

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Budai Campus

A szervezeti kommunikáció és a szervezeti kultúrafejlesztés vizsgálata hazánkban.

Kupsza Tamás

Emberi erőforrás tanácsadó mesterképzés, levelező munkarend

Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet

Humántudományi és Szakképzési Tanszék

Belső témavezető: Dr. Kolta Dóra, egyetemi docens, MATE Szent István Campus)

A vállalati belső kommunikáció és a szervezeti kultúra fejlesztése kulcsfontosságú szerepet játszik egy sikeres vállalat esetében. Nem csupán a munkavállalók elkötelezettségében vagy a szervezet hosszútávú sikerességében kapnak fontos szerepet, hanem elengedhetetlen a vállalat által az adott időszakra, gazdasági évre meghatározott célok tekintetében is. A kutatásom során szerzett tapasztalataim azt mutatják, hogy a hazai vállalatok javarészt felismerték a témával kapcsolatos problémákat, egyes szervezeteknél már-már gyerekcipőben járó kezdeményezések is vannak, ám ez a két érintett terület oly módon igényel folyamatos fejlesztést és szakértelmet, amire nem minden vállalat áll még készen.

A dolgozatban kétfajta kutatási módszert alkalmaztam: kvalitatív (szakértői interjúk) és kvantitatív (kérdőíves vizsgálat).

Fontos azonban megjegyezni, hogy azért is szenvednek hátrányt a multinacionális cégek hazai telephelyeivel azok hazai kis- és középvállalkozások és a nagyobb létszámot foglalkoztató szervezetek, amelyeknek magyar tulajdonosai és vezetői vannak, mert nekik a nulláról kell mindent felépíteni. Többek között említhetem itt az igényfelméréseket, az egyes fejlesztésre irányuló projektek finanszírozási nehézségeit, és a területtel foglalkozó kollégák számát is. Elmondhatjuk, hogy egy külföldön jól bevált modell, vagy szabályozást adaptációja sokkal egyszerűbb az előbbieknél. Azt is megfigyeltem, hogy a hazai szakmai fórumok száma, és a szakemberek tapasztalatcseréje terén is hiányt szenved a szakma.

Az interjúalanyaim kifejtették, hogy a XXI. század által támasztott követelményeknek való megfeleléshez nagymértékben hozzájárult a COVID-19 világjárvány is, amikor is

kényszerhelyzetbe kerültek a vállalatok az online kommunikációs eszközök bevezetése kapcsán, hiszen létszükségessé vált a munkavállalók valós időben történő kommunikációja, településtől, országtól és időzónától függetlenül. Kezdeti nehézségeket azt hiszem mindannyian tapasztaltunk ezzel kapcsolatban. Hozzáteszem, nem tudnám biztosan állítani, hogy a szervezetek a kényszerhelyzet nélkül már tartanának ugyan azon a szinten az érintett téma kapcsán, mint most, 2024-ben.

Az üzleti vezetőkkel és szakemberekkel folytatott interjúk során azt tapasztaltam, hogy a jelenlegi időszakban az organizációs kultúra fejlesztése során nagy hangsúlyt fektetnek a dolgozók elismerésére, a sokszínűség és befogadás elősegítésére, valamint a munka-magánélet egyensúlyának támogatására. Az is észrevettem, hogy az üzleti vállalkozások egyre inkább arra törekednek, hogy olyan munkahelyi környezetet teremtsenek, ahol a dolgozók értékelve és támogatva érzik magukat, ami növeli a munkavállalók elkötelezettségét és jobb teljesítményét. Ráadásul, a vállalatok nagyobb figyelmet fordítanak a sokféleség és befogadás kérdéseire.