

SZAKDOLGOZAT

NÉV: Kiss Gergő
Emberi Erőforrás szak

Budapesti Képzési hely
2023 év



Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Budapesti Campus
Emberi Erőforrás Szak

A DOLGOZAT CÍME

Belső konzulens: Név: Kollár Péter
beosztás: Egyetemi docens

Készítette: Név: Kiss Gergő
Neptun kód: RO0TJ4
tagozat (nappali, levelező)

Intézet/Tanszék:
Budapesti Képzési hely

ÉV: 2023

Új kihívás a HR-ben: generációk különbözőségének összehangolása

Vázlat

Tartalom

1. Bevezetés	4
2. HR, lehetséges új	4
2.1 Közösségi média, mint toborzási eszköz	4
3. Generációk a munka világában	4
3.1 Generációk és rugalmasság	5
4. Motivációs eszközök, lehetőségek, igények	5
4.1 Munkaadói motiváció	5
4.2 Munkavállalói motiváció	6
5. Vezetés és HR	6
6. Kutatás	6
6.1 Kutatási módszer bemutatása	6
6.2 Kutatás leírása	6
6.3 A kutatás célcsoportja, minta	7
6.4 Hipotézisek	7
6.5 Eredmény	7
7. Következtetés, javaslatok	7
8. Összegzés	7

1. Bevezetés

A technológiai és társadalmi változások egyértelművé tették, hogy a jelen vállalatának a versenyképesség mellett hatékonynak is kell lennie működésének minden területén. Ehhez szükség van megfelelő számú és megfelelő (szak) képzettséggel, tudással rendelkező munkaerőre is. A humán erőforrás területén dolgozó szakembereknek ki kell alakítaniuk egy, a vállalatra jellemző humán erőforrás stratégiát, melynek segítségével elérhetőek a megfogalmazott célkitűzések. Minden szervezet és vállalkozás sikerében megtalálható az az emberi tényező, amelyet nem tudunk helyettesíteni pénzzel, vagy eszközökkel.

Dolgozatomban a generációk vizsgálata és bemutatása mellett arra a kérdésre is keresem a választ, hogy a különböző korosztályhoz tartozó munkavállalók hogyan tudnak sikeresen együttműködni, valamint, a szervezet milyen eszközökkel tudja motiválni az eltérő korosztályhoz tartozó munkavállalóit. A vezetés, mint szervezeti „eszköz” milyen motivációs lehetőségeket biztosít, a munkavállalók számára.

2. HR, lehetséges új irányok

A humán erőforrás terület segítségét adhat a vállalati és szervezeti stratégia megalkotása folyamán. A vállalati víziókat, az elérendő célokat így egy összetett stratégia mentén alakítják ki, melynek során meghatározásra kerülnek az elérendő célok. Szükséges vizsgálni, hogy rendelkezésre áll-e a megfelelő számú, és képzettségű munkaerő, vagy szükséges fejleszteni azt. A piaci változások miatt külső fejlesztések, technológiák igénybevétele is elvárt lehet.

2.1 Közösségi média, mint toborzási eszköz

A megfelelő munkavállaló kiválasztásának első lépése a toborzás. A folyamatban a HR munkatárs és a keresett munkavállaló vesz részt. A toborzási folyamatokban megjelent egyre inkább megjelenik a virtuális HR, melynek során nem csak a hirdetések, megkeresések többsége történik elektronikus rendszereken keresztül, de a toborzási, kiválasztási folyamat is megvalósulhat ebben a térben. Egyre nagyobb számban jelennek meg az „alkalmi” vagy szabadúszó munkavállalók, akik már kötöttségektől mentesen, egy-egy projekt, vagy időszak erejéig vállalnak munkát. Az ehhez való alkalmazkodás nagy gyorsaságot vár el a munkaadóktól és szakemberektől egyaránt. A digitalizáció már a toborzás során előtérbe kerül, egészen a felvett dolgozó rugalmas munkaidő, vagy éppen otthoni (táv)munkavégzéséig.

3. Generációk a munka világában

A magyarországi munkaerőpiacon is megfigyelhető tendencia, hogy egyre magasabb a munkában eltöltött évek száma, (az Eurostat 2018-as adatai alapján egy most 15 éves magyar

fiatal 34,1 évet tölt munkával, szemben a 2009-ben mért 28,8 évvel.) A munkavállalók sokkal több helyről szerzik be információikat, nem csak tanulmányaik, hanem a munkaerőpiacra való kilépésük előtt is. Gondolok itt a középiskolai és egyetemi felvételi rendszerek digitalizált módjára, a kiválasztott oktatási intézményeket nem csak személyes benyomásaik, de mások értékelése alapján is sorrendbe állíthatják. A szervezeteknek ezért más és más eszközök használatával, más és más szocializációs folyamat végen kell egy sikeres munkavállaló csapatot létrehozni, fejleszteni és irányítani.

3.1 Generációk és rugalmasság

A XXI. századi vállalatok munkavállalói már nem csak a munka helyét látják a munkahelyükben. Hatnak rájuk a szociális és társadalmi változások, az elérhető technológiák pedig átalakítják a nemcsak a munkahelyi környezetet, de annak helyét és idejét is. Minden vállalat számára kiemelten fontos, hogy meg tudjon felelni a munkavállalói elvárásoknak, legyen akár a fiatalabb, vagy idősebb korosztályhoz tartozók. A vállalatok szeretnék elérni, hogy fogyasztóik pozitív képet kapjanak róluk, így erősítve vállalati hírnevüket. A társadalmi felelősségvállalás mára elfogadottá vált. A versenyelőny eléréséhez szükséges, így rendkívüli módon felértékelődött a gyors szervezeti alkalmazkodás és ezzel együtt az új környezethez szükséges készségek és képességek elsajátításának szükségessége. Ebben a folyamatban, elvárásként, vállalati szinten felértékelődik a rugalmasság biztosításának lehetősége.

4. Motivációs eszközök, lehetőségek, igények

A motiváció folyamata akkor sikeres egy szervezetben, ha az ott dolgozók kiváló munkateljesítménye nagyfokú hatékonysággal párosul, melyek lehetővé teszik a szervezeti célok elérését. Ez azonban nem lehetséges megfelelő motiváció nélkül. Motivációról beszélhetünk, ha az egyénnél, vagy csoportnál el tudjuk érni azt, hogy egy általunk kívánt irányba elmozduljon, az általunk elvártak szerint viselkedjen. A lényeg, hogy változást érzünk el ezzel. A szervezetek esetében igen fontos a motiváció megléte, hiszen a kívánt célok elérése csak megfelelően motivált munkavállalókkal lehet elérhető.

4.1 Munkaadói motiváció

A humán erőforrás gazdálkodás jelentős mértékben az emberi kapcsolatok ismeretére épül, ez biztosítja számára, hogy megértse a munkavállalók cselekvései mögött meghúzódó motivációkat és ezt a tudást a vállalat érdekeihez igazítva használja fel. Más megközelítésben a motiválás olyan cselekvés, amelynek eredményeképpen a vezető másokat a szervezeti céloknak megfelelő viselkedésre, cselekvésre készítet. Ahhoz, hogy az ösztönzési rendszer

megfelelő hatékonysággal szolgálja a szervezeti célokat, illeszkednie kell az adott szervezet stratégiájához.

4.2 Munkavállalói motiváció

A munkavállalók életük jelentős részét töltik el a munkahelyeiken, így az ott eltöltött időben fontos számukra, hogy ott minél kellemesebben érezzék magukat munkavégzésük során. A kellemességérzethez kötődik az elégedettség érzetük is, amely már nagymértékben képes befolyásolni hozzáállásukat és viselkedésüket. A HR szervezet és annak szakértelme fontos eleme a munkahelyi motivációs – és ösztönző feltételek kialakításának. Ennek az egységnek az egyik legfontosabb célja, hogy a vezetéssel együttműködve lehessen hatást gyakorolni a dolgozói elégedettségen keresztül a szervezeti sikerekre.

5. Vezetés és HR

A vezetési stílus alapvetően azt a vezető és a dolgozó közötti kommunikációt, kapcsolatot jelenti, melyből az is megállapítható, hogy milyen a vezető személyisége. A HR és a vezetés részéről pontosan meg kell tudni határozni, melyek azok az elvárt készségek, melyek meglétét mindenképpen elvárják munkatársaiktól. Kiindulópontja a szervezet jövőképe, meghatározott céljai. (Az új, digitális kompetenciák által támasztott követelmények egyik jó példája a napjainkban hihetetlen sebességgel bevezetett otthoni munkavégzés szükségessé válása, olyan szervezetek is kénytelenek voltak átállni erre, akik későbbre, vagy nem is tervezték ennek bevezetését). De nem csak a digitális tudás tartozik ide: a projektszemlélet, a rugalmasság, a munkakör-és karriertervezés is mind-mind olyan kompetenciák, melyek fejlesztésével egy sikeresebb és a jövő kihívásaira gyorsabban reagáló szervezt jöhet létre.

6. Kutatás

A szakirodalmi adatok ismertetésén és elemzésén túl saját, online kutatásom eredményei ebben a fejezetben kerülnek ismertetésre.

6.1 Kutatási módszer bemutatása

Kutatásom módszertana kérdőíves kutatás, amelyet elektronikus formában állítok össze és juttatom el a kitöltőkhöz. Célom, hogy ennek a módszernek a segítségével minél több véleményt meg tudjak megjeleníteni a vizsgált hipotéziseimmel kapcsolatban.

6.2 Kutatás leírása

A kitöltők személyazonosságára utaló kérdéseket, vagy bármilyen egyéb személyes adatát nem tartalmazza a felmérés, így anonimitásuk teljes körűen biztosított. A kérdések egy részénél, amelyek a hipotézisekhez kapcsolhatóak, a kitöltők válaszaikat egy Likert - skálán jelölhetik

meg. Itt öt válaszlehetőség közül választhatnak, melyet a későbbiekben az ábrázolás során is megjeleníték.

6.3 A kutatás célcsoportja, minta

Kutatásom fókuszában a munkaerőpiacon jelen lévő minden korosztály tagjai állnak 18-65 éves korig. Cél 100 fős kitöltői kör elérése.

6.4 Hipotézisek

H1: Az eltérő generációk eltérő toborzási technikákat igényelnek

H2: A különböző generációk eltérő munkahelyi attitűdjeinek kezelése meg kell jelenjen a szervezeti HR stratégiában

H3: A szervezetben együtt dolgozó korosztályok különböző motivációs eszközökkel szólíthatók meg

H4: A generációs különbségek megfelelő kezelése, megfelelő vezetési elemek alkalmazásával hatékonyabbá teszi a szervezetek működését

6.5 Eredmény

A kérdőívre kapott válaszok grafikonos és szöveges bemutatását követően, az eredmények összefoglaló szöveges elemzése.

7. Következtetés, javaslatok

A tanult, valamint a szakirodalmi, és a kérdőíves felmérés során kapott adatok alapján következtetéseket vonok le.

8. Összegzés

Dolgozatom végén áttekintem a főbb fejezeteket, a kutatási eredmények rövid, kivonatos bemutatása és magyarázatát követően összefoglalom a kapott eredményeket.