



کارفرمایان منتخب ایران

| ۱۴۰۴-۱۴۰۵

فهرست

درباره گزارش	۳
برندگان تندیس بازتاب	۴
کارجویان هر گروه شغلی و هر نسل کدام کارفرمایان را انتخاب می‌کنند؟	۱۴
شرکت‌های منتخب هر صنعت از نگاه کارجویان ؟	۲۹
شاخصه‌های شغل ایده‌آل از نگاه کارجویان و کارکنان؟	۳۹
اولین نامی که به ذهن کارجویان می‌رسد چیست؟	۴۳
کارکنان کدام شرکت‌ها امتیاز بالاتری به تجربه کاری خود داده‌اند؟	۵۲

درباره گزارش

ملاحظات سازمانی را به حداقل می‌رساند و امکان ثبت دیدگاه‌های واقعی کارکنان و کارجویان را فراهم می‌کند. از نظر حجم نمونه، تنوع پاسخ‌دهندگان و گستره صنایع، این گزارش یکی از جامع‌ترین و بزرگ‌ترین مطالعات منابع انسانی در ایران به شمار می‌رود و مرجعی قابل اتکا برای مقایسه سازمان‌ها با صنعت، رقبا و بازار کار کشور فراهم می‌کند.

بررسی هم‌زمان تجربه کارکنان و ادراک بازار کار، این امکان را فراهم می‌کند که شکاف میان واقعیت درون سازمان و تصویر بیرونی آن شناسایی شود. ممکن است سازمانی تجربه‌ای ارزشمند برای کارکنان خود ایجاد کرده باشد، اما هنوز در بازار کار به اندازه شایستگی خود شناخته نشده باشد. در مقابل، ممکن است برندی از جذابیت بالایی در میان کارجویان برخوردار باشد، اما نتواند همان تجربه مثبت را برای کارکنان خود خلق کند. شناسایی این شکاف‌ها، نخستین گام برای تدوین راهبردهای اثربخش برند کارفرمایی و بهبود تجربه کارکنان است.

این گزارش با هدف ارائه چنین تصویری تهیه شده است؛ تصویری مبتنی بر داده، مستقل و قابل مقایسه که به مدیران کمک می‌کند تصمیم‌های منابع انسانی خود را بر پایه واقعیت‌های بازار و تجربه کارکنان اتخاذ کنند. امید است یافته‌های این گزارش، علاوه بر معرفی برترین برندهای کارفرمایی کشور، الهام‌بخش سازمان‌ها برای سرمایه‌گذاری مستمر بر تجربه کارکنان، تقویت برند کارفرمایی و بهره‌گیری از سنجش‌های مستقل و دوره‌ای به عنوان بخشی از راهبرد توسعه سرمایه انسانی باشد.

برند کارفرمایی، دیگر تنها ابزاری برای جذب نیرو نیست؛ بلکه به یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت سازمان‌ها در جذب، نگهداشت و توسعه سرمایه انسانی تبدیل شده است. در بازاری که رقابت بر سر یافتن و کشف نیروی های ماهر و استعدادها هر روز شدیدتر می‌شود، سازمان‌ها تنها با ارائه حقوق و مزایا قادر به جذب و نگهداشت بهترین افراد نیستند. آنچه امروز مزیت رقابتی ایجاد می‌کند، تجربه‌ای است که کارکنان درون سازمان زندگی می‌کنند و تصویری است که کارجویان از آن سازمان در ذهن دارند.

با این حال، میان آنچه سازمان‌ها درباره خود تصور می‌کنند و آنچه کارکنان و بازار کار تجربه و ادراک می‌کنند، گاه فاصله‌ای قابل توجه وجود دارد. بسیاری از تصمیم‌های منابع انسانی بر پایه برداشت‌های درونی یا بازخوردهای محدود اتخاذ می‌شود، در حالی که برند کارفرمایی و تجربه کارکنان مفهومی مبتنی بر ادراک است و تنها از طریق سنجش نظام‌مند، مستقل و مبتنی بر داده می‌توان آن را به‌درستی ارزیابی کرد.

با همین رویکرد، ایران‌تلنت برای ششمین سال متوالی گزارش «کارفرمایان منتخب ایران» را بر پایه دو پیمایش و ارزیابی مکمل تهیه کرده است؛ «ارزیابی تجربه کارکنان» و «ارزیابی ادراک بازار کار». در این دوره، ۵۵,۴۴۳ نفر از کارکنان شرکت‌ها و صنایع مختلف، تجربه خود را در شش شاخص کلیدی تجربه کارکنان ارزیابی کرده‌اند. همچنین ۹,۷۱۴ نفر از کارجویان و متخصصان بازار کار دیدگاه خود را درباره برندهایی که ترجیح می‌دهند با آنها همکاری کنند و جذاب‌ترین کارفرمایان هر صنعت ثبت کرده‌اند. ترکیب این دو دیدگاه، تصویری جامع از واقعیت درون سازمان‌ها و جایگاه آنها در ذهن بازار کار ارائه می‌دهد.

اعتبار این گزارش تنها به حجم مشارکت‌کنندگان محدود نمی‌شود. داده‌ها از طیف گسترده‌ای از صنایع، شرکت‌ها، سطوح شغلی و تخصص‌های مختلف و از طریق بستری مستقل و خارج از ساختار سازمان‌ها گردآوری شده‌اند. این استقلال، احتمال سوگیری و

تندیس «بازتاب»، عالی‌ترین نشان

بر اساس نتایج این گزارش، شرکت‌هایی که بالاترین امتیاز را از سوی کارکنان خود کسب کردند، نشان «اعتبار» را دریافت کردند و شرکت‌هایی که از نگاه کارجویان به‌عنوان محبوب‌ترین کارفرمایان شناخته شدند، موفق به دریافت نشان‌های «پیش‌تاز» و «ماندگار» شدند. در میان دریافت‌کنندگان این نشان‌ها، شرکت‌هایی که رتبه‌های اول تا سوم گروه‌های مختلف را به دست آوردند یا بیش از یک نشان کسب کردند، **تندیس «بازتاب»** را به‌عنوان عالی‌ترین نشان دریافت کردند و از مدیران ارشد این سازمان‌ها تقدیر به عمل آمد.

در صنعت خودرو، گروه ماموت و گروه بهمن در هر دو بخش برگزیده شدند و ایران‌خودرو منتخب کارجویان بود. در حوزه بانک و سرمایه، کارگزاری مفید منتخب کارکنان شد و بانک سامان، بانک پاسارگاد، بانک کارآفرین و بانک ملت در فهرست منتخب کارجویان قرار گرفتند.

در شرکت‌های تجارت الکترونیک و خدمات اینترنتی، دیوار و دیجی‌کالا در هر دو بخش برگزیده شدند؛ خودرو ۴۵ منتخب کارکنان، و بلوبانک و شرکت‌های گروه اسنپ منتخب کارجویان بودند.

در صنعت کالای مصرفی، نستله ایران و جی‌تی‌آی در هر دو بخش برگزیده شدند؛ هنکل و دنون منتخب کارکنان و یونیلیور منتخب کارجویان بود.

در شرکت‌های تولیدی و صنعتی، گلدیران در هر دو بخش برگزیده شد؛ گروه صنعتی بوتان و مادیران منتخب کارکنان، و گروه صنعتی گلرنگ، صنایع استیل البرز و گروه صنعتی انتخاب منتخب کارجویان بودند.

در معدن و فولاد، شرکت معدنی و صنعتی گل‌گهر، شرکت ملی صنایع مس ایران و فولاد مبارکه اصفهان منتخب کارجویان شدند.

در صنایع نفت، گاز و نیرو، شرکت طراحی و مهندسی صنایع انرژی (EIED)، شرکت مهندسی و ساختمان صنایع نفت (OIEC) و انرژی دانا منتخب کارکنان بودند و گروه مپنا، شرکت ملی نفت ایران و پالایش نفت تهران در فهرست منتخبان کارجویان قرار گرفتند.

در صنعت دارو، سیناژن در هر دو بخش برگزیده شد؛ آدورابط، کوبل دارو و اکتورکو منتخب کارکنان و داروسازی دکتر عبیدی منتخب کارجویان بود.

در مخابرات و زیرساخت نیز ایرانسل، همراه اول و شرکت مخابرات کارجویان شدند.



شرکت‌های منتخب کارکنان و کارجویان – تجارت الکترونیک و خدمات اینترنتی

نام شرکت	منتخب کارکنان	منتخب کارجویان
 بلوبانک	—	✓
 دیوار	✓	✓
 خودرو ۴۵	✓	—
 شرکت‌های گروه اسنپ	—	✓
 دیجی‌کالا	✓	✓

دیجی‌کالا و دیوار هم در فهرست منتخب کارکنان و هم در فهرست منتخب کارجویان حضور دارند؛ در صنعتی که رقابت بر سر مهندسان نرم‌افزار، متخصصان داده و طراحان محصول از هر حوزه دیگری فشرده‌تر است، انطباق تصویر بیرونی و تجربه درونی یک مزیت رقابتی مستقیم به شمار می‌رود و کامل‌ترین وضعیت ممکن در این گزارش است. بلوبانک و شرکت‌های گروه اسنپ منتخب کارجویان‌اند و در جذب استعدادها این حوزه دست بالا را دارند؛ آنچه تصویرشان را کامل می‌کند، شناخت عواملی است که تیم‌های فعلی این سازمان‌ها را نگه داشته است. در مقابل، خودرو ۴۵ منتخب کارکنان خود است و نکته‌ای درخور توجه را نشان می‌دهد: ساختن یک تجربه کاری مطلوب به اندازه سازمان وابسته نیست.

شرکت‌های منتخب کارکنان و کارجویان – مخابرات و فناوری اطلاعات

نام شرکت	منتخب کارکنان	منتخب کارجویان
 ایرانسل	—	✓
 همراه اول	—	✓
 شرکت مخابرات ایران (TCI)	—	✓

هر سه بازیگر اصلی بازار ارتباطات کشور، ایرانسل، همراه اول و شرکت مخابرات ایران، در ستون کارجویان جای گرفته‌اند؛ یعنی هر سه بر سر یک استخر استعداد مشترک از متخصصان با هم رقابت می‌کنند: کارجویی که ایرانسل را انتخاب می‌کند، همراه اول و مخابرات را هم گزینه خود می‌داند. در چنین رقابتی، نام و اندازه دیگر عامل تمایز نیست، چون هر سه به یک اندازه از آن برخوردارند؛ آنچه تفاوت را می‌سازد شناخت دقیق از تجربه درون سازمان است. اینکه هر دسته از کارکنان چه تجربه‌ای درون سازمان دارند و چه چیزی را جذاب می‌دانند.

شرکتهای منتخب کارکنان و کارجویان – بانک و سرمایه

نام شرکت	منتخب کارکنان	منتخب کارجویان
 بانک سامان	—	✓
 بانک پاسارگاد	—	✓
 بانک کارآفرین	—	✓
 بانک ملت	—	✓
 کارگزاری مفید	✓	—

بانک سامان، بانک پاسارگاد، بانک کارآفرین و بانک ملت منتخب کارجویان‌اند. حضور هم‌زمان چهار رقیب در این فهرست نشان می‌دهد رقابت این بانک‌ها برای جذب استعدادهای برتر تا چه اندازه نزدیک است؛ در چنین شرایطی، آنچه تعیین‌کننده می‌شود شناخت ارزش‌ها و شرایط کاری هر سازمان است، اینکه کارکنان، از شعبه تا ستاد، کدام بخش از تجربه کاری خود را ارزشمند می‌دانند. در مقابل، کارگزاری مفید منتخب کارکنان خود است؛ تنها نام این صفحه که تأیید کسانی را دارد که هر روز در آن کار می‌کنند.

شرکت‌های منتخب کارکنان و کارجویان – صنایع تولیدی

نام شرکت	منتخب کارکنان	منتخب کارجویان
 گلستان	✓	✓
 گروه صنعتی بوتان	✓	—
 مادیران	✓	—
 گروه صنعتی گلرنگ	—	✓
 صنایع استیل البرز	—	✓
 گروه صنعتی انتخاب	—	✓

گلدیران هم در فهرست منتخب کارکنان و هم در فهرست منتخب کارجویان حضور دارد؛ تصویر بیرونی و تجربه درونی این شرکت بر یکدیگر منطبق است و این کامل‌ترین وضعیت ممکن در این گزارش به شمار می‌رود. گروه صنعتی بوتان و مادیران منتخب کارکنان خود هستند؛ دو سازمان با پیشینه صنعتی طولانی که وفاداری نیروی داخلی، سرمایه اصلی آن‌ها به شمار می‌رود؛ آنچه در تصویرشان جای خالی دارد، شناخته‌شدن ارزش‌ها و شرایط کاری این سازمان‌ها در بازار کار است، همان چیزی که کارجو بر پایه آن تصمیم می‌گیرد. در مقابل، گروه صنعتی گلرنگ، صنایع استیل البرز و گروه صنعتی انتخاب منتخب کارجویان‌اند و با اتکا به برندهای قدرتمند و شناخته‌شده، به انتخاب بازار کار تبدیل شده‌اند.

شرکت‌های منتخب کارکنان و کارجویان – صنعت دارو

نام شرکت	منتخب کارکنان	منتخب کارجویان
 سیناژن	✓	✓
 آدوراطب	✓	—
 کوبل دارو	✓	—
 اکتوورکو	✓	—
 داروسازی دکتر عبیدی	—	✓

در صنعت دارو، سیناژن تنها نامی است که در هر دو ستون حضور دارد؛ هم کارکنانش امتیاز بالایی به تجربه کاری خود در این شرک داده‌اند و هم کارجویان مشتاق همکاری با این شرکت هستند، و این کامل‌ترین وضعیت ممکن در این گزارش است. در مقابل، آدوراطب، کوبل دارو و اکتوورکو تنها در ستون کارکنان‌اند: رأی کسانی که هر روز در این سازمان‌ها کار می‌کنند معتبرترین شکل تأیید یک محیط کاری است و نشان می‌دهد این سه شرکت در نگه‌داشت نیروی خود قوی‌اند، اما این کیفیت هنوز به بیرون از سازمان نرسیده و در رقابت برای جذب متخصصان تازه، رقاباتی را پیش رو دارند که بازار کار بهتر می‌شناسدشان. داروسازی دکتر عبیدی نیز با پشتوانه نام، اعتبار و قدمت خود، به انتخاب بازار کار در این صنعت تبدیل شده است.

شرکت‌های منتخب کارکنان و کارجویان – کالای مصرفی (FMCG)

نام شرکت	منتخب کارکنان	منتخب کارجویان
 نستله ایران	✓	✓
 JTI	✓	✓
 هنکل	✓	—
 دنون	✓	—
 یونیلیور	—	✓

نستله ایران و JTI هم در فهرست منتخب کارکنان و هم در فهرست منتخب کارجویان حضور دارند؛ تصویر بیرونی و تجربه درونی این دو شرکت بر یکدیگر منطبق است و این کامل‌ترین وضعیت ممکن در این گزارش به شمار می‌رود. هنکل و دنون منتخب کارکنان خود هستند؛ نتیجه‌ای هم‌خوان با فرهنگ سازمانی ساختاریافته این صنعت، مسیر شغلی روشن، آموزش منظم و ارزیابی عملکرد شفاف، که نشان می‌دهد این ساختارها در عمل نیز تجربه می‌شوند؛ آنچه در تصویرشان جای خالی دارد، شناخته‌شدن ارزش‌ها و شرایط کاری این سازمان‌ها در بازار کار است. در مقابل، یونیلیور منتخب کارجویان است و با اتکا به اعتبار یک برند جهانی، به انتخاب بازار کار تبدیل شده است.

شرکت‌های منتخب کارکنان و کارجویان – نفت و نیرو

نام شرکت	منتخب کارکنان	منتخب کارجویان
 طراحی و مهندسی صنایع انرژی (EIED)	✓	—
 مهندسی و ساختمان صنایع نفت (OIEC)	✓	—
 انرژی دانا	✓	—
 گروه مپنا	—	✓
 شرکت ملی نفت ایران	—	✓
 پالایش نفت تهران	—	✓

این صفحه دو گروه کاملاً متمایز را کنار هم نشان می‌دهد. EIED، OIEC و انرژی دانا رأی کارکنان خود را دارند؛ سه سازمان صنعت نفت و نیرو که کسانی که در آن‌ها کار می‌کنند بالاترین رضایت را از مجموعه شرایط کاری و سازمانی خود دارند و سرمایه اصلی‌شان در نگاه‌داشت نیرو و انتقال دانش فنی است، دارایی‌ای ارزشمند که خارج از سازمان کسی از آن خبر ندارد. در مقابل، گروه مپنا، شرکت ملی نفت ایران و پالایش نفت تهران انتخاب کارجویان‌اند و با اتکا به اعتبار، مقیاس ملی و پروژه‌های شاخص، در جذب استعداد‌های تازه دست بالا را در صنعت نفت و نیرو دارند.

شرکتهای منتخب کارکنان و کارجویان – خودرو

نام شرکت	منتخب کارکنان	منتخب کارجویان
 گروه ماموت	✓	✓
 گروه بهمن	✓	✓
 ایران خودرو	—	✓

گروه ماموت و گروه بهمن هم در فهرست منتخب کارکنان و هم در فهرست منتخب کارجویان حضور دارند؛ دستاوردی که تنها شمار اندکی از شرکت‌ها در کل این گزارش به آن رسیده‌اند. حضور هم‌زمان در هر دو فهرست به این معناست که تصویر بیرونی و تجربه درونی این دو گروه بر یکدیگر منطبق است: هم کسانی که از فاصله به این سازمان‌ها نگاه می‌کنند و هم کسانی که هر روز در آن‌ها کار می‌کنند، به یک نتیجه رسیده‌اند. در صنعتی با این وسعت و با این تنوع نقش‌ها، از تولید و مهندسی تا فروش و خدمات پس از فروش، همسو کردن این دو تصویر کار ساده‌ای نیست و کامل‌ترین وضعیت ممکن در این گزارش به شمار می‌رود.

ایران خودرو منتخب کارجویان است؛ بزرگ‌ترین کارفرمای صنعتی کشور که در جذب استعدادهای این صنعت جایگاه شاخصی دارد. آنچه این صفحه درباره آن نشان نمی‌دهد، تصویر درون سازمان است: اینکه کارکنان ایران خودرو کدام بخش از تجربه کاری خود را ارزشمند می‌دانند و ارزش‌ها و شرایط کاری این مجموعه از نگاه خودشان چگونه است. برای سازمانی با ده‌ها هزار نفر نیروی انسانی و گستره‌ای از مشاغل که کمتر شرکتی در ایران با آن قابل مقایسه است، این همان بخشی از تصویر است که بیشترین ظرفیت را برای تکمیل شدن دارد.

شرکت‌های منتخب کارکنان و کارجویان – معدن و فولاد

نام شرکت	منتخب کارکنان	منتخب کارجویان
 معدنی و صنعتی گل‌گهر	—	✓
 ملی صنایع مس ایران	—	✓
 فولاد مبارکه اصفهان	—	✓

شرکت معدنی و صنعتی گل‌گهر، شرکت ملی صنایع مس ایران و فولاد مبارکه اصفهان هر سه منتخب کارجویان‌اند؛ حضور هم‌زمان سه نام در این فهرست نشان می‌دهد رقابت این سازمان‌ها برای جذب متخصصان صنعت خود تا چه اندازه نزدیک است. آنچه این صفحه نشان نمی‌دهد، تصویر درون این سازمان‌هاست: اینکه کارکنان کدام بخش از تجربه کاری خود را ارزشمند می‌دانند و ارزش‌ها و شرایط کاری این شرکت‌ها از نگاه خودشان چگونه است. همان چیزی که در رقابت نزدیک میان سه سازمان، عامل تعیین‌کننده خواهد بود.

کارجویان هر گروه شغلی و هر نسل کدام کارفرمایان را انتخاب می‌کنند؟

بررسی تفاوت ترجیحات نسل‌های مختلف، و «گروه‌های شغلی»، برای شناخت اینکه هر تخصص، کدام صنایع و کارفرمایان را جذاب‌تر می‌داند.

ترکیب این دو نگاه، تصویری عمیق‌تر از پویایی بازار کار ارائه می‌دهد؛ تصویری که نشان می‌دهد کدام صنایع در جذب استعداد‌های جوان موفق‌تر عمل کرده‌اند، کدام کارفرمایان در میان متخصصان هر حوزه از اعتبار بیشتری برخوردارند و هر صنعت برای جذب گروه‌های مختلف بازار کار با چه فرصت‌ها و چالش‌هایی روبه‌رو است. این یافته‌ها می‌تواند مبنایی برای بازنگری در راهبردهای جذب استعداد، توسعه برند کارفرمایی و افزایش رقابت‌پذیری سازمان‌ها در بازار کار باشد.

هر تصمیم شغلی، پیش از آنکه به ارسال رزومه یا حضور در مصاحبه منجر شود، از یک ترجیح ذهنی آغاز می‌شود؛ اینکه اگر امکان انتخاب وجود داشته باشد، افراد دوست دارند در کدام شرکت یا صنعت فعالیت کنند. این ترجیح، یکی از مهم‌ترین شاخص‌های قدرت برند کارفرمایی است؛ زیرا نشان می‌دهد کدام سازمان‌ها پیش از هرگونه تعامل، توانسته‌اند جایگاه مطلوبی در ذهن بازار کار به دست آورند.

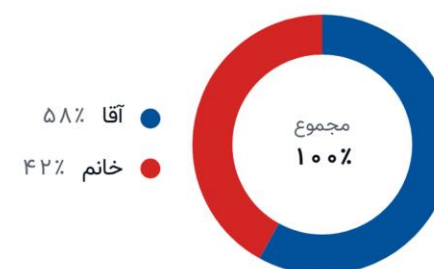
برای سنجش این موضوع، ابتدا از شرکت‌کنندگان خواسته شد صنایع مورد علاقه خود برای اشتغال را انتخاب کنند. سپس، بر اساس صنعت انتخاب‌شده، فهرستی از شرکت‌های شناخته‌شده و فعال آن صنعت به‌صورت تصادفی نمایش داده شد و از آنها خواسته شد حداکثر سه سازمانی را که بیشترین تمایل به همکاری با آنها دارند، انتخاب کنند.

اما جذابیت یک کارفرما برای همه افراد یکسان نیست. انتظارات نسل‌های مختلف از محیط کار، فرصت‌های رشد، فرهنگ سازمانی و امنیت شغلی می‌تواند تفاوت‌های قابل‌توجهی ایجاد کند. همچنین، تخصص و مسیر حرفه‌ای افراد نیز نقش مهمی در انتخاب کارفرمای مطلوب دارد. به همین دلیل، نتایج این بخش از دو منظر تحلیل شده است؛ «گروه‌های سنی»، برای

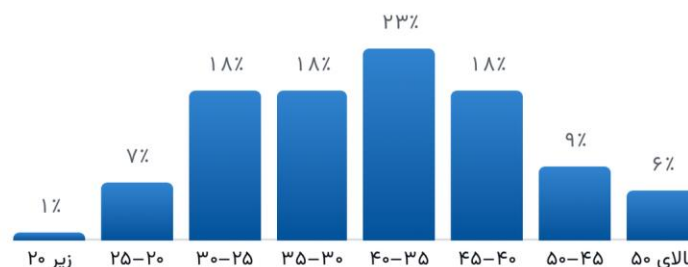
جامعه آماری

در این گزارش، دیدگاه‌ها و ترجیحات ۹,۷۱۴ نفر از کارجویان بازار کار ایران بررسی شده است.

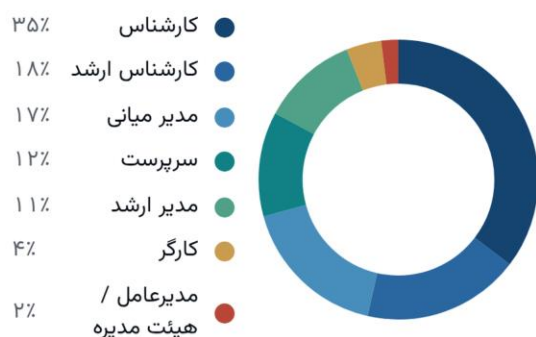
جنسیت



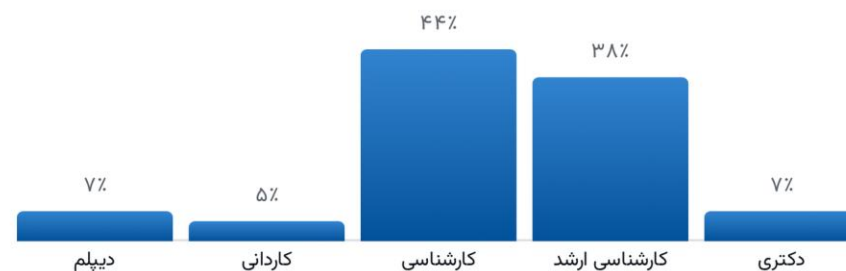
گروه سنی



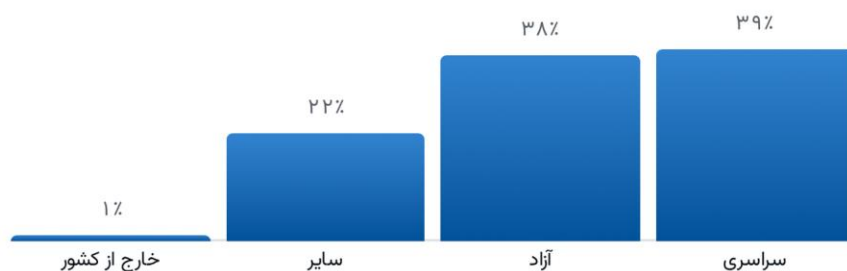
سطح سازمانی



سطح تحصیلات



نوع دانشگاه



جامعه آماری- رشته تحصیلی و گروه شغلی



دو نسل، دو نگاه به کارفرمای مطلوب

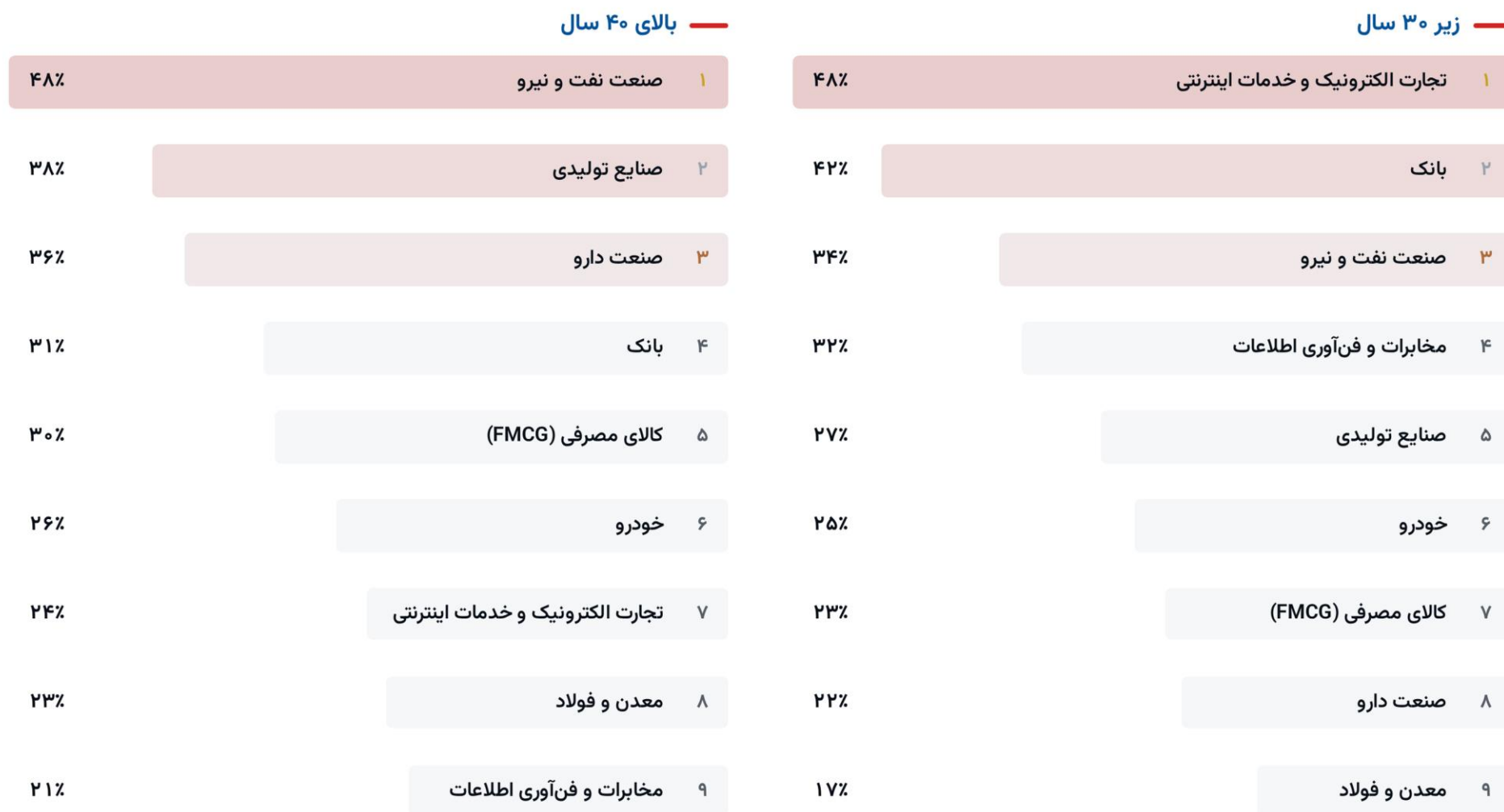
این تفاوت صرفاً یک تغییر سلیقه نیست؛ بلکه بازتابی از تغییرات عمیق در ساختار اقتصاد، ارزش‌های شغلی و انتظارات نسل‌های مختلف از محیط کار است. در حالی که نسل‌های جوان‌تر فرصت یادگیری، انعطاف‌پذیری، نوآوری و رشد را در اولویت قرار می‌دهند، نسل‌های باتجربه‌تر بیش از هر چیز به ثبات، اعتبار صنعت و امنیت شغلی توجه دارند.

این یافته، پیام مهمی برای کارفرمایان دارد: **برند کارفرمایی، یک پیام واحد برای همه مخاطبان نیست.** سازمان‌هایی که می‌خواهند در جذب استعداد‌های نسل‌های مختلف موفق باشند، باید روایت، ارزش پیشنهادی کارکنان و راهبردهای ارتباطی خود را متناسب با انتظارات هر نسل طراحی کنند. درک این تفاوت‌ها، نخستین گام برای ساختن یک برند کارفرمایی اثرگذار در بازار کار امروز است.

آیا همه نسل‌ها، کارفرمای مطلوب را به یک شکل تعریف می‌کنند؟ نتایج این گزارش نشان می‌دهد که پاسخ منفی است. ترجیحات شغلی نسل‌های مختلف، نه تنها در انتخاب شرکت‌ها، بلکه حتی در انتخاب صنایع نیز تفاوت‌های معناداری دارد. این تفاوت‌ها نشان می‌دهد که بازار کار ایران، بازاری یکپارچه نیست؛ بلکه از گروه‌هایی با انگیزه‌ها، اولویت‌ها و انتظارات متفاوت تشکیل شده است.

تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که با تغییر نسل، جذابیت صنایع نیز تغییر می‌کند. **کارجویان زیر ۳۰ سال**، بیش از هر چیز به صنایع مبتنی بر فناوری، نوآوری و خدمات گرایش دارند؛ به‌طوری‌که تجارت الکترونیک (۴۸ درصد)، بانکداری (۴۲ درصد) و مخابرات و فناوری اطلاعات (۳۲ درصد)، سه مورد از چهار صنعت محبوب این گروه را تشکیل می‌دهند. در مقابل، **کارجویان بالای ۴۰ سال**، بیشتر به صنایع با سابقه و تثبیت‌شده تمایل دارند؛ به‌گونه‌ای که نفت و گاز (۴۸ درصد)، تولید و صنعت (۳۸ درصد) و دارویی (۳۶ درصد) در صدر انتخاب‌های آنها قرار گرفته‌اند.

اولویت کارجویان هر نسل کار کردن در کدام صنایع است؟



اولویت نسل جوان، کار کردن در کدام شرکت‌هاست؟

بالای ۴۰ سال	۳۰ تا ۴۰ سال	زیر ۳۰ سال
۱ گروه مپنا 	۱ بانک سامان 	۱ بلوبانک 
۲ گلدیران 	۲ گروه مپنا 	۲ همراه اول 
۳ بانک سامان 	۳ داروسازی دکتر عبیدی 	۳ دیجی کالا 
۴ داروسازی دکتر عبیدی 	۴ بانک ملت 	۴ بانک سامان 
۵ گروه صنعتی انتخاب الکترونیک 	۵ بلوبانک 	۵ ایرانسل 
۶ مادیران 	۶ همراه اول 	۶ شرکت‌های گروه اسنپ 
۷ گروه ماموت 	۷ گلدیران 	۷ بانک ملت 
۸ ایران خودرو 	۸ ایرانسل 	۸ بانک پاسارگاد 
۹ نستله 	۹ شرکت‌های گروه اسنپ 	۹ ایران خودرو 
۱۰ کرمان موتور 	۱۰ دیجی کالا 	۱۰ گلدیران 

یافته‌ها: بخش اول- شکاف تخصصی در جذابیت صنایع

هر تخصص، بازار کار و کارفرما مطلوب خود را دارد

خودرو برای این گروه به مراتب کمتر است؛ این در حالی است که همین صنایع نیز برای پیشبرد تحول دیجیتال خود به جذب این متخصصان وابسته‌اند.

در مقابل، متخصصان بازاریابی بیش از همه به شرکت‌های فعال در حوزه خدمات دیجیتال، کالاهای مصرفی و صنایع دارویی گرایش دارند. در نتیجه، صنایعی مانند خودرو، تولید، معدن و صنایع سنگین برای جذب این گروه از استعدادها با رقابت دشوارتری روبه‌رو هستند و ناگزیرند ارزش پیشنهادی متمایزتری به بازار کار ارائه کنند.

رقابت بر سر جذب استعدادها، برای همه مشاغل یکسان نیست. برخلاف تصور رایج، سازمان‌ها تنها با رقابتی هم‌صنعت خود رقابت نمی‌کنند؛ بلکه برای جذب هر گروه از متخصصان، وارد بازاری متفاوت با قواعدی متفاوت می‌شوند. آنچه برای یک برنامه‌نویس جذاب است، الزاماً برای یک متخصص بازاریابی یا مالی جذاب نخواهد بود.

داده‌های این گزارش نشان می‌دهد که هر گروه شغلی، تصویر متفاوتی از «کارفرمای ایده‌آل» در ذهن خود دارد و صنایع مختلف نیز در جذب این گروه‌ها از مزیت‌های متفاوتی برخوردارند. شناخت این تفاوت‌ها به سازمان‌ها کمک می‌کند تا راهبرد جذب، پیام‌های برند کارفرمایی و ارزش پیشنهادی کارکنان (EVP) خود را متناسب با مخاطبان هدف طراحی کنند.

برای نمونه، برنامه‌نویسان بیشترین تمایل را به همکاری با شرکت‌های فعال در حوزه خدمات دیجیتال، تجارت الکترونیک، فناوری اطلاعات و مخابرات دارند و جذابیت صنایع زیرساختی مانند نفت و گاز، نیرو، تولید و

اولویت متخصصین هر گروه شغلی کار کردن در کدام صنایع است؟



اولویت متخصصین هر گروه شغلی کار کردن در کدام صنایع است؟

فروش و خدمات پس از فروش	کامپیوتر و برنامه‌نویسی	منابع انسانی و اداری
۱ کالای مصرفی (FMCG) ۳۸٪	۱ تجارت الکترونیک و خدمات اینترنتی ۶۷٪	۱ صنعت نفت و نیرو ۵۴٪
۲ بانک ۳۷٪	۲ مخابرات و فن‌آوری اطلاعات ۶۴٪	۲ بانک ۴۹٪
۳ تجارت الکترونیک و خدمات اینترنتی ۳۶٪	۳ بانک ۴۳٪	۳ صنعت دارو ۴۴٪
۴ صنعت دارو ۳۰٪	۴ صنعت نفت و نیرو ۲۶٪	۴ صنایع تولیدی ۳۷٪
۵ خودرو ۲۸٪	۵ صنایع تولیدی ۲۴٪	۵ تجارت الکترونیک و خدمات اینترنتی ۳۶٪
۶ صنایع تولیدی ۲۶٪	۶ کالای مصرفی (FMCG) ۲۳٪	۶ کالای مصرفی (FMCG) ۳۵٪
۷ صنعت نفت و نیرو ۲۵٪	۷ خودرو ۲۲٪	۷ خودرو ۳۰٪
۸ مخابرات و فن‌آوری اطلاعات ۱۹٪	۸ صنعت دارو ۱۹٪	۸ مخابرات و فن‌آوری اطلاعات ۳۰٪
۹ معدن و فولاد ۱۱٪	۹ معدن و فولاد ۱۱٪	۹ معدن و فولاد ۲۳٪

اولویت کارجویان فنی و مهندسی، کار کردن در کدام شرکت‌هاست؟

۱		گروه مپنا
۲		ایران خودرو
۳		گل‌دیران
۴		شرکت ملی نفت ایران
۵		مادیران
۶		داروسازی دکتر عبیدی
۷		پالایش نفت تهران
۸		گروه بهمن
۹		نستله
۱۰		شرکت ملی صنایع مس ایران

اولویت کارجویان منابع انسانی و اداری، کار کردن در کدام شرکت‌هاست؟

۱		گروه مپنا
۲		بانک ملت
۳		داروسازی دکتر عبیدی
۴		بانک سامان
۵		بلوبانک
۶		بانک پاسارگاد
۷		همراه اول
۸		گل‌دیران
۹		شرکت ملی نفت ایران
۱۰		گروه صنعتی انتخاب الکترونیک

اولویت کارجویان کامپیوتر و برنامه‌نویسی، کار کردن در کدام شرکت‌هاست؟

۱	همراه اول MCI	همراه اول
۲	ایرانسل IRANSEL	ایرانسل
۳	دیجی کالا digikala	دیجی کالا
۴	بلوبانک blu	بلوبانک
۵	شرکت‌های گروه اسنپ Snapp Group	شرکت‌های گروه اسنپ
۶	بانک سامان Saman Bank	بانک سامان
۷	هواوی HUAWEI	هواوی
۸	دیوار دیوار	دیوار
۹	بانک ملت Bank Mellat	بانک ملت
۱۰	ابر آروان ابر آروان	ابر آروان

اولویت کارجویان فروش و خدمات پس از فروش، کار کردن در کدام شرکت‌هاست؟

۱		بانک سامان
۲		بلوبانک
۳		گروه ماموت
۴		جی تی آی
۵		شرکت‌های گروه اسنپ
۶		گل‌دیران
۷		ایران خودرو
۸		گروه بهمن
۹		بانک ملت
۱۰		دیجی کالا

اولویت کارجویان مارکتینگ، کار کردن در کدام شرکت‌هاست؟

۱		بلوبانک
۲		نستله
۳		گروه ماموت
۴		شرکت‌های گروه اسنپ
۵		گروه مینا
۶		ایرانسل
۷		بانک سامان
۸		دیجی کالا
۹		همراه اول
۱۰		گروه بهمن

اولویت کارجویان مالی و حسابداری، کار کردن در کدام شرکت‌هاست؟

۱		بانک ملت
۲		بانک سامان
۳		بانک پاسارگاد
۴		داروسازی دکتر عبیدی
۵		گروه مپنا
۶		بانک خاورمیانه
۷		شرکت ملی نفت ایران
۸		ایران خودرو
۹		شرکت ملی صنایع مس ایران
۱۰		پالایش نفت تهران

بخش اول - شرکت‌های منتخب هر صنعت

شرکت‌های منتخب هر صنعت از نگاه کارجویان

جویای نام و شهرت شما به عنوان کارفرما هستند و به عبارتی دوست دارند از دیگران بشنوند و بدانند تجربه کار کردن در شرکت شما چگونه است.

وقتی کارجویان در گروهی خاص برای شرکت شما رزومه ارسال نمیکنند شاید لازم باشد قبل از تلاش برای شناساندن خود و مزایای خود، مخاطب و گروه هدف را با صنعت خود آشنا کنید.

در این بخش، فهرستی از شناخته‌شده‌ترین و فعال‌ترین شرکت‌های هر صنعت در اختیار کارجویان قرار گرفت و از آن‌ها خواسته شد حداکثر سه شرکت را به عنوان محل کار مطلوب خود انتخاب کنند. در ادامه، ۱۰ شرکت برتر منتخب کارجویان به تفکیک صنعت رتبه‌بندی شده‌اند.

نکته قابل توجه اینکه حدود نیمی از کارجویان، صنعت را به عنوان شاخص و عاملی تاثیرگذار در انتخاب شغل نمیشناسند و صرفاً از عدم آشنایی و آگاهی با برخی صنایع آنها را انتخاب نمیکنند. با توجه به این داده، دو نتیجه گیری مهم میتوان داشت:

در واقع نیمی از کارجویان شما را با همکار شما در صنعت مقایسه نمیکنند بلکه شما را با همه شرکتها در همه صنایع مقایسه میکنند و

کارجویان به کار کردن در کدام بانکها علاقه دارند؟

۱		بانک سامان
۲		بانک ملت
۳		بانک پاسارگاد
۴		بانک شهر
۵		بانک ملی ایران
۶		بانک خاورمیانه
۷		بانک اقتصاد نوین
۸		بانک پارسیان
۹		بانک قرض الحسنه مهر
۱۰		بانک کشاورزی

کارجویان به کار کردن در کدام شرکت‌های تجارت الکترونیک و خدمات اینترنتی علاقه دارند؟

۱	blu	بلوبانک
۲	digikala	دیجی کالا
۳	Snapp! Group	شرکت‌های گروه اسنپ
۴	دیوار	دیوار
۵	ASAN	آسان پرداخت (آپ)
۶	alibaba	علی بابا
۷	azki	ازکی
۸	همکاران سیستم	همکاران سیستم
۹	تپسی	تپسی
۱۰	isc	شرکت خدمات انفورماتیک

کارجویان به کار کردن در کدام شرکت‌های تولیدی علاقه دارند؟

۱		گل‌دیران
۲		مادیان
۳		گروه صنعتی انتخاب
۴		رونیکس
۵		استیل البرز
۶		نیلپر
۷		گروه توسعه بوتان
۸		هلدینگ آفرینش
۹		گروه ماموت
۱۰		شیرآلات شودر

کارجویان به کار کردن در کدام شرکت‌ها در صنعت خودرو علاقه دارند؟

۱		ایران خودرو
۲		گروه ماموت
۳		گروه بهمن
۴		کرمان موتور
۵		مدیران خودرو
۶		کروز
۷		سایپا
۸		پارس خودرو
۹		ایساکو
۱۰		ایران خودرو دیزل

کارجویان به کار کردن در کدام شرکت‌ها در صنعت دارو علاقه دارند؟

۱		داروسازی دکتر عبیدی
۲		اکتوورکو
۳		سیناژن
۴		نوونوردیسک
۵		گروه کوبل
۶		داروپخش
۷		سرمایه‌گذاری دارویی گلرنگ
۸		کوبل دارو
۹		فارابی
۱۰		ارکید فارمد

کارجویان به کار کردن در کدام شرکت‌ها در صنعت کالای مصرفی علاقه دارند؟

۱		نستله
۲		گروه صنعتی گلرنگ
۳		یونیلیور
۴		جی‌تی‌آی
۵		سولیکو کاله
۶		زرین رویا
۷		زرماکارون
۸		شیرین عسل
۹		میهن
۱۰		سن‌ایچ

کارجویان به کار کردن در کدام شرکت‌ها در صنعت مخابرات و فناوری اطلاعات علاقه دارند؟

۱	همراه اول MCI	همراه اول
۲	ایرانسل MTN	ایرانسل
۳	شرکت مخابرات ایران	شرکت مخابرات ایران
۴	هواوی HUAWEI	هواوی
۵	شاتل SHATEL	شاتل
۶	شرکت ارتباطات زیرساخت	ارتباطات زیرساخت
۷	رایتل RightTel	رایتل
۸	آسیاتک	آسیاتک
۹	ابر آروان	ابر آروان
۱۰	مبین‌نت	مبین‌نت

کارجویان به کار کردن در کدام شرکت‌ها در صنعت معدن و فولاد علاقه دارند؟

۱		ملی صنایع مس ایران
۲		فولاد مبارکه اصفهان
۳		معدنی و صنعتی گل‌گهر
۴		فولاد آلیاژی ایران
۵		فولاد خوزستان
۶		مس سرچشمه
۷		توسعه و نوسازی معادن
۸		توسعه معادن و صنایع معدنی
۹		ذوب‌آهن اصفهان
۱۰		معدنی و صنعتی چادرملو

کارجویان به کار کردن در کدام شرکت‌ها در صنعت نفت و نیرو علاقه دارند؟

۱		گروه مپنا
۲		شرکت ملی نفت ایران
۳		پالایش نفت تهران
۴		پتروشیمی خلیج فارس
۵		نفت و گاز پارس
۶		پتروشیمی آریاساسول
۷		پتروشیمی جم
۸		شرکت ملی گاز ایران
۹		نفت فلات قاره ایران
۱۰		انرژی دانا

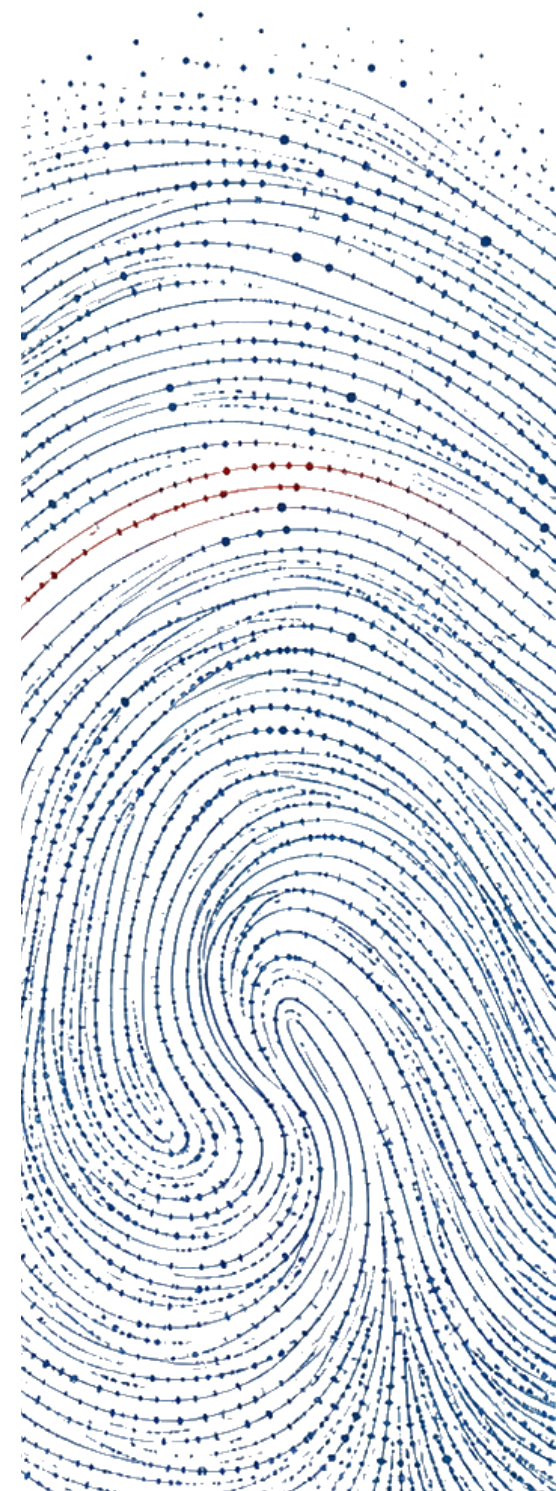
بخش دوم

شاخصه‌های شغل ایده‌آل از نگاه کارجویان و کارکنان

وقتی متخصصان میان چند پیشنهاد کاری انتخاب می‌کند، دقیقاً بر چه اساسی انتخاب می‌کنند؟

در این قسمت از افراد خواسته شد تا حداکثر تا سه مورد از ترجیحات خود را در زمینه ویژگی‌های شغل، ویژگی‌های سازمان و ویژگی‌های رفاهی اعلام کنند.

در ادامه ترجیحات انتخابی متخصصان باتوجه به ویژگی‌های شخصیتیشان (که در سوالی جداگانه پرسیده شده بود) مورد تحلیل قرار گرفت تا مشخص شود ویژگی‌های فردی افراد چه تاثیری بر انتظاراتشان از محیط کار می‌گذارد.



یافته‌ها: بخش دوم- شاخصه‌های شغل ایده‌آل

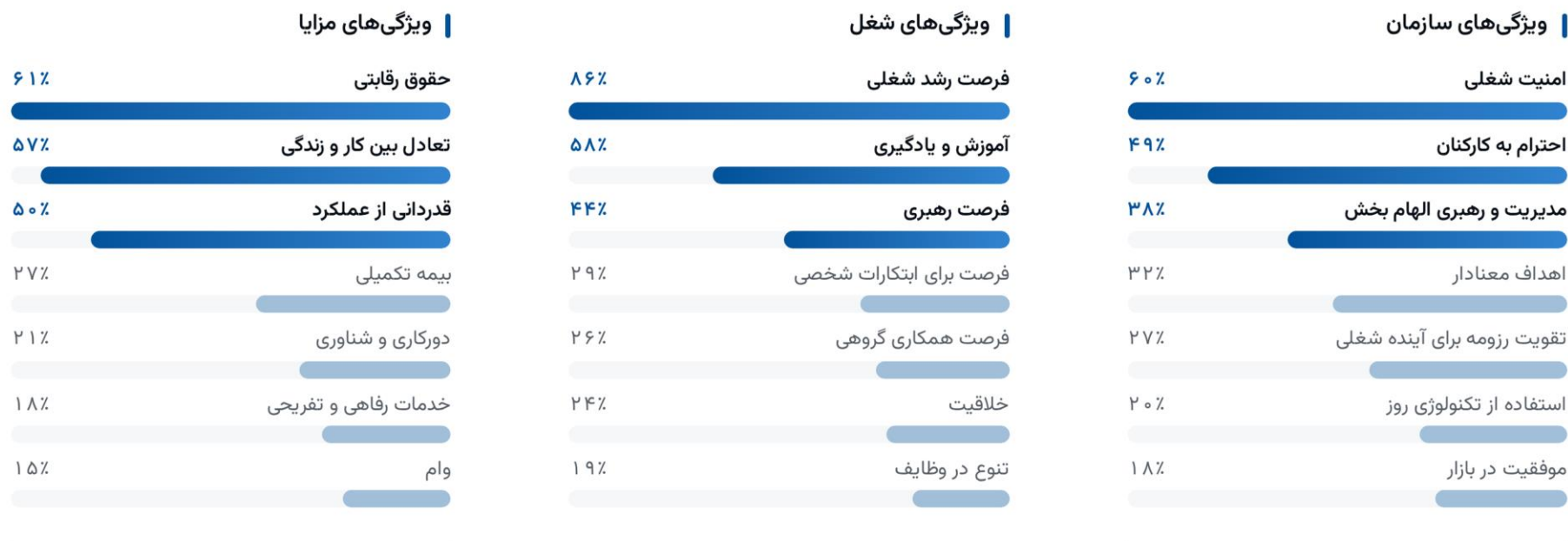
از امنیت شغلی تا نوآوری، هر استعداد چه می‌خواهد؟

یافته‌های این بخش نشان می‌دهد جذابیت یک موقعیت شغلی، بیش از هر چیز به تصویری بستگی دارد که از آینده می‌سازد. فرصت رشد شغلی با فاصله در صدر انتخاب‌ها قرار گرفته و پس از آن، امنیت شغلی و حقوق رقابتی، به طور کلی مهم‌ترین اولویت‌های متخصصان هستند. در واقع، پیشنهاد شغلی جذاب امروز باید هم‌زمان سه نیاز را پاسخ دهد: پیشرفت، ثبات و جبران خدمات منصفانه.

با این‌حال، همه استعدادها با یک پیام جذب نمی‌شوند: مدیران اثرگذاری می‌خواهند، ساختارشکن‌ها نوآوری و افراد مسئولیت‌پذیر ثبات و تعادل.

این نتایج نشان می‌دهد، ما کسانی را جذب می‌کنیم، انگیزه می‌دهیم و یا در سازمان ماندگار می‌کنیم که آنچه ما ارائه می‌کنیم با آنچه آنان در جستجویش هستند همخوانی داشته باشد. بهترین مهارت‌ها و تخصص‌ها وقتی در شرکت‌های ما خلق ارزش می‌کنند که متناسب همدیگر را انتخاب کرده باشیم.

چه شاخصه‌هایی در انتخاب سازمان شما توسط متخصصین موثر است؟



سایر عوامل: سرویس رفت و آمد (۱۲٪)، ناهار (۱۰٪)، هدایای مناسبی (۷٪)، خدمات درمانی (۷٪)

سایر عوامل: محصولات و خدمات ارزشمند (۱۵٪)، توجه به توسعه پایدار و مسئولیت اجتماعی (۱۱٪)، نوآوری (۱۱٪)، پذیرش تفاوت‌های فردی (۱۰٪)

اولویت‌های اصلی کارکنان با توجه به تیپ شخصیتی

تیپ شخصیتی	اولویت کاری	اولویت سازمانی	اولویت مزایا
مسئولیت‌پذیر	فرصت رشد شغلی	امنیت شغلی	تعادل بین کار و زندگی
مدیر و رهبر	فرصت رهبری	مدیریت و رهبری الهام‌بخش	حقوق رقابتی
عملگرا	آموزش و یادگیری	احترام به کارکنان	قدردانی از عملکرد
بلندپرواز و هدفمند	فرصت رشد شغلی	تقویت رزومه برای آینده شغلی	حقوق رقابتی
قانون‌مند	آموزش و یادگیری	احترام به کارکنان	قدردانی از عملکرد
علاقه‌مند به کار تیمی	آموزش و یادگیری	احترام به کارکنان	قدردانی از عملکرد
چند بعدی	آموزش و یادگیری	احترام به کارکنان	قدردانی از عملکرد
ساختار شکن	فرصت برای ابتکارات شخصی	استفاده از تکنولوژی روز	حقوق رقابتی

اولین نامی که به ذهن کارجویان می‌رسد چیست؟

فعالیت هدفمند نمیتوانند به عنوان اولویت در ذهن کارجویان و متخصصین قرار بگیرند.

سازمانهایی که اولویت انتخاب کارجویان نیستند، به سختی میتوانند پست های خاص خود را پر کنند چرا که کارجویان برتر بازار کار همواره اولویت را به دیگر شرکتها و سازمانها میدهند و تنها در صورت عدم دریافت پیشنهاد از آنان به گزینه های بعدی فکر میکنند. راهکاری که بعضی از شرکتها در چنین شرایطی پیدا کرده اند ارائه پیشنهاد های بالاتر از میانگین بازار کار است. در حالیکه مهمترین کار سرمایه گذاری روی برند کارفرمایی شرکت است. به زبان ساده، شناخت نقاط قوت سازمان از نگاه کارکنان فعلی و پروموت این نقاط قوت در بین کارجویان و مخاطبان جامعه هدف. ایران تلنت در سالهای اخیر در کنار سازمانها تلاش کرده است سخنگوی آنان بوده و نقاط قوت آنان را به گوش کارجویان برساند.

این بخش سنجش نام سازمانی است که به عنوان اولین گزینه به ذهن کارجویان می‌رسد (Top-of-Mind): از کارجویان خواسته شده بدون هیچ گزینه از پیش تعیین شده‌ای، نام سه اولویت نخست خود برای کار کردن را ذکر کنند. نتایج به تفکیک سطح سازمانی، از مدیران ارشد تا کارشناسان، و به تفکیک رشته تحصیلی گزارش شده است.

هدف از این قسمت مشخص کردن نام سازمانی‌هایی است که بدون یادآوری، در ذهن هر بخش از بازار استعداد (به تفکیک سطح ارشدیت و گروه شغلی) حک شده است. این معیار سخت‌گیرانه‌ترین سنجه برند کارفرمایی است، چون به جای «شناخته‌شدن»، **اول به ذهن آمدن** را می‌سنجد.

در خیلی مواقع شرکت‌هایی که محصولات آنان در اختیار مصرف کننده نهایی قرار میگیرد مانند تولیدکنندگان کالای مصرفی، لوازم خانگی، خودرو، کالای دیجیتال، خدمات بانکی و سرمایه گذاری به واسطه شناختی که روی برند کالا، محصول یا خدمات آنان وجود دارد، خود راحت تر در ذهن کارجو به عنوان اولویت قرار میگیرند. در حالیکه شرکت‌های تولید کننده مواد اولیه و یا قطعه، نفت و گاز و یا صنایع سنگین بدون

اولین نامی که به ذهن مدیران ارشد می‌رسد چیست؟

۱		گروه صنعتی گلرنگ
۲		جی تی آی
۲		نستله
۳		شرکت‌های گروه اسنپ
۳		گروه مپنا

اولین نامی که به ذهن مدیران میانی و سرپرستان می‌رسد چیست؟

۱		شرکت‌های گروه اسنپ
۲		جی تی آی
۳		گروه مینا
۳		نستله

اولین نامی که به ذهن کارشناسان و کارشناسان ارشد می‌رسد چیست؟

۱

Snapp!
Group

شرکت‌های گروه اسنپ

۲


digikala

دیجی کالا

۳


پانک سامان
Saman Bank

بانک سامان

اولین نامی که به ذهن دانش‌آموختگان رشته‌های فنی و مهندسی می‌رسد چیست؟

۱



گروه مپنا

۲



شرکت‌های گروه اسنپ

۳



نستله

اولین نامی که به ذهن دانش‌آموختگان کامپیوتر و فناوری اطلاعات می‌رسد چیست؟

۱

Snapp!
Group

شرکت‌های گروه اسنپ

۲


digikala

دیجی کالا

۳

دیوار

دیوار

اولین نامی که به ذهن دانش‌آموختگان مالی و حسابداری می‌رسد چیست؟

۱



گروه صنعتی گلرنگ

۲



گروه مپنا

۳



بانک سامان

اولین نامی که به ذهن دانش‌آموختگان رشته مدیریت می‌رسد چیست؟

۱		شرکت‌های گروه اسنپ
۲		دیجی کالا
۳		جی تی آی
۳		گروه صنعتی گلرنگ

اولین نامی که به ذهن دانش‌آموختگان اقتصاد و آمار می‌رسد چیست؟

۱



بانک سامان

۲



بانک کارآفرین

۳



بلوبانک

کارکنان کدام شرکت‌ها امتیاز بالاتری به تجربه کاری خود داده‌اند؟

بستر بی‌آی، به درخواست سازمان‌ها و صنایع در اختیار آنان قرار گرفته است. در این بخش ابتدا شرکت‌هایی که بالاترین میانگین امتیاز را از کارکنان خود کسب کرده‌اند به تفکیک صنعت معرفی شده و پس از آن شرکت‌های برتر در هر یک از شاخص‌های نام برده شده، فارغ از صنعت، رتبه بندی شده‌اند.

در این بخش، امتیاز هر شرکت را کسانی داده‌اند که در آن کار کرده‌اند؛ در واقع از کارکنان هر سازمان خواسته شده تا به تجربه کاری خود امتیاز دهند. امتیاز کلی هر شرکت میانگین امتیاز ۶ شاخص: فرصت‌های رشد و ارتقا، فرصت‌های یادگیری، حقوق و مزایا، تعادل کار و زندگی، مدیریت و رهبری و فرهنگ و ارزش‌های سازمانی

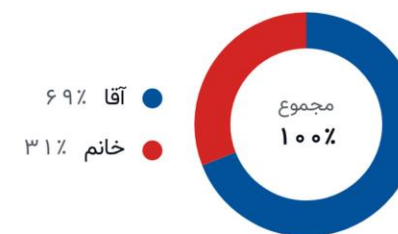
بخش مهمی از دیتای جمع‌آوری شده در این قسمت نتیجه همکاری مشترک ایران تلنت و سازمانها در فرایند ارزیابی داخلی بوده است. به عبارت دیگر ایران‌تلنت به عنوان شخص ثالث و بی‌طرف ارزیابی داخلی سازمان را انجام میدهد و با جلب مشارکت حداکثری کارکنان سازمان، نظر و امتیاز آنان را در مورد تجربه کار کردن در سازمان دریافت میکند. بخش دیگری از داده‌های جمع‌آوری شده که با مشارکت سازمان مربوطه نبوده است امتیازی است که کاربران ایران تلنت به تجربه کاری خود در سازمان مربوطه داده‌اند.

در نهایت همه امتیازات و داده‌ها تجمیع شده و خلاصه و چکیده آن در این بخش قرار گرفته است. گزارشات تحلیلی مبسوط و داشبورد داینامیک بر روی

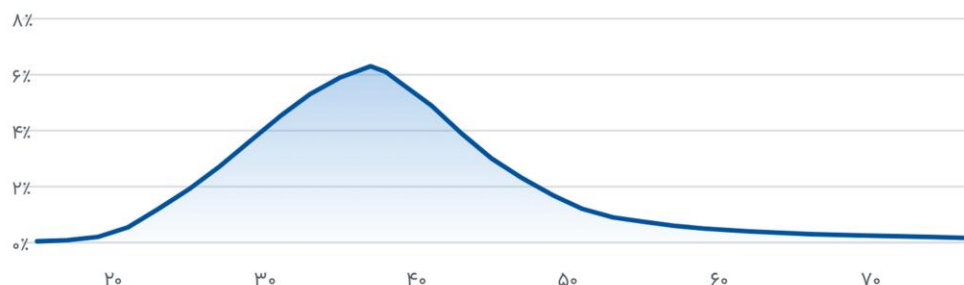
جامعه آماری

این بخش بر پایهٔ پاسخ ۵۵,۲۴۳ نفر از کارکنان شاغل در سازمان‌های ایرانی تدوین شده است.

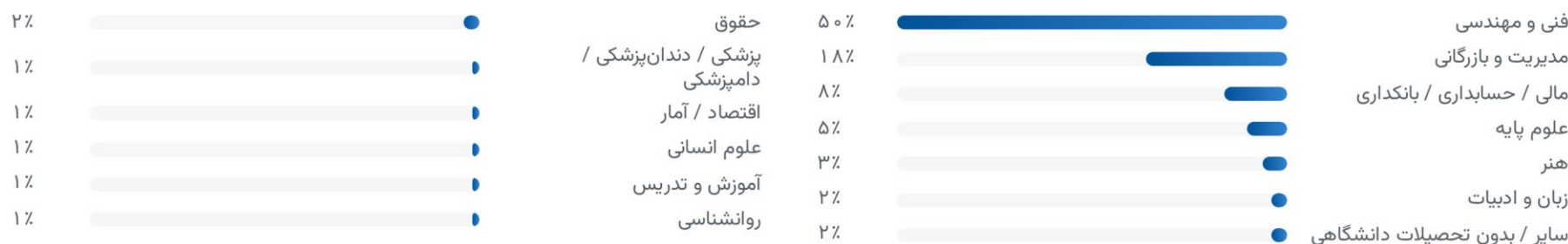
جنسیت



توزیع سنی



رشته تحصیلی

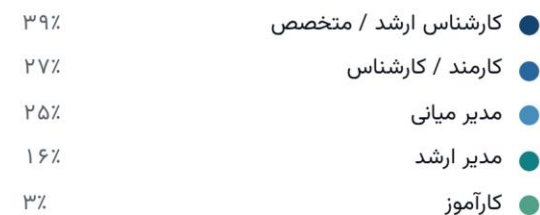
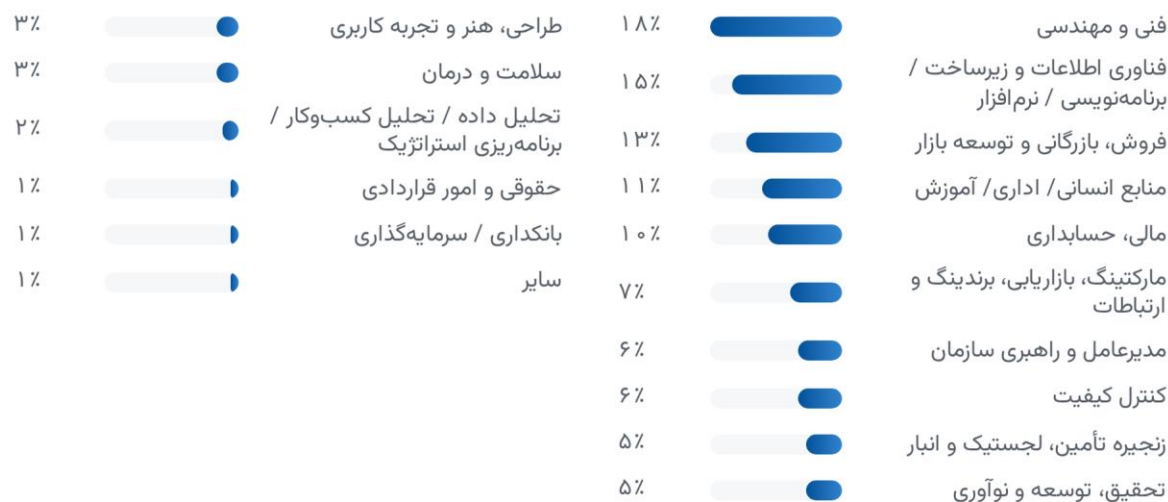


جامعه آماری- سطح ارشدیت و گروه شغلی

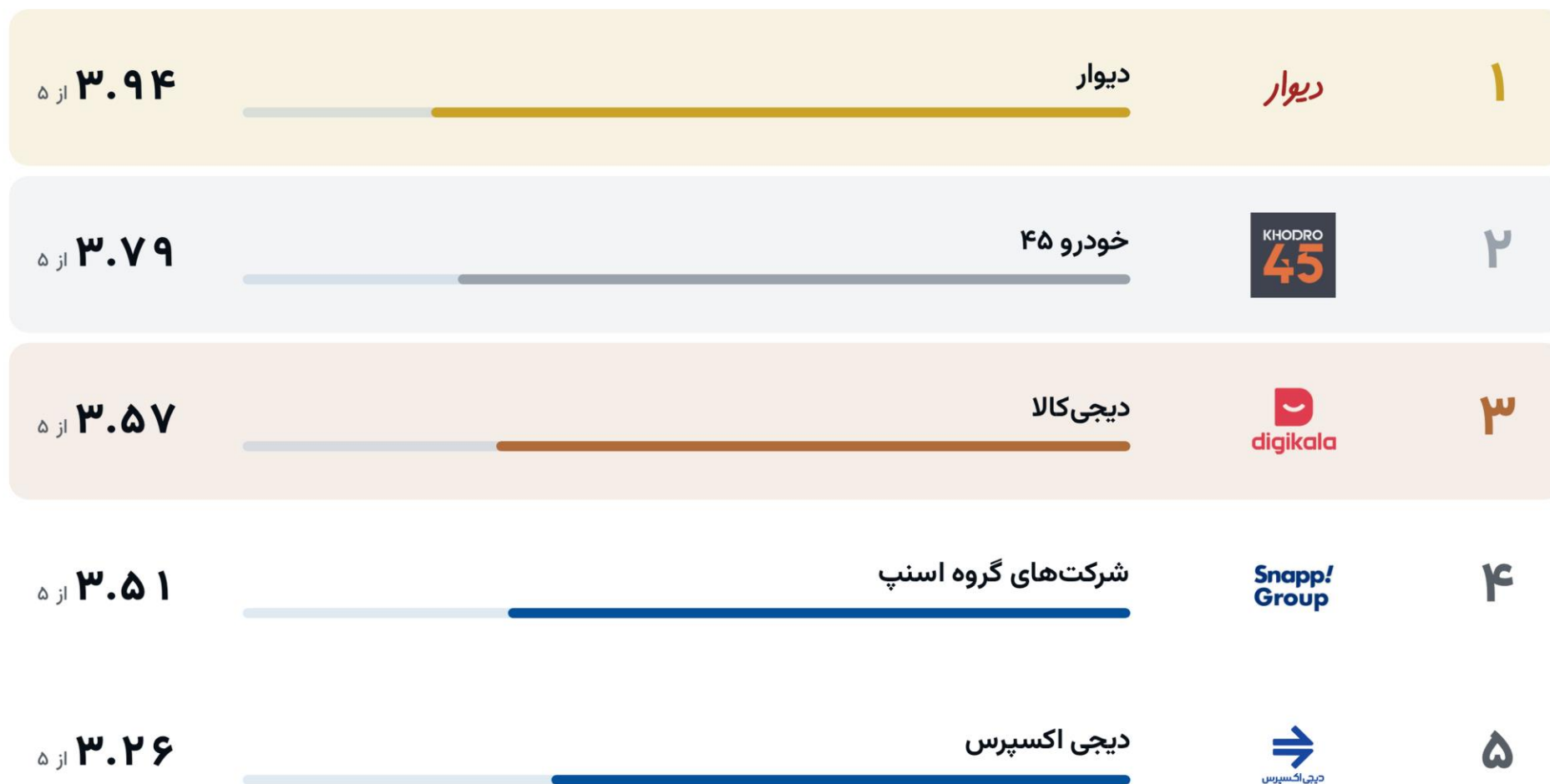
سطح ارشدیت



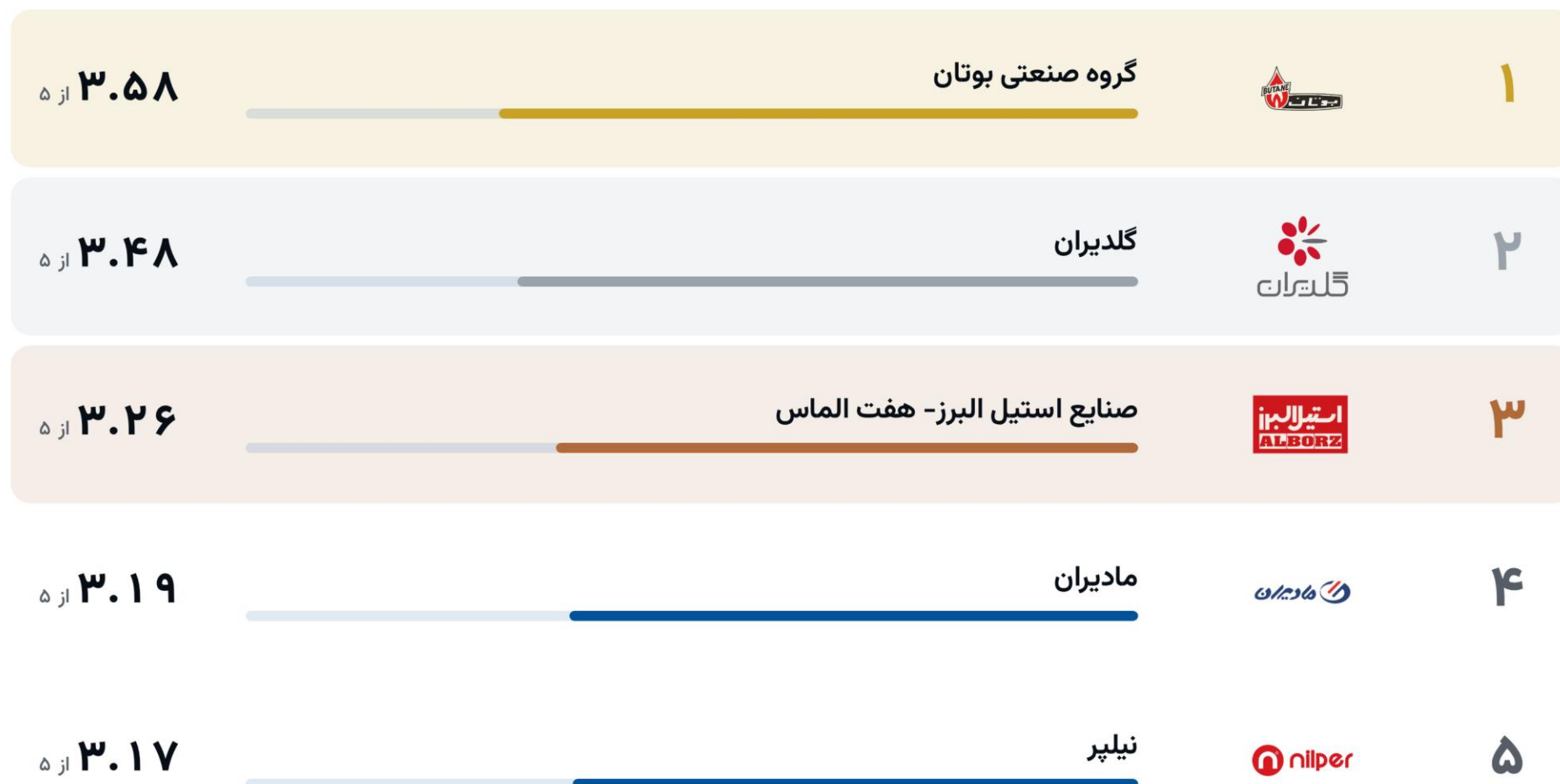
گروه شغلی



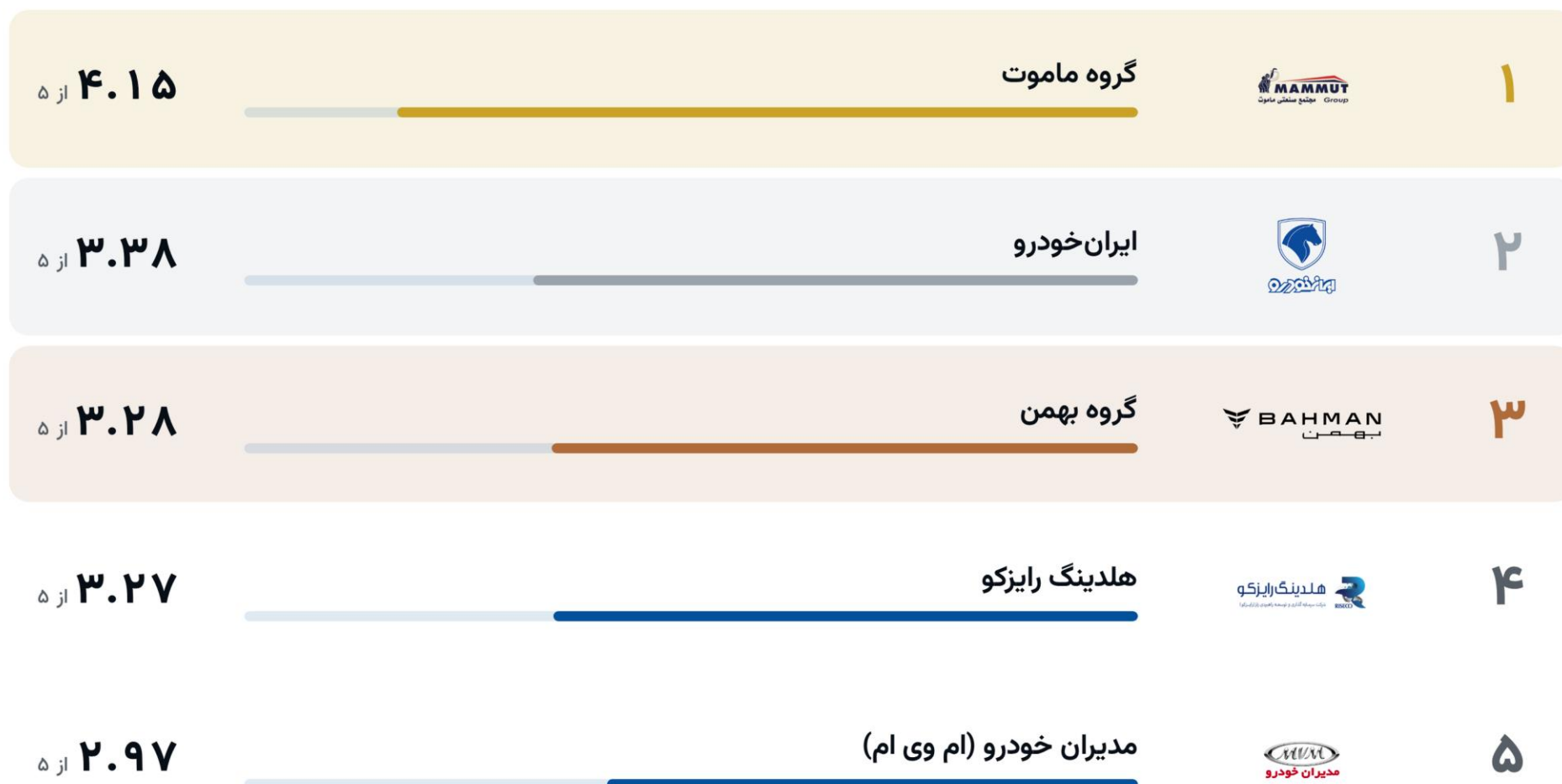
تجارت الکترونیک و خدمات اینترنتی



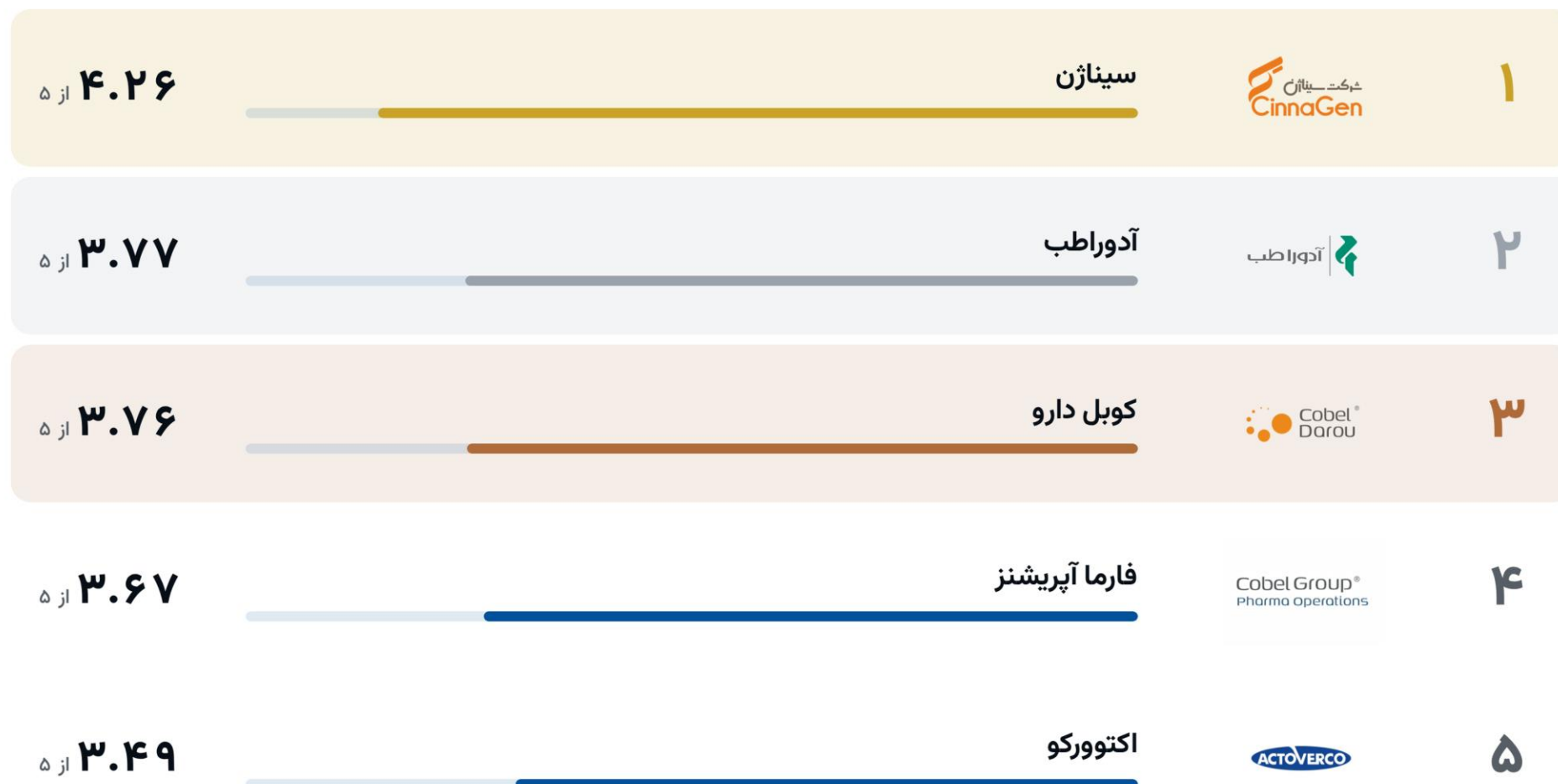
صنایع تولیدی



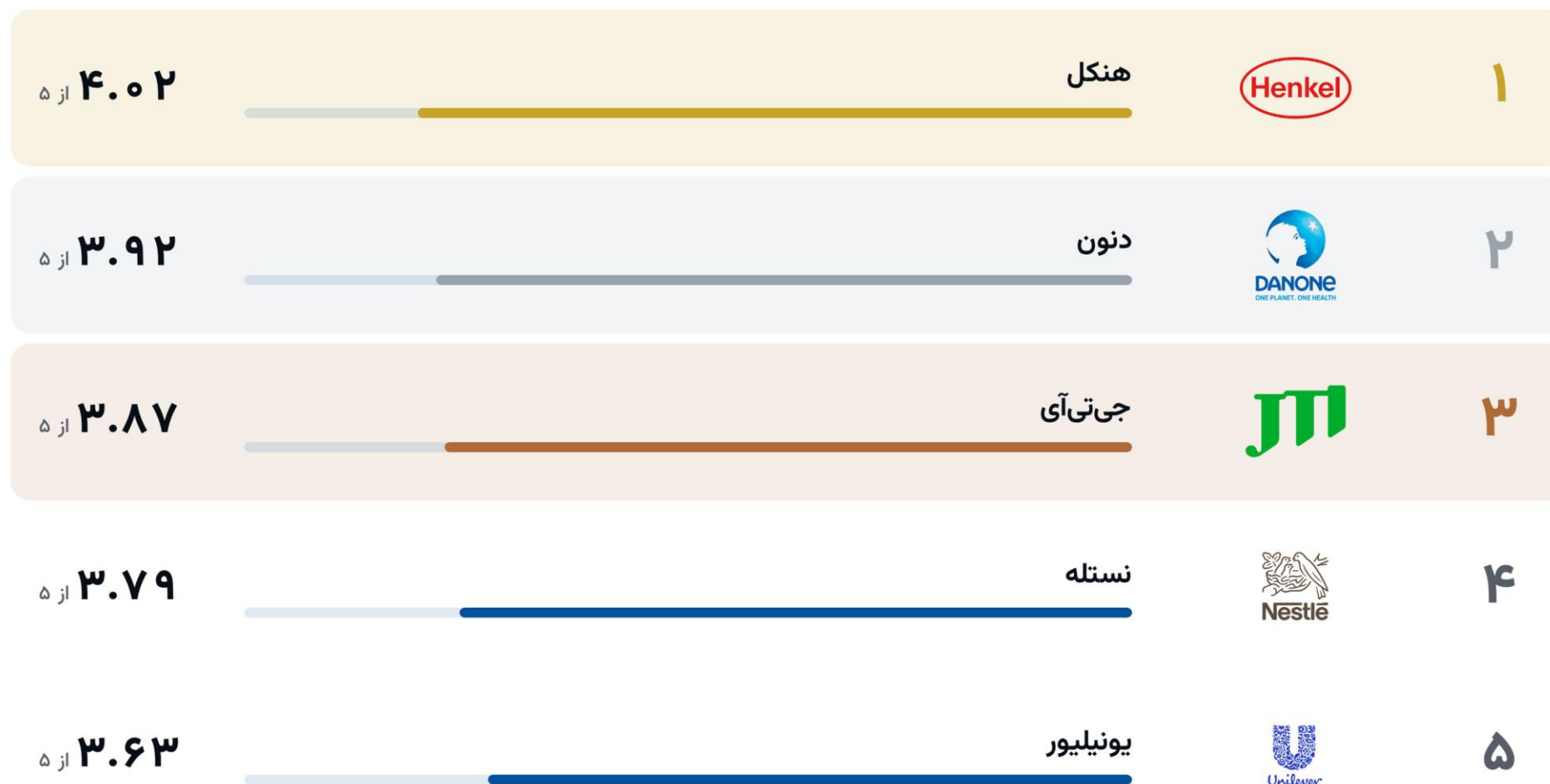
صنعت خودرو



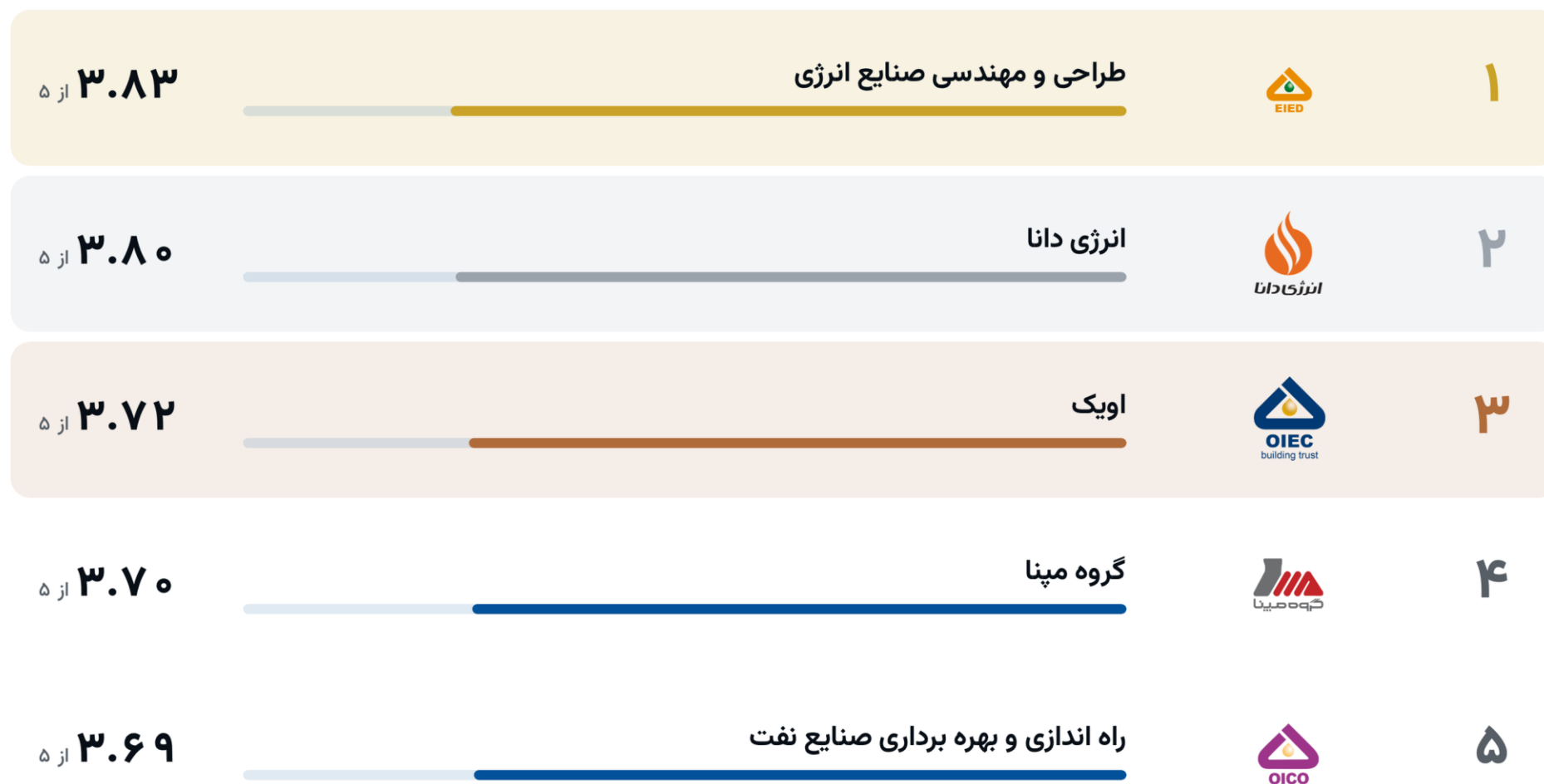
صنعت دارو



صنعت کالای مصرفی (FMCG)



صنعت نفت و نیرو



فرهنگ و ارزش‌های سازمانی، حقوق و مزایا، فرصت‌های رشد و ارتقا

پنج برند برتر در هر شاخص ارزیابی برند کارفرمایی بر پایه امتیاز کارکنان.

فرصت‌های رشد و ارتقا	حقوق و مزایا	فرهنگ و ارزش‌های سازمانی
۴۰۱۳ سیناژن  ۱	۴۰۴۳ سیناژن  ۱	۴۰۴۹ سیناژن  ۱
۴۰۰۸ گروه ماموت  ۲	۴۰۱۵ گروه ماموت  ۲	۴۰۴۱ نستله ایران  ۲
۳۰۹۲ خودرو ۴۵  ۳	۴۰۰۷ هنکل  ۳	۴۰۴۰ دنون  ۳
۳۰۸۰ راه اندازی و بهره برداری صنایع نفت  ۴	۴۰۰۵ دیوار  ۴	۴۰۴۰ جی‌تی‌آی  ۳
۳۰۷۵ نقش اول کیفیت  ۵	۴۰۰۰ همراه اول  ۵	۴۰۳۶ طراحی و مهندسی صنایع انرژی  ۵

فرصت‌های یادگیری، مدیریت و رهبری، تعادل کار و زندگی

پنج برند برتر در هر شاخص ارزیابی برند کارفرمایی بر پایه امتیاز کارکنان.

تعادل کار و زندگی

۴۰۱۴	گروه ماموت		۱
۳۰۸۶	انرژی دانا		۲
۳۰۸۵	کارگزاری مفید		۳

۳۰۷۶ سیناژن  ۴

۳۰۷۵ اوپک  ۵

مدیریت و رهبری

۴۰۲۳	سیناژن		۱
۴۰۱۵	گروه ماموت		۲
۴۰۱۲	خودرو ۴۵		۳

۳۰۹۵ آدورابط  ۴

۳۰۸۵ انرژی دانا  ۵

فرصت‌های یادگیری

۴۰۵۳	سیناژن		۱
۴۰۲۸	هنکل		۲
۴۰۱۸	نستله ایران		۳

۴۰۱۵ گروه ماموت  ۴

۴۰۰۹ سیستم گروپ (همکاران سیستم)  ۵

برای کسب اطلاعات بیشتر با ما تماس بگیرید.



۰۲۱ ۲۲ ۷۷ ۷۷ ۰۴



survey@irantalent.com