları, işveren markası yönetiminde iç iletişimin önemine de ışık tutuyor. Kendini bilgilendirilmiş ve kuruluşun hedefleriyle bağlantılı hisseden çalışanların marka elçisi olma olasılığı daha yüksek. Etkili iç iletişim, çalışanların markayı anlamalarına yardımcı oluyor, katılımı

teşvik ediyor ve olumlu bir çalışma ortamı yaratıyor.

Dış İletişim: En Gözde Şirketler araştırması, işveren markası yönetiminde dış iletişimin önemini de vurguluyor. Adaylar ve potansiyel çalışanlar, bir işveren hakkında bilgi toplamak için genellikle dış bilgi kaynaklarına ve şirketin mevcut çalışanlarından duyduklarına güvenirliler. Sosyal medya, kariyer web siteleri ve endüstri etkinlikleri dahil olmak üzere çeşitli harici platformlarda tutarlı ve ikna edici iletişimi sürdürmek, kuruluşların arzu ettikleri işveren markası imajını şekillendirmelerine olanak tanır.

Dinleme ve Geribildirim: Araştırmamızın sonuçları, işveren markası yönetiminde aktif dinleme ve geri bildirim mekanizmalarının değerini vurguladı. Adayların ya da çalışanlarının görüş ve endişelerini dinleyen şirketlerin, olumlu marka algısını geliştirme olasılığının daha yüksek olduğunu görüyoruz.

Özetlemek gerekirse, bu araştırmamızda etkili iletişimin başarılı işveren markası yönetiminin merkezinde yer aldığını bir kez daha gördük. Şirketler, hem dahili hem de harici olarak açık ve şeffaf iletişime öncelik vererek, olumlu marka algılarını şekillendirebilir, üst düzey yetenekleri çekebilir ve güçlü bir şirket kültürü geliştirebilirler. Aktif dinleme ve geri bildirim mekanizmaları, işveren markası yönetimi çabalarını daha da güçlendirir. Rekabetçi bir iş gücü piyasasında, ikna edici ve özgün bir işveren markası oluşturmak için iletişim stratejilerine yatırım yapmak giderek daha da önemli hale geliyor.”



TÜRKİYE'NİN EN GÖZDE 100 ŞİRKETİ

2022	2023	ŞİRKET
1	1	Unilever
4	2	Google
5	3	Mercedes-Benz
2	4	Amazon Türkiye
3	5	Aselsan
23	6	THY
21	7	Microsoft
9	8	TUSAŞ
13	9	Coca-Cola Company
6	10	McKinsey
12	11	Turkcell
18	12	L'Oreal
29	13	İş Bankası
14	14	Arçelik
19	15	QNB Finansbank
30	16	TEI
7	17	P&G
-	18	Ülker
15	19	Apple
-	20	ETİ Gıda
32	21	Nestle
10	22	Şişecam
-	23	Roketsan
17	24	Yapı Kredi
26	25	Ford Otosan
70	26	Red Bull
44	27	Philip Morris
31	28	Anadolu Efes
24	29	Havelsan
35	30	Abdi İbrahim
39	31	PepsiCo
11	32	Trendyol
75	33	Astra Zeneca
48	34	Danone
40	35	Türk Tuborg
68	36	Vodafone
56	37	Deloitte
16	38	Bosch
59	39	BASF
62	40	IBM
64	41	Borsa İstanbul
81	42	Nike
52	43	Akbank
100	44	Boyner
28	45	Tüpraş
58	46	Garanti BBVA Teknoloji
22	47	Pfizer
25	48	PwC
49	49	Kuveyt Türk
82	50	BAT

2022	2023	ŞİRKET
10	51	Getir
96	52	Toyota
90	53	SOCAR
48	54	T.C. Merkez Bankası
57	55	Enerjisa Enerji
74	56	IKEA
89	57	Shell
98	58	AgeSA Hayat Emeklilik
36	59	Garanti BBVA
42	60	BCG
48	61	B/S/H
46	62	Henkel
50	63	FNSS
94	64	Türkiye Finans
67	65	Allianz
84	66	Kordsa
77	67	Adidas
-	68	Mey Diageo
73	69	Reckitt
51	70	Novartis
79	71	Intel
-	72	Enerjisa Üretim
69	73	Denizbank
60	74	JTI
83	75	Etiya
87	76	Otokar
43	77	Borusan Otomotiv
88	78	Peak
63	79	ING
-	80	STM
-	81	Nielsen
45	82	Türk Telekom
61	83	Logo Yazılım
-	84	SAP
85	85	GSK
27	86	Siemens
41	87	Coca-Cola İçecek
-	88	Migros
71	89	Samsung
-	90	HSBC
-	91	Bayer
-	92	Ziraat Bankası
38	93	EY
55	94	Tofaş
-	95	Bilim İlaç
-	96	Mondelez
53	97	Eczacıbaşı Tüketim Ürünleri
-	98	Perfetti Van Melle
-	99	Hyundai Assan
95	100	Accenture

GENÇ PROFESYONELLERİN EN GÖZDE ŞİRKETLERİ

2022	2023	ŞİRKET
3	1	Unilever
12	2	Apple
13	3	Microsoft
4	4	Aselsan
17	5	İş Bankası
5	6	McKinsey
28	7	Pfizer
48	8	TEİ
39	9	T.C. Merkez Bankası
11	10	THY
1	11	Amazon Türkiye
2	12	Google
15	13	TUSAŞ
16	14	Bosch
47	15	QNB Finansbank
8	16	P&G
19	17	L'Oreal
14	18	Arçelik
9	19	Coca-Cola Company
27	20	B/S/H
-	21	ETİ Gıda
11	22	Mercedes-Benz
-	23	Coca-Cola İçecek
7	24	Trendyol
-	25	Philip Morris

2022	2023	ŞİRKET
20	26	Turkcell
18	27	Garanti BBVA
-	28	BAT
6	29	Getir
-	30	Danone
29	31	Şişecam
25	32	IBM
26	33	Akbank
-	34	Türkiye Finans
-	35	Ford Otosan
32	36	Nike
49	37	Enerjisa Enerji
-	38	Havelsan
23	39	Yemeksepeti
40	40	Abdi İbrahim
22	41	Yapı Kredi
50	42	Siemens
35	43	Peak
-	44	Ziraat Bankası
38	45	PepsiCo
46	46	Deloitte
33	47	IKEA
21	48	Anadolu Efes
-	49	Reckitt
-	50	AstraZeneca

EN GÖZDE HOLDİNGLER

2022	2023	ŞİRKET
1	1	Koç Holding
2	2	Yıldız Holding
3	3	Eczacıbaşı Holding
5	4	Sabancı Holding
4	5	Borusan Holding
6	6	Anadolu Grubu
7	7	Doğuş Holding
11	8	Zorlu Holding
22	9	Hayat Holding
16	10	Acıbadem Holding

2022	2023	ŞİRKET
19	11	Sanko Holding
18	12	Tekfen Holding
33	13	Yaşar Holding
23	14	Akkök Holding
26	15	Doğan Holding
27	16	TAV Holding
20	17	ATA Holding
11	18	Çalık Holding
9	19	Fiba Holding
16	20	Enka Şirketler Grubu